

Pengaruh Aktivitas Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar di Fox Hotel Gorontalo

The Effect of Promotional Activities on Room Occupancy Rates at Fox Hotel Gorontalo

Denada Q. R. Hilala¹, Minarni Tolapa², Salma P. Nua³

¹²³Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo, Gorontalo, Indonesia

Email: denadahilala25@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh aktivitas promosi terhadap tingkat hunian kamar di Fox Hotel Gorontalo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 37 orang. Adapun metode analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil ini menunjukkan bahwa aktivitas promosi berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar di FOX Hotel Gorontalo sebesar 0,546 atau 54,6%, dan sisanya sebesar 0,454 (45,4%) berasal dari variabel lain di luar penelitian ini. Pengaruh ini dapat dikatakan cukup kuat yang berarti aktivitas promosi yang dilakukan belum begitu maksimal dalam memberikan kontribusi untuk peningkatan hunian kamar, padahal pihak manajemen hotel telah berupaya keras dalam melakukan aktivitas promosi, baik menggunakan media cetak ataupun media elektronik. Kebanyakan tamu hotel memilih FOX Hotel Gorontalo karena hotel ini lokasinya mudah dijangkau karena terletak di pusat kota dan dekat pusat perbelanjaan.

Kata kunci : Aktivitas Promosi; Tingkat Hunian Kamar; Fox Hotel Gorontalo.

ABSTRACT

This research aims to determine the magnitude of the influence of promotional activities on room occupancy rates at Fox Hotel Gorontalo. This research uses a quantitative approach with a survey method. The number of samples in this study was 37 people. The data analysis method uses simple linear regression analysis. These results indicate that promotional activities influence the room occupancy rate at FOX Hotel Gorontalo by 0.546 or 54.6%, and the remaining 0.454 (45.4%) comes from other variables outside this research. This influence can be said to be quite strong, which means that the promotional activities carried out have not been maximal in contributing to increasing room occupancy, even though the hotel management has tried hard to carry out promotional activities, including using print media or electronic media. Most hotel guests choose FOX Hotel Gorontalo because this hotel's location is easy to reach because it is located in the city center and near shopping centers.

Keywords: Promotional Activities; Room Occupancy Rate; Fox Hotel Gorontalo.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan kepariwisataan selain pengembangan usaha objek dan daya tarik wisata, perlu adanya keseimbangan pengembangan sarana akomodasi bagi para wisatawan yang datang berkunjung ke Indonesia. Salah satu akomodasi yang perlu dikembangkan adalah perhotelan, dilihat dari fungsi utama hotel adalah sewa kamar atau jasa penginapan, pelayanan hotel yang tentu saja melibatkan komunikasi dalam melakukan pelayanan. Komunikasi merupakan salah satu aktivitas yg sangat fundamental pada kehidupan manusia. Kehidupan manusia dalam menjalani segala aktivitasnya tentu memerlukan komunikasi, tanpa komunikasi manusia tidak mungkin dapat berinteraksi dengan orang lain untuk mendapatkan informasi ataupun menyampaikan suatu pesan. Komunikasi bisa mengembangkan pengetahuan manusia dan dapat mengajarkan atau memberitahukan apa yang diketahuinya kepada orang lain serta meyakinkan atau mempengaruhi orang lain.

Peristiwa komunikasi terjadi dalam setiap sisi hidup manusia. Hampir dalam setiap bidang senantiasa melibatkan tindakan komunikasi. Mulai dari bidang kesehatan, bidang pendidikan, bidang politik, bidang sosial dan masih banyak bentuk kegiatan lainnya yang melibatkan kegiatan komunikasi. Salah satu bidang kegiatan yang banyak melibatkan komunikasi ialah bidang bisnis, dalam bidang bisnis komunikasi merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu bisnis atau perusahaan terutama dalam melakukan pemasaran produk atau jasa.. Kegiatan pemasaran sangat berperan penting guna memberikan informasi tentang produk-produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan sehingga dapat meningkatkan penjualan. Komunikasi pemasaran merupakan aktivitas yang tujuannya menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk target pasar agar terget mau menggunakan atau melakukan pembelian atas produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu bentuk kegiatan pemasaran yang umum digunakan perusahaan dalam pemasaran produk ialah promosi.

