

PERAN FRONT OFFICE MANAGER DALAM MENGELOLA ONLINE REVIEW TAMU DI APLIKASI BOOKING.COM UNTUK MENINGKATKAN OCCUPANCY DI NATRA BINTAN, A TRIBUTE PORTFOLIO RESORT

Hetty Yulianti Sihite¹

¹Politeknik Bintan Cakrawala
Email : Hetty@pbc.ac.id

ABSTRACT

Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort is a resort located in the Lagoi tourism area with a glamping luxury theme and is a hotel chain from the Marriott International brand, which means Natra Bintan is part of Marriott International. This research is research using qualitative methods. Qualitative research is a type of research approach method used to examine natural social life. Online reviews and ratings given by guests must be managed well by the hotel so that the hotel can know the strengths and weaknesses of the hotel from the guest's perspective so that it can improve the quality of hotel services and products. The hotel can also carry out promotions indirectly when responding to online reviews given by guests. Reviews and ratings given by guests are very important so they must be managed well by the hotel. From the reviews given by guests, the hotel can find out about the guest's experience of staying and areas that need to be improved.

Keywords : Online Review, Increasing Occupancy

ABSTRAK

Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort merupakan sebuah resort yang terletak di kawasan pariwisata Lagoi dengan tema glamping luxury dan merupakan chains hotel dari brand Marriott International yang berarti Natra Bintan merupakan bagian dari Marriott International. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. penelitian kualitatif merupakan jenis metode pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti kehidupan sosial yang natural atau alamiah. online review dan rating yang diberikan tamu harus dikelola dengan baik oleh pihak hotel agar pihak hotel dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan hotel tersebut dari sudut pandang tamu sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan produk hotel. Pihak hotel juga dapat melakukan promosi secara tidak langsung saat membalas online review yang telah diberikan tamu. Review dan rating yang diberikan tamu itu sangat penting sehingga harus dikelola dengan baik oleh pihak hotel. Dari review yang diberikan tamu pihak hotel dapat mengetahui pengalaman tamu menginap serta bagian yang perlu ditingkatkan lagi.

Kata Kunci : Online Review, Meningkatkan Occupancy

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang sangat menjanjikan di dunia karena setiap manusia membutuhkan tempat untuk melepas beban atau hanya untuk sekedar menikmati suasana baru, sehingga pariwisata tidak akan pernah mati. Di Indonesia mengandalkan pariwisata sebagai sektor ekonomi yang penting karena memiliki sejuta keindahan alam, kultur, dan warisan leluhur yang orisinal sehingga menambah nilai bagi Indonesia sendiri. Dengan potensi pariwisata Indonesia yang kaya sudah sepatutnya dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya untuk kesejahteraan rakyat (kominfo.go.id, 2015). Salah satu tempat wisata di Indonesia yaitu Pulau Bintan.

Bintan merupakan sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki banyak tempat wisata. Salah satunya yaitu Kawasan Pariwisata Lagoi, yang merupakan sebuah kawasan yang dibangun khusus untuk mendukung fasilitas berwisata. Dalam kawasan tersebut juga dilengkapi dengan pelabuhan laut khusus untuk wisatawan dari negara Singapura yang dikenal dengan nama Bandar Bentan Telani (BBT) *Ferry Terminal*. Selain itu banyak ditemukan atraksi wisata dan fasilitas akomodasi berupa hotel dan *villa* berbintang yang dikelola dengan baik seperti The Sanchaya Bintan; Nirwana Gardens Resort; The Anmon Resort; Banyan Tree Bintan; Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort; dan masih banyak lagi. Dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai salah satu *resort* yang ada di kawasan pariwisata Lagoi yaitu Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort.

Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort merupakan sebuah *resort* yang terletak di kawasan pariwisata Lagoi dengan tema *glamping luxury* dan merupakan *chains* hotel dari *brand* Marriott International yang berarti Natra Bintan merupakan bagian dari Marriott International. Di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort tamu dapat melakukan pemesanan kamar melalui *website* resmi Marriott International ataupun melalui *online travel agent*.

Dapat dilihat melalui Tabel 1.1, pemesanan kamar melalui *online travel agent* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort biasanya tidak begitu banyak dan hanya berasal dari beberapa *online travel agent* saja seperti *Agoda*, *Expedia*, dan *Booking.com*.

