

**IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DALAM BAURAN
PEMASARAN JASA GUNA MENINGKATKAN
TINGKAT HUNIAN HOTEL DI YELLO PASKAL
HOTEL BANDUNG**

PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh Studi Pada
Program Diploma IV



Disusun Oleh:

MUTIARA AZZAHRA

NIM: 2021309009

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN HOSPITALITI
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DALAM BAURAN PEMASARAN JASA GUNA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN HOTEL DI YELLO PASKAL HOTEL BANDUNG

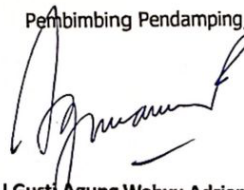
NAMA : Mutiara Azzahra
NIM : 2021309009
JURUSAN : Hospitaliti
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Perhotelan

Pembimbing Utama,



Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE.
NIP 197705142009021002

Pembimbing Pendamping,

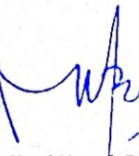


I Gusti Agung Wahyu Adrian,
MM.Par., M.Sc., CHRMP., CHE
NIP 197806052009121002

Bandung, 18 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* DALAM BAURAN PEMASARAN JASA GUNA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN HOTEL DI YELLO PASKAL HOTEL BANDUNG

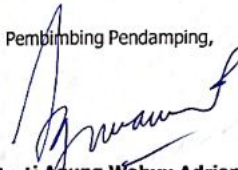
NAMA : Mutiara Azzahra
NIM : 2021309009
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Perhotelan

Pembimbing Utama,



Pudir Saepudin,
S.ST.Par., MP.Par., CHE,
NIP 19770514 200902 1 002

Pembimbing Pendamping,



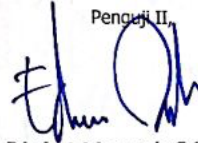
I Gusti Agung Wahyu Adrian,
MM.Par., M.Sc., CHRMP., CHE,
NIP 197806052009121002

Penguji I,



Dr. Sukmadi, SE., MM,
NIP 19700810 200605 1 001

Penguji II,



Edwin Adriansyah, S.ST.Par.,
M.M.Par.
NIP 19760109 200912 1 002

Bandung, 04 Agustus 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE
NIP 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwar Masatip., MM.Par., CEE
NIP 19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mutiara Azzahra
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 01 Oktober 2002
NIM : 2021309009
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:
"Implementasi *E-Commerce* Dalam Bauran Pemasaran Jasa Guna Meningkatkan Tingkat Hunian Hotel di Yello Paskal Hotel Bandung" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 20 Juni 2025

Yang bertanda tangan di bawah ini,



Mutiara Azzahra
NIM: 2021309009

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital, khususnya internet, telah mendorong transformasi besar dalam industri perhotelan, termasuk dalam hal strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *e-commerce* melalui pendekatan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process*, dan *Physical Evidence*) di Yello Hotel Paskal Bandung dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar, serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan tiga informan dari departemen Sales & Marketing, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yello Hotel Paskal telah mengintegrasikan strategi *e-commerce* B2C dan B2B melalui website resmi dan kerja sama dengan OTA seperti Traveloka, Agoda, dan Booking.com. Strategi promosi digital seperti penggunaan *Instagram Ads*, *email marketing*, serta kampanye OTA turut diterapkan. Namun, terdapat beberapa kendala yang menghambat efektivitas strategi, di antaranya adalah keterbatasan jumlah staf yang menyebabkan respons terhadap tamu belum maksimal, serta keterbatasan pada sistem dan fitur website resmi hotel. Faktor-faktor seperti lokasi strategis, pelayanan, harga kompetitif, dan promosi memengaruhi tingkat hunian, namun data menunjukkan adanya penurunan hunian pada awal 2025 dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan perlunya evaluasi dan penguatan strategi pada *e-commerce*.