Menurut Tjiptono (2014:41) Promosi merupakan sebuah bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan perusahaan dengan menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan calon konsumen terhadap produk yang terhadap produknya sehingga dapat tertarik untuk melakukan transaksi atau pembelian atas jasa yang dipasarkannya. Dengan aktivitas promosi ini, diharapkan perusahaan dapat merebut, mempertahankan sekaligus dapat meningkatkan jumlah hunian kamar. Promosi yang berjalan dengan baik akan memberikan dampak yang positif terhadap penjualan suatu produk/jasa pada perusahaan atau lembaga. Aktivitas promosi dilakukan oleh hampir sebagian

besar perusahaan atau lembaga dalam memasarkan produk mereka. Salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan.

Hotel merupakan salah satu bentuk usaha yang menyediakan fasilitas pelayanan penginapan, makanan dan minuman serta jasa - jasa lainnya untuk masyarakat umum yang tinggal sesuai dalam waktu yang telah ditentukan oleh tamu itu sendiri. Hotel menghasilkan serta menyediakan sesuatu dalam bentuk barang dan jasa seperti pelayanan, hiburan, suasana atau lingkungan yang nyaman. Menurut Surat Keputusan Materi Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 37/PW.340 /MPPT-86 Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Dalam dunia bisnis khususnya yang bergerak dibidang jasa, pelayanan merupakan elemen yang sangat penting serta menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuhkembangkan perusahaan. Kualitas jasa merupakan salah satu faktor utama yang akan menentukan pemilihan jasa bagi tamu, tamu yang puas akan tetap menggunakan jasa yang diberikan perusahaan. Pelayanan dalam dunia perhotelan merupakan kegiatan yang mengedepankan standar tentang sikap hospitality yang menjadikan tamu yang datang untuk menginap menjadi nyaman dan senang, serta kembali bila tamu mendapatkan kesan baik dan puas atas pelayanan yang diberikan oleh hotel tersebut. Pada masa sekarang ini, berkembangnya bisnis industri jasa perhotelan menimbulkan persaingan yang ketat diantara sesama pelaku di bidang ini. Hal tersebut tentunya akan berdampak pada kurang diterimanya produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Produk yang kurang diterima oleh pasar akan menyebabkan minimnya keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Situasi ini akan dapat membuat sebuah perusahaan tidak akan dapat bertahan.

Pemerintah daerah provinsi Gorontalo dalam hal ini menaruh perhatian yang cukup besar terhadap pengembangan kepariwisataan di gorontalo khususnya perhotelan. Hal ini diikuti dengan perkembangannya melalui indikator tingkat penghunian kamar (TPK) hotel rata rata 47,69%, rata-rata jumlah kamar yang terpakai 41,57% dan rata-rata lamanya tamu menginap 2,31 hari serta pertambahan jumlah hotel atau akomodasi lainnya yang semakin meningkat. Total jumlah hotel di provinsi Gorontalo sebanyak 47, salah satu diantara hotel tersebut adalah FOX Hotel Gorontalo.

FOX Hotel Gorontalo merupakan salah satu hotel yang berada di wilayah provinsi Gorontalo tepatnya di Kota Gorontalo. Hotel ini beralamat di jalan Sultan Botutihe No. 88 Kota Timur Kota Gorontalo. Hotel ini berdiri diatas lahan seluas 3.000 meter persegi dengan arsitektur modern yang digabungkan dengan budaya lokal. Hotel tersebut memiliki 176 kamar dengan fasilitas yang lengkap. Dalam melakukan kegiatan FOX Hotel Gorontalo melakukan kebijakan-kebijakan seperti mengadakan pendekatan kepada instansi

pemerintah maupun swasta yaitu dengan memberikan informasi-informasi mengenai produk dan pelayanan yang dimilikinya. FOX Hotel Gorontalo juga mengambil suatu kebijakan promosi dengan memanfaatkan media-media yang ada baik media cetak maupun media elektronik. Dari kebijakan maupun strategi yang telah dilakukan FOX Hotel Gorontalo ternyata mengalami peningkatan tingkat hunian kamar setiap bulannya, sebagaimana yang telah ditapkan. Hal ini dapat dilihat dengan tabel hunian kamar setiap bulannya, untuk mengetahui perkembangan volume penjualan kamar setiap bulannya pada FOX Hotel Gorontalo dapat di lihat pada tabel 1.