Tabel 1.1 Jumlah *room night* reservasi melalui OTA

Tahun	Agoda	Booking.com	Expedia
2019	839	821	2.028
2020	167	436	353
2021	132	152	376
2022	1.079	2.161	944

Sumber: Hasil olahan data hotel

Dari tabel di atas, *Booking.com* merupakan sumber pemesanan kamar tamu yang cukup sering ditemui di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort terutama pada tahun 2022. Salah satu strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen mau bertransaksi *online* adalah menyediakan *Electronic Word of Mouth* dalam bentuk *online costumer review* (Li & Zhang, 2014) yang tersedia pada *platform Online Travel Agent* (OTA). *Online customer review* adalah salah satu *fitur* yang menyediakan kolom komentar bagi para konsumen yang telah menggunakan jasa agar dapat membagikan pengalaman setelah menggunakan jasa tersebut.

Review merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian seseorang sehingga perusahaan harus lebih memperhatikan *review-review* yang diberikan tamu dan mempertahankan *review* yang bagus dengan cara mempertahankan kualitas dan jasa yang diberikan kepada tamu (Rezeki & Ninie, 2019). Tamu yang memiliki pengalaman menginap di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort dapat menuliskan *review* mengenai pengalaman menginapnya di situs *online* maupun aplikasi dimana tamu melakukan pemesanan kamar setelah *check out*. Hal tersebut akan terakumulasi sebagai nilai yang disebut *rating*. Dapat dilihat melalui Tabel 1.2 dan Tabel 1.3, mengenai jumlah *review* dan *rating* yang diberikan tamu di aplikasi *Booking.com* terhadap Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort.

Tabel 1.2 Jumlah *review* tamu di aplikasi *Booking.com*

Tahun	Jumlah <i>review</i>	<i>Review</i> yang dibalas	<i>Review</i> yang tidak dibalas
2020	9	8	1
2021	5	2	3
2022	154	80	74

Sumber: Hasil olahan dari aplikasi *Booking.com*Tabel 1.3 *Rating* tamu di aplikasi *Booking.com*

Tahun	<i>Rating</i> 1 - 2	<i>Rating</i> 3 - 4	<i>Rating</i> 5 - 6	<i>Rating</i> 7 - 8	<i>Rating</i> 9 - 10
2020	-	-	2	6	1
2021	-	-	-	-	5
2022	4	3	12	56	79

Sumber: Hasil olahan dari aplikasi *Booking.com*

Hasil *review* dan *rating* yang ada dapat membantu pelanggan lain untuk mengambil keputusan dalam memesan kamar sebuah hotel (Fathin & Millanyani, 2021). Sehingga pihak hotel sebaiknya dapat mengelola dengan baik *online review* dan *rating* yang masuk. Namun, ditemukan bahwa *rating* yang diberikan tamu tanpa adanya komen tidak dibalas, hanya *rating* yang disertai dengan komen atau ulasan yang dibalas oleh pihak hotel. *Front Office Manager* merupakan orang yang berperan dalam mengelola *online review* tamu di aplikasi *Booking.com*, sehingga peneliti akan meneliti mengenai usaha apa saja yang dilakukan oleh *Front Office Manager* dalam mengelola *online review* tamu ini agar dapat meningkatkan *occupancy* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort.

Dapat disimpulkan bahwa *online review* dan *rating* tamu di aplikasi *Booking.com* cukup berpengaruh pada tingkat hunian Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort karena jika ditemukan *review* yang kurang baik akan mempengaruhi keputusan tamu lain dalam memesan kamar. Hal inilah yang menjadi dasar penulis melakukan penelitian dengan judul “Peran *Front Office Manager* dalam Mengelola *Online Review* Tamu di Aplikasi *Booking.com* untuk Meningkatkan *Occupancy* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort”.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut Johnny Saldaña (2011) (dalam Prof. Dr. Sugiyono, 2020:456) penelitian kualitatif merupakan

jenis metode pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti kehidupan sosial yang *natural* atau alamiah. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dianalisis dalam bentuk naratif (non kuantitatif). Data yang diperoleh dapat berupa transkrip hasil wawancara, observasi, dan dokumen atau bahan-bahan yang bersifat visual seperti foto, video, dan bahan dari internet.