Kata Kunci: E-commerce, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran 7P, Tingkat Hunian

ABSTRACT

The development of digital technology, particularly the internet, has driven significant transformation in the hospitality industry, including in marketing strategies. This study aims to examine the implementation of e-commerce strategies using the 7P marketing mix approach (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence) at Yello Hotel Paskal Bandung to increase room occupancy rates, and to analyze the influencing factors. This research employs a descriptive qualitative approach. Data were collected through interviews with three informants from the Sales & Marketing department, as well as observation and documentation. The results show that Yello Hotel Paskal has integrated both B2C and B2B e-commerce strategies through its official website and partnerships with OTAs such as Traveloka, Agoda, and Booking.com. Digital promotion strategies such as Instagram Ads, email marketing, and OTA campaigns are also implemented. However, several obstacles hinder the effectiveness of these strategies, including limited staff which impacts timely responses to guests, system and feature limitations on the official website. Factors such as strategic location, quality of service, competitive pricing, and promotion significantly influence occupancy rates. Nevertheless, data indicate a decline in occupancy in early 2025 compared to the previous year. These findings highlight the need for evaluation and strengthening of the hotel's e-commerce strategies.

Keywords: E-commerce, Marketing Strategy, 7P Marketing Mix, Occupancy Rate

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat – Nya peneliti dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul “ **Implementasi E-Commerce Dalam Bauran Pemasaran Jasa Guna Meningkatkan Tingkat Hunian Hotel Di Yello Paskal Hotel Bandung**”.

Proyek Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Dalam proses penyusunan Proyek Akhir ini, peneliti menyadari bahwa tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos, MM.Par., CEE., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., M.M. PAR., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan Dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE., selaku Ketua Jurusan Hospitality Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan selaku Dosen pembimbing utama.
4. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par., CHE., selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
5. Bapak I Gusti Agung Wahyu Adrian, MM.Par., M.Sc., CHRMP., CHE., selaku Dosen Pembimbing Pendamping.
6. Bapak Edwin Adriansyah, S.ST.Par., M.M.Par., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan dukungan penuh, baik secara materiil, jasmani, rohani, maupun doa yang tiada henti.
8. Saudara-saudara tercinta Ziki, Anggi, dan Yoga yang senantiasa memberi semangat melalui ucapan maupun tulisan.

9. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata NHI Bandung Angkatan 21, atas kebersamaan dan dukungan yang tulus selama masa perkuliahan hingga penyusunan Proyek Akhir ini.
10. Seluruh pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi dalam bentuk apapun.

Peneliti menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti dengan terbuka menerima segala kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi peneliti maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Bandung, 23 Juni 2025

Mutiara Azzahra

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Kajian Teori.....	13
B. Kerangka Berpikir	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Rancangan Penelitian	27
B. Partisipan dan Tempat Penelitian	28
C. Pengumpulan Data.....	29
D. Analisis Data	32
E. Pengujian Keabsahan Data	33
F. Jadwal Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan	53
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI	66
A. Simpulan.....	66
B. Rekomendasi	70
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. Penggunaan internet di seluruh dunia	1
2. Distribusi hotel sales channels di indonesia.....	3
3. Kerangka berpikir.....	26
4. Contoh <i>early bird promotion</i>	72
5. Contoh promosi.....	73
6. Chatbot ai pada website	75
7. Virtual tour hotel tour pada website.....	76

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1. Data tingkat hunian yello paskal hotel januari – mei 2024 & 2025	8
2. Data penggunaan <i>e-commerce</i> 3 tahun terakhir	9
3. Jadwal penelitian.....	35
4. Tabel informan	36
5. Reduksi data informan 1	37
6. Reduksi data informan 2	39
7. Reduksi data informan 3	42
8. Hasil triangulasi sumber.....	45
9. Contoh pengembangan produk	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1. Pedoman wawancara.....	80
2. Transkrip wawancara informan 1.....	81
3. Transkrip wawancara informan 2.....	85
4. Transkrip wawancara informan 3.....	89
5. Persetujuan informan 1	92
6. Persetujuan informan 2	93
7. Persetujuan informan 3	94
8. Riwayat hidup	95
9. Surat izin penelitian lokus.....	96
10. Surat telah melakukan penelitian	97
11. Dokumentasi wawancara	98
12. Bukti bimbingan siakad.....	99
13. Hasil turnitin.....	100