Tabel 1.Data Hunian Kamar Di FOX Hotel Gorontalo Bulan September-November Tahun 2023

BULAN	JUMLAH
SEPTEMBER	203
OKTOBER	294
NOVEMBER	328

Sumber data : FOX Hotel Gorontalo, 2024

Berdasarkan Data Tingkat Hunian Kamar FOX Hotel Gorontalo Bulan September-November 2023 dapat dilihat bahwa penjualan kamar pada FOX Hotel Gorontalo mengalami peningkatan tingkat hunian kamar yang cukup signifikan setiap bulannya dimana situasi tersebut tidak terlihat pada beberapa hotel lainnya yang ada di kota Gorontalo. FOX Hotel Gorontalo memberikan keunggulan yaitu dari segi kualitas yaitu atmosfir hotel yang bernuansa mewah dan megah, kebersihan yang terjaga dan pelayananan yang memuaskan. Sebagaimana hotel pada umumnya, FOX Hotel Gorontalo juga melakukan beberapa aktivitas promosi dalam upaya menarik minat masyarakat dalam berkunjung atau menginap di FOX Hotel Gorontalo. Aktivitas promosi yang dilakukan FOX Hotel Gorontalo salah satunya yaitu dengan mengadakan pendekatan kepada instansi pemerintah maupun swasta yaitu dengan memberikan informasi-informasi terkait produk dan pelayananan yang dimilikinya. FOX Hotel Gorontalo juga menggunakan media elektronik iklan yang di tayangkan di media sosial seperti Instagram dan facebook untuk mempromosikan produknya. Sehubungan dengan hal tersebut, pertanyaan yang diajukan dalam penelitian adalah: Seberapa besar pengaruh aktivitas promosi terhadap tingkat hunian kamar di FOX Hotel Gorontalo?

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2014: 13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun penelitian survei merupakan penelitian penyelidikan yang dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual untuk mendapatkan kebenaran. Nazir (2013:56) menyatakan bahwa metode survey adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 37 orang. Adapun teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis perhotelan merupakan salah satu industri pariwisata yang semakin berkembang pesat di Kota Gorontalo, seiring penempatan kota tersebut sebagai kota jasa. Olehnya itu, untuk mendukung visi tersebut, pemerintah Kota Gorontalo memberikan respon yang positif terhadap pembangunan bisnis perhotelan di wilayahnya, yang ditandai dengan munculnya hotel-hotel baru di Kota Gorontalo, salah satunya yakni Fox Hotel Gorontalo. FOX Hotel Gorontalo hadir sebagai FOX Hotel brand pertama di Kota Gorontalo dengan lokasi sangat strategis tepat berada di tengah kota dan menjadi pilihan hotel terbaik bagi para wisatawan maupun pebisnis. Hotel, selain digunakan sebagai tempat menginap dan beristirahat, saat ini juga dapat menjadi sarana untuk menunjukkan eksistensinya di media sosial. Di samping itu, Nganro (2020:191) mengatakan hotel bisa juga dijadikan sebagai tempat melakukan pertemuan bisnis, seminar, tempat berlangsungnya acara seperti pesta pernikahan, birthday, dan lain-lain. Hotel dijadikan sebagai tempat melakukan berbagai kegiatan para tamu karena memiliki sarana dan prasarana yang memadai untuk membantu kelancaran kegiatan yang dilaksanakan oleh para tamu. Saat

ini, bisnis perhotelan semakin kompetitif karena semua hotel hampir menawarkan layanan dan fasilitas yang sama. Olehnya itu, manajemen Fox Hotel Gorontalo harus mengembangkan promosi yang efektif untuk menarik perhatian calon tamu, sebagai upaya untuk meningkatkan kunjungan tamu hotel yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan. Menurut Febriana, dkk (2012:66) hotel harus mampu dan berani melakukan terobosan baru untuk mempertahankan dan memajukan produknya di pasaran. Dengan demikian, fungsi pemasaran merupakan hal paling penting dalam memberikan sumbangan kepada hotel dan penciptaan tujuannya..