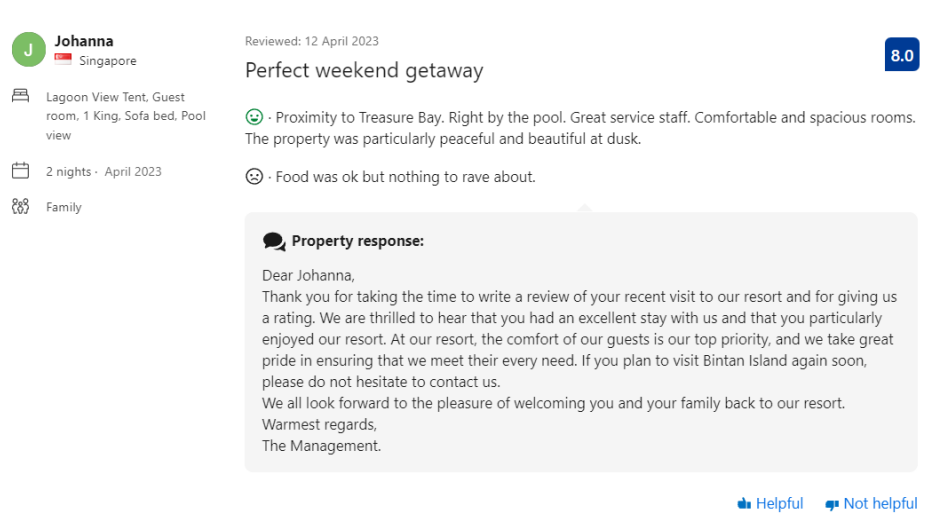
Selanjutnya, (Ramdhan, 2021:6) menyatakan bahwa penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan lebih mengarah ke analisis. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fakta penelitian sesuai dengan fakta di lapangan yang mana proses dan makna yang ditonjolkan di penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan proses di mana peneliti akan mengumpulkan dan menganalisis informasi atau data melalui transkrip hasil wawancara, observasi, dan dokumen atau bahan-bahan bersifat visual yang kemudian diinterpretasikan secara deskriptif. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena sesuai dengan masalah yang diangkat peneliti agar dapat memperoleh informasi atau data mengenai *online review* tamu pada aplikasi *Booking.com* terhadap Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort dan bagaimana peran *Front Office Manager* dalam mengelola *online review* tamu tersebut sehingga dapat mempengaruhi tingkat huniannya.

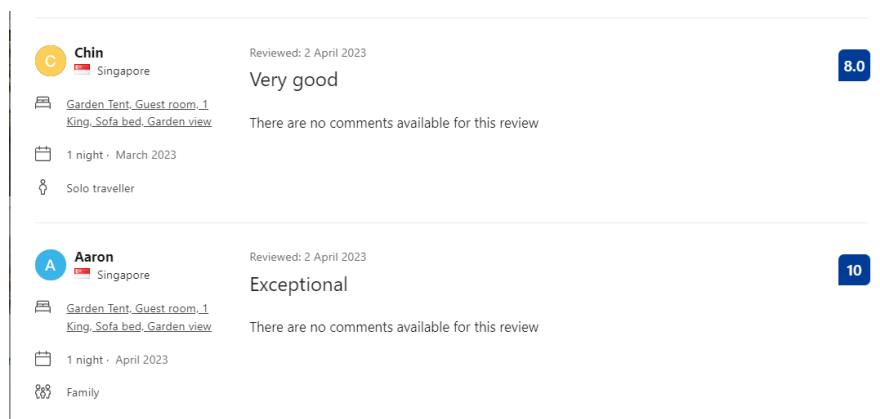
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.2.1 Hasil Observasi Online Review dan Rating Tamu di Aplikasi Booking.com

Peneliti melakukan observasi terhadap *online review* dan *rating* tamu terhadap Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort yang ada di aplikasi *Booking.com*. Peneliti memasukkan dan mengelola *online review* dan *rating* tamu dengan bantuan aplikasi *Microsoft Excel*. Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti menemukan dari 233 *online review* dan *rating* yang diberikan tamu dari periode Januari 2022 hingga April 2023 terdapat sebanyak 115 tamu yang memberikan *rating* tanpa ulasan yang mana seluruhnya tidak dibalas oleh pihak hotel. Kemudian, ditemukan bahwa terdapat sebanyak 118 tamu yang memberikan *rating* disertai dengan ulasan dan dibalas oleh pihak hotel. Dapat dilihat pada gambar 4.2 dan 4.3 untuk contoh *online review* dan *rating* tamu yang dibalas dan tidak dibalas oleh pihak hotel di aplikasi *Booking.com*.



