

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hotel *Green Red Syariah* merupakan salah satu hotel lokal di Kabupaten Jombang yang telah eksis di berbagai Platform *E-Commerece* khususnya di *Online Travel Agent* (OTA). Hal tersebut bisa dilihat dari rating dan ulasan yang diberikan *customer* yang pernah memesan kamar melalui OTA. Dalam penjualan kamar, Hotel *Green Red Syariah* memiliki beberapa *segmentt* : 1. OTA; 2. Individu; 3. *Walk in Guest* (WIG); 4. *Corporate* (Corp); 5. *Goverment* (Gov); dan 6. *Travel Agent Local* (TA-Local). Dari enam *segmentt* tersebut, OTA paling unggul dalam menjual kamar. Data yang mendukung pernyataan tersebut dapat ditemui dalam **“Report Market Segment by RNS, Revenue *Green Red Hotel Syariah Jombang*”** dimana pada bulan Januari hingga Maret 2025, *segmentt* OTA unggul dalam penjualan kamar berturut-turut dengan prosentase perolehan revenue 55.0% ; 51.9% ; dan 51.7% yang artinya lebih dari setengah prosentase revenue diperoleh dari *segmentt* OTA, sedangkan setengahnya lagi diperoleh dari 5 *segmentt* lainnya (*Green Red*, 2025).

Dalam industri perhotelan, OTA adalah platform pemesanan online yang menghubungkan Hotel dengan pelanggan dari seluruh dunia. Data terbaru dari Phocuswright, U.S. Hotel & Lodging Market Report 2021-2025 menemui bahwa pemesanan Hotel melalui OTA meningkat 97% dari tahun 2020 menyentuh angka revenue sebesar \$41 miliar. Angka ini menunjukkan betapa pentingnya OTA bagi industri perhotelan saat ini (Satuvision, 2025). Selain itu OTA memiliki beberapa manfaat diantaranya; 1. Meningkatkan aksesibilitas dan jangkauan pasar; 2. Meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan reservasi; 3. Pengumpulan dan analisis data tamu. OTA juga menampilkan inventaris kamar Hotel dan memudahkan pelanggan

untuk mencari, membandingkan, dan memesan akomodasi sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka (GuestPro, 2024).

OTA merupakan bagian dari *E-Commerce* dan dalam industri perhotelan, OTA merupakan strategi pemasaran dan penjualan layanan hotel melalui internet. Hal ini mencakup seluruh proses mulai dari menarik perhatian tamu, melakukan reservasi, hingga interaksi setelah tamu menginap. Tujuannya tidak lain adalah memberi pengalaman pemesanan yang lebih mudah, efisien dan menyenangkan bagi tamu, sekaligus memberi keuntungan maksimal bagi pihak hotel. Dalam prakteknya, platform utama yang digunakan dalam *E-Commerce* industri perhotelan adalah termasuk Website resmi hotel, Media Sosial, Google Hotel Ads dan OTA seperti Booking.com; Agoda; Traveloka (GuestPro, 2024).

Adapun penggunaan OTA dan berbagai platform *E-Commerce* dalam industri perhotelan juga dipengaruhi oleh Revolusi Digital atau Revolusi Industri 4.0. Hal tersebut telah merubah cara orang merencanakan dan melakukan perjalanan mereka. Saat ini orang lebih sering menggunakan berbagai layanan digital untuk memesan tiket transportasi ataupun melakukan reservasi hotel.

Revolusi Industri 4.0 dan OTA berkaitan dengan Perkembangan Teknologi Informasi yakni Internet. Survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 menghasilkan data yang menunjukkan penggunaan Internet di Indonesia yang sangat masif, yakni mencapai 78,19% atau sejumlah 215.626.156 jiwa dari total populasi sejumlah 275.773.901 jiwa. Revolusi Industri 4.0 telah memicu digitalisasi dalam berbagai sektor kehidupan masyarakat Indonesia, sehingga dalam hal ini perkembangan bisnis yang dilakukan secara daring atau dikenal sebagai *E-Commerce* menjadi semakin signifikan dan menimbulkan transformasi yang

kompleks dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam aktifitas bisnis atau perdagangan (Himtri Binus, 2023).

Jika membahas tentang bisnis, maka salah satu tujuan dari bisnis adalah meningkatkan Profit. Profit adalah indikator utama dalam keberhasilan bisnis dan cara memaksimalkan keuntungan. Hal tersebut merupakan kunci untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Keuntungan yang tinggi memungkinkan bisnis untuk 1. Reinvestasi; 2. Melakukan Ekspansi; dan 3. Menghadapi ketidakpastian pasar. Tanpa keuntungan yang memadai, bisnis akan kesulitan untuk bersaing di pasar dan memenuhi tujuan jangka panjang (Marketing KasirPintar, 2024).

Usaha untuk meningkatkan Profit, salah satunya dengan melakukan strategi pengelolaan. Dalam konteks industri perhotelan, profit berasal dari revenue yang dihasilkan melalui penjualan kamar, event dan restaurant. Namun penjualan kamar merupakan *highlight* dalam industri perhotelan. Maka dari itu perlu menerapkan suatu strategi pengelolaan yang tepat dalam penjualan kamar.

Dari uraian di atas, Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Strategi Pengelolaan OTA Terhadap Peningkatan Profit Hotel Green Red Syariah Jombang”**. Berkaitan dengan strategi pengelolaan, penulis mencoba menggunakan **Metode Analisis SWOT** (*Strength*=Kekuatan, *Weakness*=Kelemahan, *Opportunities*=Peluang dan *Threats*=Ancaman) karena Metode Analisis SWOT dekat dan cocok dengan jenis Penelitian Kualitatif Deskriptif yang fokus mencari data pada Subjek Penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pengelolaan OTA di Hotel *Green Red* Syariah Jombang?
2. Bagaimana strategi pengelolaan OTA di Hotel *Green Red* Syariah Jombang dapat meningkatkan profit dengan menggunakan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditemukan, maka tujuan penelitian yang ingin diutarakan oleh penulis adalah :

1. Mengetahui strategi pengelolaan OTA di Hotel *Green Red* Syariah Jombang
2. Mengetahui hasil analisis SWOT dalam pengelolaan OTA Hotel *Green Red* Syariah Jombang yang dapat tingkatkan profit

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur di bidang manajemen pelayanan dan teknologi informasi, khususnya mengenai hubungan antara penggunaan *E-Commerce* dengan platform OTA dengan industri perhotelan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Hotel *Green Red* Syariah Jombang, memberikan gambaran mengenai strategi pengelolaan OTA dari hasil analisis SWOT yang berguna untuk membuat keputusan atau langkah strategis dalam usaha meningkatkan profit perusahaan.

- b. Bagi *E-Commerce* (OTA), menambah ulasan akademis yang menyatakan bahwa OTA merupakan langkah strategis dalam industri perhotelan
- c. Bagi peneliti selanjutnya, memberi kemudahan dalam memperoleh; membandingkan; dan mengolah data yang relevan terkait dengan topik tentang Industri Perhotelan dan OTA.