Fox Hotel Gorontalo sebagai industri jasa tentunya akan berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan aktivitas promosi dan diikuti dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada para tamunya, dengan memberikan nilai tambah kepada para tamunya sehingga tampak perbedaan dengan produk atau jasa yang diberikan oleh hotel yang kepada tamunya. Nilai tambah yang diberikan oleh Fox Hotel Gorontalo inilah yang akan membuatnya berbeda dengan hotel lainnya, dan menyebabkan calon tamu memiliki alasan tersendiri untuk memilih Fox Hotel Gorontalo dibanding dengan hotel lain yang ada di Kota Gorontalo. FOX Hotel Gorontalo menyediakan berbagai fasilitas untuk memenuhi ragam kebutuhan tamu, dimana terdapat beberapa pilihan tipe kamar mulai dari kamar Deluxe Classic hingga Presidential Suite. Setiap kamar memiliki luas kamar yang bervariasi dilengkapi dengan desain modern, dinamis, dan pemandangan tengah kota yang sangat indah untuk memastikan para tamu menginap dengan nyaman dan menyenangkan. Setiap hotel tentu akan berusaha untuk meningkatkan tingkat hunian kamarnya, karena merupakan indikator keberhasilan manajemen hotel. Ritasary dan Susanty (2016:48) bahwa berhasil tidaknya suatu usaha perhotelan sangat tergantung pada tingkat hunian kamar. Pada tingkat hunian kamar ini dapat dilihat maju mundurnya hotel tersebut secara komersial, kemudian juga dapat dilihat dalam bulan apa hotel berada dalam low season atau peak season, serta bagaimana mengatasi dalam masa-masa low season, bagaimana prospeknya bila direncanakan penambahan kamar, dan berbagai kebijakan lain yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat hunian kamar.

FOX Hotel Gorontalo terus menunjukkan komitmen tinggi dalam melanjutkan proses pembaharuan demi memberikan pengalaman terbaik bagi para pengunjungnya. Meskipun komitmen ini sudah mulai terlihat dalam pembaruan fasilitas hotel, pihak FOX Hotel Gorontalo merasa perlu untuk mengatasi keraguan yang masih muncul di kalangan masyarakat terhadap

tekad mereka. Pihak manajemen sangat serius dalam melaksanakan komitmen tersebut. Investasi miliaran rupiah telah dikeluarkan untuk memperbaiki berbagai fasilitas hotel, termasuk pembelian chiller (pendingin). Pemilihan prioritas perbaikan dilakukan dengan cermat, memastikan bahwa aspek-aspek yang menjadi kebutuhan utama pengunjung mendapat perhatian lebih. Namun, apapun yang dilakukan oleh pihak manajemen FOX Hotel Gorontalo, tidak akan maksimal dikunjungi tamu kalau tidak barengi dengan aktivitas promosi.

Aktivitas promosi FOX Hotel Gorontalo meliputi semua aktivitas hotel dalam mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya ke pasar sasaran, yakni tamu lokal dan luar daerah. Keberhasilan aktivitas promosi FOX Hotel Gorontalo sangat tergantung kepada kemampuan minat setiap orang yang melihatnya, sehingga tergerak untuk mengunjungi hotel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas promosi (variabel X) berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar (variabel Y) di FOX Hotel Gorontalo yakni sebesar 0,546 atau 54,6%, dan sisanya sebesar 0,454 (45,4%) berasal dari variabel lain di luar penelitian ini. Bila nilai ini ditransformasikan ke dalam kriteria keeratan pengaruh variabel X ke Y, maka berada pada kategori cukup kuat (lihat tabel 3.2, interpretasi koefisien korelasi). Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Sari (2020) yang menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat hunian kamar atau keputusan konsumen dalam memilih tempat menginap. Pentingnya isi promosi dalam kegiatan promosi untuk memberikan kinerja dan operasional yang baik bagi perusahaan. Sehingga dapat dikatakan variabel promosi mempunyai kekuatan dalam memenangkan pasar khususnya usaha perhotelan.

Pertumbuhan penjualan akan selalu meningkat sejauh pelaksanaan promosi didasarkan atas perencanaan yang tepat, dapat mencapai sasaran dan berlangsung secara terus-menerus dan diikuti dengan tindakan penyesuaian kegiatan promosi dengan selera calon konsumen berubah-ubah sesuai dengan perubahan tingkat kebutuhan. Oleh karena itu dasar penjualan produk tidak boleh terlepas dari pelaksanaan promosi yang merupakan peran dan fungsi dari *public relations*. Abdullah, dkk (2019:89) mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan program yang dilakukan oleh setiap perusahaan jasa perhotelan adalah peran dan fungsi dari Public Relations. Alasannya karena Public Relations berperan langsung dalam

menyusun program promosi yang akan dijalankan oleh Hotel yang dimaksudkan dalam peningkatan tingkat hunian kamar.

