



ABSTRACT

Marketing is one of the most important aspects in a company organization and especially for a hotel management. In a hotel organization, there is a special section which has specialties in dealing with both offline and online marketing method. Online marketing become popular in 21th century. Now a days, an online marketing in a hotel had been done by e-commerce staff. This study explains (1) the marketing method in hotel, especially the online method of marketing with the help of internet and (2) the role of online marketing for room occupancy in a hotel. The method to analyze this study is descriptive-qualitative and all subjects are being analyzed with 7P marketing mix theory which is combined with 3C's theory. It will be explained all aspect of 7P marketing mix in first section, which are product, price, place, promotion, people, process, and physical of evidence This study then explains the role of e-commerce marketer through the online marketing with the help of a public relations staff who is also doing an online marketing through social media. The results of this study are (1) online marketing method in hotel could be included in one of the marketing mix 7P aspects and (2) the effectiveness of online marketing towards hotel room night occupancy related to marketing and selling through online method.

Key words: marketing, online, online marketing, e-commerce, hotel



INTISARI

Pemasaran merupakan hal yang paling utama dalam sebuah perusahaan, khususnya bagi sebuah hotel. Dalam sebuah organisasi hotel, terdapat, bagian yang khusus menangani bidang pemasaran, baik secara offline maupun online. Pemasaran secara online menjadi trend sejak abad ke-21. Pemasaran online dalam sebuah perusahaan dikerjakan oleh seorang staff *e-commerce*. Dalam penelitian ini dijelaskan (1) metode hotel melakukan pemasaran, khususnya pemasaran yang dilakukan secara online melalui bantuan internet, maupun (2) penjelasan mengenai peranan pemasaran online bagi tingkat hunian kamar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dianalisis menggunakan teori 7P bauran pemasaran yang dikombinasikan dengan teori 3C's. pada teori 7P dijelaskan pula mengenai aspek-aspek bauran pemasaran, yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical of evidence*. Dalam penelitian ini, dijelaskan pula peranan dan kinerja *e-commerce* dalam kegiatan pemasaran melalui internet yang juga dibantu oleh seorang public relation dalam kegiatan pemasarannya melalui media social. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) metode pemasaran secara online yang digunakan oleh hotel sudah mencakup metode bauran pemasaran 7P dan (2) besarnya pengaruh pemasaran online terhadap tingkat hunian kamar di hotel dalam kaitannya dengan pemasaran serta penjualan online.

Kata kunci: pemasaran, online, pemasaran online, e-commerce, hotel