

INTISARI

Perkembangan industri pariwisata menyebabkan meningkatnya penyedia jasa akomodasi perhotelan sehingga persaingan pasar semakin ketat. Setiap hotel memiliki metode pemasarannya sendiri untuk meningkatkan *room revenue*. Zest Hotel Yogyakarta menggunakan *online travel agent* sebagai salah satu metode untuk memasarkan produknya. Melalui *online travel agent* Zest Hotel Yogyakarta mampu meningkatkan *room revenue* dengan berbagai strategi yang dilakukan. Tujuan dilakukannya penelitian dalam tugas akhir ini adalah untuk mengetahui strategi penjualan kamar melalui *online travel agent* untuk meningkatkan *room revenue* di Zest Hotel Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode eksploratif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipatori, wawancara, dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam kepada pihak terkait di Zest Hotel Yogyakarta, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku maupun sumber lainnya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh penjualan kamar melalui *online travel agent* terhadap *room revenue* di Zest Hotel Yogyakarta. Zest Hotel Yogyakarta menggunakan strategi dalam melakukan pemasaran kamar melalui *online travel agent* yaitu *online review management*, *product information*, *online pricing strategy*, dan *room allotment*.

Kata Kunci : *Strategi, Online Travel Agent, Room Revenue, Zest Hotel Yogyakarta*

ABSTRACT

The development of the tourism industry has increased in hotel accommodation service providers so that market competition is getting tougher. Each hotel has its own marketing method to increase room revenue. Zest Hotel Yogyakarta uses online travel agent as a method to sale its products. Through online travel agent Zest Hotel Yogyakarta, it is able to increase room revenue. The research aims to describe the room sales strategy through online travel agents to increase room revenue at Zest Hotel Yogyakarta. Research conducted by the author uses qualitative research with explorative methods. Data collection techniques were participatory observation, interviews, and documentation. The types of data used were primary data and secondary data. Primary data was collected through observation and in-depth interviews with related parties at Zest Hotel Yogyakarta, while secondary data was obtained from books and other sources. Based on the results of the study indicate that there is an influence of room sales through online travel agents to room revenue at Zest Hotel Yogyakarta. Zest Hotel Yogyakarta uses strategies in marketing rooms through online travel agents, namely online review management, product information, online pricing strategy, and room allotment.

Key words : *Strategy, Online Travel Agent, Room Revenue, Zest Hotel Yogyakarta*