

## ABSTRACT

The emergence of the budget tourism trend caused changes to tourists' demands, one of which was the demand for affordable accommodations. RedDoorz was founded in 2015 and began to develop swiftly in Yogyakarta in 2017. The business concept implemented by RedDoorz to provide high-quality and reasonable in-budget accommodations was to form a collaboration with accommodation entrepreneurs. Hence, the present study aimed to determine the marketing collaboration of partner hotels between RedDoorz and RedDoorz Syariah @Babadan Baru and their efforts in maintaining this collaboration. This study employed a descriptive qualitative approach. The study collected its data using a semi-structured interview method with the team of RedDoorz Yogyakarta and the owner of RedDoorz Syariah @Babadan Baru. The researcher also performed direct observation at RedDoorz Syariah @Babadan Baru, along with literary review through related books, articles, and websites. Based on the analysis results, their collaboration was conducted according to a collaborative conceptual framework that included preconditions, motivations, stages, and outcomes. Each concerned side played their part well according to the approved agreement. Amid this Covid-19 pandemic, several efforts were made to maintain this collaboration, including adjusting the contract and the existing hygiene programs.

**Key Words: Collaboration, Marketing Collaboration, RedDoorz, Partner Hotel, Virtual Hotel Operator.**

## INTISARI

Kemunculan tren wisata budget (*budget tourism*) berpengaruh terhadap perubahan permintaan pada wisatawan salah satunya permintaan akan akomodasi yang terjangkau. RedDoorz didirikan pada tahun 2015 dan berkembang dengan pesat di Yogyakarta mulai tahun 2017. Konsep bisnis yang dijalankan RedDoorz dalam menyediakan akomodasi budget yang berkualitas dan terjangkau adalah dengan melakukan kolaborasi dengan para pemilik usaha akomodasi. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kolaborasi pemasaran hotel mitra antara RedDoorz dengan RedDoorz Syariah @Babadan Baru dan upayanya dalam menjaga hubungan kolaborasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode wawancara semi-terstruktur kepada tim RedDoorz Yogyakarta dan pemilik RedDoorz Syariah @Babadan Baru. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi secara langsung di RedDoorz Syariah @Babadan Baru serta studi pustaka melalui buku, artikel, dan laman-laman terkait. Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa hubungan kolaborasi dilaksanakan sesuai dengan kerangka konseptual kolaborasi yakni adanya prasyarat (*precondition*), motivasi (*motivation*), tahapan (*stages*), dan hasil (*outcomes*). Pihak-pihak yang berkolaborasi menjalankan perannya dengan baik sesuai dengan kesepakatan yang disetujui. Di tengah pandemi Covid-19, terdapat upaya yang dilakukan untuk menjaga hubungan kolaborasi diantaranya penyesuaian kesepakatan dan program higienitas.

**Kata Kunci:** Kolaborasi, Kolaborasi Pemasaran, RedDoorz, Hotel Mitra, Operator Hotel Virtual.