DAFTAR PUSTAKA

- Adiatma, D., Firman, D., Rukma, S., & Farisya, G. (n.d.). PENGARUH PROMOSI TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR DI FAVEHOTEL CIMANUK GARUT. In *Jurnal Industri Pariwisata* (Vol. 5, Issue 1).
- Arnawa, I. P. (2020). Pengaruh Tingkat Hunian Kamar dan Pendapatan Spa terhadap Laba Operasional di Nusa Dua Beach Hotel & Spa. *JURNAL BISNIS HOSPITALITI*, 9(2), 54–63.
<https://doi.org/10.52352/jbh.v9i2.504>
- BPS. (2019). *Statistik hotel dan akomodasi lainnya provinsi banten 2019*.
- Chaffey, D., & Chadwick, E. (2019). *Digital Marketing*.
- Chaffey Dave, Hemphill Tanya, & Bird David Edmundson. (2019). *Digital Business and E-commerce Management* (Sevent Edition).
- Clark David D. (2018). *Designin an Internet*.
- Fadhlillah. (2021). Stastik Hotel Dan Akomodasi Lainnya di Ide 2020. Ide: Badan Pusat Statistik
- Fukuda, K. (2020). *Science, technology and innovation ecosystem transformation toward society 5.0. International Journal of Production Economics*, 220(April 2019), 107460.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).
- Laundon Kenneth C., & Traver Carol Guercio. (2023). *E-commerce business. technology. society*. (Seventeenth Edition).
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitan Kualitatif*.

- Nurfaidah, Kasita, S. D. K., Adra, Sarliana, Ali, Ramli, & Aqil, M. (2025). *Intrument Penelitian Kualitatif*.
- Ohyver Daniel Aldolf, Judijanto Loso, Islahuddin Islahuddin, Apriyanto Apriyanto, Kalsum ER Ummi, & Anas Muhammad. (2015). *Tranfromasi Industri Perhotelan di Era Digital*.
- Priyotamtama, P. W. SJ. (2020). *Buku Ajar Pendekatan Ilmiah Lanjut Menumbuhkan Daya Imajinasi Mahasiswa*.
- Putri Emmita Devi Hari. (2018). *Pengantar Akomodasi dan Restoran*.
- Sani, S. A., & Aslami, N. (2022). Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Dan Positioning) Pada Produk Kecantikan House Of Beauty Cabang Kota Pematangsiantar. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 1(1), 18-26.
- Statista. (2024). *Distribution of hotel sales channels in Indonesia from 2019 to 2029*. 2024. <https://www.statista.com/forecasts/1380855/indonesia-hotel-sales-channel-distribution>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Suyono, J., Sukaris, S., & Saputra, D. (2022). Anteseden Kepuasan Pelanggan: Kualitas Pelayanan, Profesionalisme Kerja, Promosi. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(02), 87-100.
- Syahrul, S., Kamal, M., & Hutahaeon, T. (2022). *Pengantar Bisnis Hospitaliti*. Penerbit Widina.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran edisi 4. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Tojiri, Y., Putra, H. S., & Faliza, N. (2023). *Dasar Metodologi Penelitian* .
- Vaishnavi, V., Suresh, M., & Dutta, P. (2019). *Modelling the readiness factors for agility in healthcare organization: an TISM approach. Benchmarking*, 26(7), 2372-2400.
- Wahyudi, W., Maulana, A. J., Widyanto, R., Rahayu, A., & Rully, I. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*.

- We Are Social. (2025). *Digital 2025: The essential guide to the global state of digital*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Widiastuti, N. P., Farhaeni, M., & Sari, Y. E. (2021). Pengaruh Brand Dan Harga Terhadap Tingkat Hunian Kamardi Dash Hotel Seminyak. *Journal of Applied Management Studies*, 2(2), 91-97.
- Yin Robert K. (2018). *Studi Kasus Desain & Metode*.