Gambar 4.2 Online review dan rating tamu yang dibalas oleh pihak hotel



Gambar 4.1 *Online review* dan *rating* tamu yang tidak dibalas oleh pihak hotel

Selanjutnya peneliti mengelompokkan jumlah tamu yang memberikan ulasan dan *rating* berdasarkan angka atau skala pengukuran di aplikasi *Booking.com* terhadap Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort.

Tabel 4.1 Jumlah responden *online review* di aplikasi *Booking.com* terhadap Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort tahun 2022

Bulan (Tahun 2022)	<i>Rating</i> 1 - 2 (Sangat Buruk)	<i>Rating</i> 3 - 4 (Buruk)	<i>Rating</i> 5 - 6 (Cukup)	<i>Rating</i> 7 - 8 (Baik)	<i>Rating</i> 9 - 10 (Sangat Baik)
Januari	-	-	-	-	-
Februari	-	-	-	-	-
Maret	-	-	-	-	1
April	-	1	-	-	2
Mei	-	-	-	3	3
Juni	-	-	4	3	5
Juli	2	-	1	8	8
Agustus	-	1	2	10	5
September	-	1	1	9	7
Oktober	2	-	2	4	12
November	-	-	1	4	16
Desember	-	-	-	15	20

Sumber: Hasil olahan data aplikasi *Booking.com*

Tabel 4.2 Jumlah responden *online review* di aplikasi *Booking.com* terhadap Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort tahun 2023

Bulan	<i>Rating</i> 1 - 2	<i>Rating</i> 3 - 4	<i>Rating</i> 5 - 6	<i>Rating</i> 7 - 8	<i>Rating</i> 9 - 10
-------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	-------------------------

(Tahun 2023)	(Sangat Buruk)	(Buruk)	(Cukup)	(Baik)	(Sangat Baik)
Januari	-	-	-	5	10
Februari	-	-	-	5	13
Maret	-	-	-	8	21
April	-	-	-	6	12

Sumber: Hasil olahan data aplikasi *Booking.com*

Dari Tabel 4.1 dan Tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa ada peningkatan jumlah tamu yang menuliskan *online review* di aplikasi *Booking.com* dan juga *online review* dan *rating* yang diberikan juga baik. Jumlah *review* “Sangat Buruk” ada 4 dari total responden 233 yaitu sama dengan 1.72%. Jumlah *review* “Buruk” ada 3 dari total responden 233 yaitu sama dengan 1.29%. Jumlah *review* “Cukup” ada 11 dari total responden 233 yaitu sama dengan 4.72%. Jumlah *review* “Baik” ada 80 dari total responden 233 yaitu sama dengan 34.33%. Dan jumlah *review* “Sangat Baik” ada 135 dari total responden 233 yaitu sama dengan 57.94%.

4.2.2 Hasil Wawancara terhadap Staf *Front Office* dan *Front Office Manager*

Salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan wawancara. Data yang didapatkan merupakan hasil dari wawancara tatap muka yang dilakukan pada tanggal 28 Mei 2023 dan 29 Mei 2023 di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort. Narasumber dari wawancara ini yaitu terdiri dari *Front Office Manager* dan beberapa staf *Front Office*.

1. Pentingnya *online review* dan *rating*

Dari hasil wawancara dengan Mochammad Reza Nurdiansyah selaku *Front Desk Agent* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, ia mengatakan bahwa *online review* dan *rating* yang diberikan tamu sangat penting karena pada masa sekarang semua informasi dapat diakses atau didapatkan melalui media sosial dan internet. Dan juga banyak dari calon tamu yang mencari tahu informasi melalui ulasan yang diberikan tamu sebelumnya sebagai referensi untuk memutuskan akan memesan atau tidak memesan kamar di tempat tersebut.

Dari hasil wawancara dengan Richard Evert Ombuh selaku *Front Office Supervisor* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, *online review* dan *rating* yang diberikan tamu itu penting karena dapat digunakan sebagai tolak ukur oleh hotel untuk mengetahui bagaimana *quality of service* dan *product* yang ada di hotel agar dapat ditingkatkan lagi. Ia juga mengatakan bahwa masa sekarang banyak calon tamu akan melakukan survei melalui internet terlebih dahulu sebelum mengunjungi sebuah tempat agar dapat mengetahui bagaimana tempat tersebut, apakah sesuai dengan ekspektasi mereka atau tidak, dan bagaimana riwayat dari sebuah tempat yang akan mereka kunjungi.