Kegiatan promosi memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan FOX Hotel Gorontalo. Oleh karena itu, FOX Hotel Gorontalo harus mampu dan berani melakukan terobosan baru untuk mempertahankan dan memajukan produknya di pasaran. Adiatma, dkk (2022:69) mengatakan bahwa salah satu kegiatan pemasaran dan merupakan faktor yang penting dalam bauran pemasaran adalah promosi. Persaingan bisnis perhotelan sendiri tidak hanya dari segi fasilitas yang ditawarkan, namun aspek promosi juga menjadi salah satu strategi yang cukup efektif dalam persaingan di industri perhotelan. Dengan demikian, fungsi promosi merupakan hal paling penting dalam memberikan sumbangan kepada perluasaan dan penciptaan tujuan FOX Hotel Gorontalo.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Aktivitas promosi berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar di FOX Hotel Gorontalo sebesar 0,546 atau 54,6%, dan sisanya sebesar 0,454 (45,4%) berasal dari variabel lain di luar penelitian ini. Pengaruh ini dapat dikatakan cukup kuat yang berarti aktivitas promosi yang dilakukan belum begitu maksimal dalam memberikan kontribusi untuk peningkatan hunian kamar, padahal pihak manajemen hotel telah berupaya keras dalam melakukan aktivitas promosi, baik menggunakan media cetak ataupun media elektronik. Kebanyakan tamu hotel memilih FOX Hotel Gorontalo karena hotel ini lokasinya mudah dijangkau karena terletak di pusat kota dan dekat pusat perbelanjaan.

Sehubungan dengan kesimpulan tersebut, diajukan saran, yakni: a) dalam melakukan aktivitas promosi, FOX Hotel Gorontalo sebaiknya juga melakukan kebijakan-kebijakan, seperti mengadakan pendekatan kepada instansi pemerintah maupun swasta, yaitu dengan memberikan informasi-informasi mengenai produk dan pelayanan yang dimilikinya. Pihak manajemen FOX Hotel Gorontalo juga harus mengambil suatu kebijakan promosi dengan memanfaatkan media-media yang ada baik media cetak maupun media elektronik; b) pihak manajemen FOX Hotel Gorontalo sebaiknya lebih aktif lagi dalam memaksimalkan kegiatan pameran atau kegiatan-kegiatan seminar, mengadakan event tertentu pada hari-hari besar keagamaan. Di samping itu, sebaiknya FOX Hotel Gorontalo juga memanfaatkan media cetak, seperti surat kabar, dan media elektronik, seperti radio dan televisi karena sebagian besar masyarakat Kota Gorontalo memiliki media elektronik ini, dan banyak menghabiskan waktunya di rumah dengan mendengarkan siaran radio dan televisi di rumah mereka masing-masing.

REFERENSI

- Abdullah H, Syakir, dkk. 2019. *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Grand Clarion Hotel & Convention Makassar*. Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas Vol. 3, No. 2 November 2019.
- Adiatma, Dani, dkk. 2022. *Pengaruh Promosi terhadap Tingkat Hunian Kamar di Favehotel Cimanuk Garut*. Jurnal Industri Pariwisata e-ISSN : 2620-9322 Vol 5, No. 1, 2022.
- Febriana, R, dkk. 2012. *Perkembangan Tingkat Hunian Hotel Dengan Determinasi Biaya Promosi dan Biaya Pelayanan Jasa Hotel*. Jurnal Sosial Humaniora ISSN 2087-4928 Volume 3 Nomor 2, Oktober 2012.
- Nazir, Moh. 2013. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Bogor:
- Nganro, Puspitasari Muslimin. 2020. *Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Hunian Kamar Hotel Idea's Bandung*. Prosiding Manajemen ISSN: 2460-6545, Volume 6, No. 1, Tahun 2020.
- Ritasary, Rd. Rita, dan Susanty. 2016. *Pengaruh Promosi Terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Pullman Jakarta Central Park*. Jurnal Sains Terapan Pariwisata Vol.1,No.1,p.43-53.
- Sari, Andini Indria. 2020/ *Pengaruh Promosi terhadap Tingkat Hunian Kamar Pada Mesra Business dan Resort Hotel di Samarinda*. eJournal Administrasi Bisnis, Volume 8, Nomor 1, 2020.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Andi. Yogyakarta: