

**EVALUASI PEMASARAN MELALUI WEBSITE RAYZ-HOTEL.COM
UNTUK MENINGKATKAN OCCUPANCY HOTEL**

SCRIPTPRENEUR

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Ella Dara Ayu Safira

202010160311434

**PROGRAM STUDI MANAJAMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

SKRIPSI

**EVALUASI PEMASARAN MELALUI WEBSITE RAYZ-HOTEL.COM UNTUK
MENINGKATKAN OCCUPANCY HOTEL**

Oleh :

Ella Dara Ayu Safira
202010160311434

Diterima dan disetujui
pada tanggal 23 Januari 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

EVALUASI PEMASARAN MELALUI WEBSITE RAYZ-HOTEL.COM UNTUK MENINGKATKAN OCCUPANCY HOTEL

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ella Dara Ayu Safira

NIM : 202010160311434

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 23 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.

Penguji III : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.

Penguji IV : Dr. Nurul Asfiah, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ella Dara Ayu Safira

NIM : 202010160311434

Program Studi : Manajemen

E-mail : dearmsdara@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Scriptpreneur ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam Scriptpreneur ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, 9 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Ella Dara Ayu Safira

EVALUASI PEMASARAN MELALUI WEBSITE RAYZ-HOTEL.COM UNTUK MENINGKATKAN OCCUPANCY HOTEL

Ella Dara Ayu Safira, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Luqman D.Hilmi, S.E., M.BA
Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang
E-mail: dearmsdara@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi pemasaran melalui *website* rayz-hotel.com untuk meningkatkan *occupancy* hotel. Usaha dalam mempertahankan tingkat *occupancy* yang tinggi membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Pemasaran melalui *website* merupakan bauran pemasaran pada aspek promosi yang berkontribusi untuk meningkatkan *occupancy* hotel. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini difokuskan pada bagaimana evaluasi pemasaran melalui *website* rayz-hotel.com dapat meningkatkan tingkat *occupancy* hotel. Informan dari penelitian ini adalah *Hotel Manager*, *Manager Marketing Communication*, *Reservation Agent* dan pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dengan metode PAR dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan memberikan pemaparan dan penjelasan secara mendalam terkait penelitian yang diteliti. Hasil penelitian tentang evaluasi pemasaran melalui *website* rayz-hotel.com berhasil meningkatkan tingkat *occupancy* hotel, namun perlu adanya inovasi dan pengembangan strategi pemasaran secara berkelanjutan. Strategi pemasaran yang dilakukan meliputi bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Dari bauran pemasaran yang terjadi, *promotion* menjadi hal yang paling penting dalam keberhasilan evaluasi pemasaran melalui *website* rayz-hotel.com untuk meningkatkan *occupancy* hotel.

Kata Kunci : Evaluasi Pemasaran, *Website*, *Occupancy* Hotel

MARKETING EVALUATION THROUGH THE RAYZ-HOTEL.COM WEBSITE TO INCREASE HOTEL OCCUPANCY

Ella Dara Ayu Safira, Dr. Nurul Asfiah, M.M., Luqman D.Hilmi, S.E., M.BA
Departement of Management, University of Muhammadiyah Malang
E-mail: dearmsdara@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine marketing evaluations via the rayz-hotel.com website to increase hotel occupancy. Efforts to maintain high occupancy levels require the right marketing strategy. Website marketing is a marketing mix on promotional aspects that contribute to increasing hotel occupancy. In this research, researchers used descriptive qualitative research methods, this research focused on how marketing evaluation via the rayz-hotel.com website can increase hotel occupancy rates. The informants for this research are the Hotel Manager, Marketing Communication Manager, Reservation Agent and customers. Data collection techniques use interviews, observation using the PAR method and documentation. The data analysis method used provides in-depth presentation and explanation regarding the research studied. The results of research on marketing evaluation via the rayz-hotel.com website have succeeded in increasing hotel occupancy rates, but there is a need for innovation and continuous development of marketing strategies. The marketing strategy carried out includes the marketing mix, namely product, price, place and promotion. From the marketing mix that occurs, promotion is the most important thing in the success of marketing evaluation via the rayz-hotel.com website to increase hotel occupancy.

Keywords: Marketing Evaluation, Website, Occupancy Hotel

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Scriptpreneur dengan judul “Evaluasi pemasaran melalui *website* rayz-hotel.com untuk meningkatkan *occupancy* hotel” dapat terselesaikan dengan waktu yang telah direncanakan.

Teriring do’a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Nabi Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan Scriptpreneur ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzan M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang,
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Program Studi dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan arahan kepada penulis dalam penyusunan Scriptpreneur ini
4. Luqman D.Hilmi, S.E., M.BA selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, motivasi, arahan dan juga semangat kepada penulis dalam penyusunan Scriptpreneur ini
5. Dr. Rizki Febriani, SE., M.M selaku dosen wali Manajemen kelas N tahun angkatan 2020 yang mengarahkan saya selama masa studi dan menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang.

6. Terima kasih kepada seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan hingga akhir penyusunan skripsi ini.
7. Hotel Manager Rayz UMM Hotel dan karyawan serta staffnya yang telah bersedia menyediakan sarana sebagai wadah bagi penulis untuk menyelesaikan scriptpreneur ini
8. Secara khusus kepada kedua orang tua yang paling berjasa dalam hidup saya, Bapak Suhari dan Ibu Qomariyatin. Terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada saya untuk melanjutkan pendidikan kuliah, serta cinta, do'a, motivasi, semangat dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan.
9. Cinta kasih kedua saudara kandung saya, Candra Heri Arga Dinata dan M. Bagus Dwi Agung Laksono. Terimakasih atas segala do'a, usaha dan support yang telah diberikan kepada saya dalam proses pembuatan karya tulis ini.
10. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Fajar Ajrin. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
11. Keempat sahabat saya, Rania Arifatul Millah, Dita Putri Coralia, Fityatul Mujahidah dan Dhiyaul Aulia Anjarwati yang senantiasa membantu saya dalam banyak hal terutama selama masa studi berlangsung
12. Teman-teman terdekat saya, Dwi Nur Shinta, Shindyca Fatmah, Roza Novesya dan Niluh Ayu yang berjuang bersama dalam penyusunan Scriptpreneur ini.

13. Seluruh teman-teman seperjuangan saya Manajemen Kelas N angkatan 2020 yang telah berjuang bersama serta memberikan warna pertemanan dari Semester 1 hingga sampai selesainya semester akhir
14. Berbagai pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat saya, sekali lagi terimakasih.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 14 Januari 2024
Penulis,

Ella Dara Ayu Safira

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2 Strategi Pemasaran	10
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.4 Pengertian Hotel	14
2.4.1 Klasifikasi Hotel	14
2.5 Tingkat Hunian Kamar (<i>Room Occupancy</i>)	15
2.6 Internet <i>Marketing</i>	16
2.6.1 Tujuh Tahapan Internet <i>Marketing</i> (<i>Seven step of internet marketing</i>)	20
2.7 <i>Website</i>	30
2.7.1 Jenis-jenis <i>Website</i>	31
2.7.2 Pemesanan Melalui <i>Website</i>	34
2.8 Penelitian Terdahulu	36
2.9 Kerangka Konseptual	39

BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis Penelitian	40
3.2 Fokus Penelitian	40
3.3 Lokasi Penelitian	41
3.4 Subyek Penelitian	41
3.5 Metode Pengumpulan Data	42
3.6 Uji Keabsahan Data	46
3.7 Metode Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil Perusahaan	51
4.1.2 Struktur Organisasi	53
4.2 Analisis Data	55
4.2.1 Strategi Pemasaran pada Rayz UMM Hotel	55
4.2.2 Internet Marketing	62
4.2.3 Peran Website Rayz Hotel.com Dalam Meningkatkan Occupancy Hotel	65
4.3 Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengunjung <i>website</i> rayz-hotel.com	6
Tabel 2.1 <i>Stage of Customer Experience</i>	24
Tabel 2.2 (Tabel Penelitian Terdahulu)	36
Tabel 3.1 (Subjek Penelitian Peneliti).....	42
Tabel 3.2 Daftar Wawancara Informan	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data penjualan <i>room</i> Rayz UMM Hotel	7
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	11
Gambar 2.2 Internet <i>Marketing</i>	17
Gambar 2.3 Alur Prosedur Pemesanan Melalui <i>Website</i>	35
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual	39
Gambar 3.1 Dokumentasi Magang	43
Gambar 3.2 Triangulasi Flow	47
Gambar 3.3 Proses Analisis Data	50
Gambar 4.1 Logo Rayz UMM Hotel Malang	53
Gambar 4.2 Structure Organization Rayz UMM Hotel	54
Gambar 4.3. Promo Spesial Staycation Y2K Package.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Magang	82
Lampiran 2 Wawancara Informan	84



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Shinta, 2011. Manajemen Pemasaran. Universitas Brawijaya Press, Malang.
- Atikasari, Analisis Penerapan Kebijakan Harga Untuk Meningkatkan Room Occupancy Melalui Sumber Bisnis Online Travel Agent Pada Inna Sempang Hotel Kota Surabaya, 2016
- Bagyono. (2014). *Pariwisata dan Perhotelan*. Alfabeta.
- Bekti, Bintu Humairah. 2015. Mahir Membuat Website dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS dan JQuery. Yogyakarta: ANDI
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2008. Pengantar Bisnis Kontemporer, buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- Darmawan, Deni. Dan P , Deden Hendra. 2016. Desain dan Pemrograman Website. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Husadha, C., Winarso, W., Hidayat, W. W., Widjanarko, W., Suryati, A., & Fikri, A. W. N. (2020). Pelatihan Strategi Peningkatan Pemasaran, Penjualan dan Pelaporan Akuntansi melalui Pembuatan Website di Yayasan Duta Bangsa Indonesia di Cikarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat UBJ*, 3(1), 11–20. <https://doi.org/10.31599/jabdimas.v3i1.51>
- Ikhsan, R. F., Devi, A., & Kosim, A. M. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Depok. In *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* (Vol. 3, Nomor 1). <https://doi.org/10.47467/elmal.v3i1.329>
- Kemmis, S., and McTaggart, R., (1990). *The Action Research Planner*. Geelong: Deakin University Press.
- Kotler, P and Keller, K (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi 13. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management* 13. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2004. *Manajemen Pemasaran jasa*. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta
- Matthew B, Miles, A. M. huberman. (2014). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. UI Press

- Mujekthit, M., & Sari, R. R. N. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Hotel Grand Surya Kediri. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7, 175–187.
- Munavizt, Setzer. 2009. Jenis-Jenis Akomodasi Pariwisata. <http://pariwisatadanteknologi.blogspot.com/2010/05/jenis-jenis-akomodasipariwisata>
- Moleong. (2017). *Metodelogi Penelitian Kualitatif (Ed.Revisi.)*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nizar, M. A. (2015). Tourism Effect on Economic Growth in Indonesia. Munich Personal RePEc Archive (MPRA), 7(65628), 1–25. <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/65628/>
- Prayitno, A., & Safitri, Y. (2015). Pemanfaatan Sistem Informasi Perpustakaan Digital Berbasis Website Untuk Para Penulis. *IJSE - Indonesian Journal on Software Engineering*, 1(1).
<https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.756-759.138>
- Putri, Y. M., Utomo, H., & Mar'ati, F. S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Di Grand Wahid Hotel Salatiga. *Among Makarti*, 14(1), 93–108. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.206>
- Rafi, Mohammed, Jaworski, B. J., Fisher, R. J., Paddison, G. J. (2003). *Internet Marketing: Building Advantage in a Network Economy (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill Book.
- Resmi, I. C. (2018). Pengaruh Kualitas Website Hotel Savoy Homann Bidakara Bandung terhadap Keputusan Pembelian Tamu. *Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 5(2), 168–179. <https://doi.org/10.34013/barista.v5i2.119>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar : Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. CV Pustaka Abadi
- Sugiarto, E. (2009). *Hotel Front Office Administration*. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Soewirjo, Herdi S. Darmo. (2008) *Teori & Praktik Akutansi Perhotelan*. Penerbit : Yogyakarta. Penerbit: CV Andi Offset.
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran (Tama (ed.); 1sted.)*. Myria Publisher.
- Tjiptono, F. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Bayu Media

- Todaro, Miguel. 2007. *Internet Marketing Method Revealed USA* : Atlantic Publishing Group Inc
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15.
<https://www.neliti.com/id/publications/134744/penyusunan-strategi-dan-sistem-penjualan-dalam-rangka-meningkatkan-penjualan-tok>
- Winardi. (2013). *Ilmu dan Seni Menjual*. Bandung: Nova
- Yulianto, A., Perhotelan, I., & Pendahuluan, I. (2015). Kajian Internet Marketing Sebagai Salah Satu Media. *VI*(1), 65–78.





Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 17/1/2024

Kode : 2272357051
Nama : Ella Dara Ayu Safira
NIM : 202010160311434
Prodi : Manajemen
Naskah publikasi : LULUS
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Kenny Roz.,S.Kom.,M.M



MARKETING EVALUATION THROUGH RAYZ-HOTEL.COM WEBSITE TO INCREASE HOTEL OCCUPANCY

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.seutiahukamaa.org Internet Source	1%
2	www.scribd.com Internet Source	1%
3	repository.ipb-intl.id Internet Source	1%
4	ijosea.isha.or.id Internet Source	1%
5	jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	1%
6	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
7	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
8	www.coursehero.com Internet Source	1%
9	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%