Kemudian, menurut Ranti Effendi selaku *Front Office Manager* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, *online review* dan *rating* dari tamu sangat penting karena dapat dijadikan sebagai acuan untuk meningkatkan produk dan kualitas hotel sehingga mampu mengurangi keluhan tamu.

Dari ketiga informan tersebut dapat disimpulkan bahwa *online review* dan *rating* yang diberikan tamu itu sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan dalam memesan kamar dan juga sebagai tolak ukur oleh hotel agar tahu bagian mana yang harus ditingkatkan lagi dan bagian mana yang harus dipertahankan.

2. Usaha dalam mengelola *online review* tamu di aplikasi *Booking.com* untuk meningkatkan *occupancy* hotel

Dari hasil wawancara dengan Muhamad Suparno selaku *Loyalty Manager* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, ia mengatakan bahwa *online review* dan *rating* sangat berpengaruh terhadap keputusan tamu untuk menginap di sebuah hotel sehingga pihak hotel harus bisa mengelola *online review* tamu dengan baik agar dapat meningkatkan kualitas hotel itu sendiri dan dapat mengembalikan tingkat kepercayaan tamu.

Kemudian, menurut Richard Evert Ombuh selaku *Front Office Supervisor* Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, pihak hotel harus mengelola *online review* dengan baik agar dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan hotel tersebut sehingga hotel dapat lebih baik lagi.

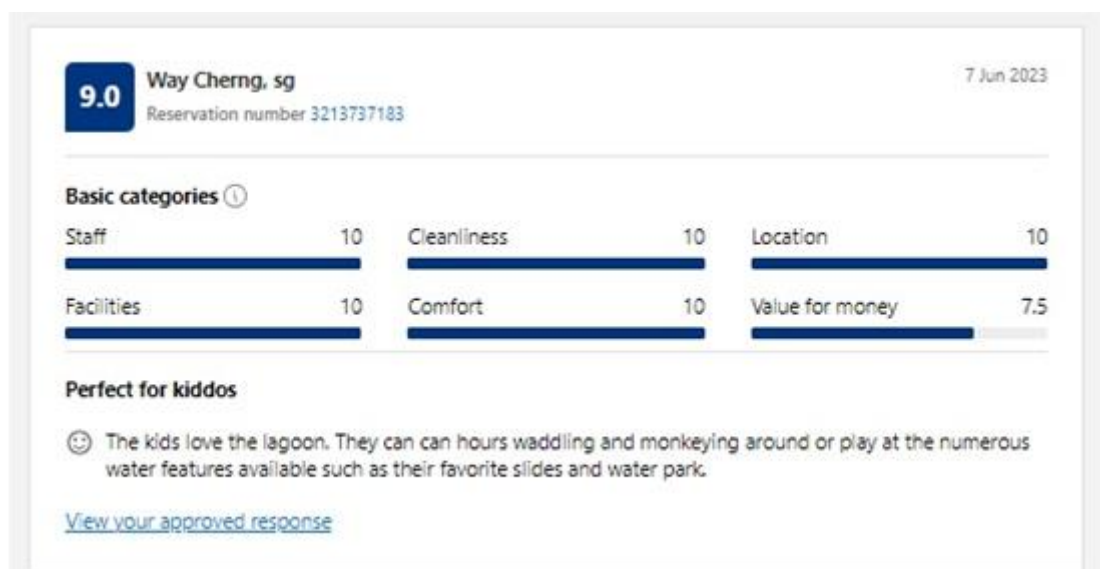
Sedangkan, menurut Mochammad Reza Nurdiansyah selaku *Front Desk Agent* Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, pihak hotel harus mengelola *online review* tamu dengan baik karena dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran secara tidak langsung. Ia juga mengatakan bahwa pihak hotel perlu memberikan pelayanan di atas kebutuhan atau yang diharapkan tamu agar pengalaman menginapnya menjadi berkesan.

Dari ketiga informan di atas, dapat disimpulkan bahwa *online review* dan *rating* yang diberikan tamu harus dikelola dengan baik oleh pihak hotel agar pihak hotel dapat mengetahui kelebihan dan kelemahan hotel tersebut dari sudut pandang tamu sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan produk hotel. Pihak hotel juga dapat melakukan promosi secara tidak langsung saat membalas *online review* yang telah diberikan tamu.

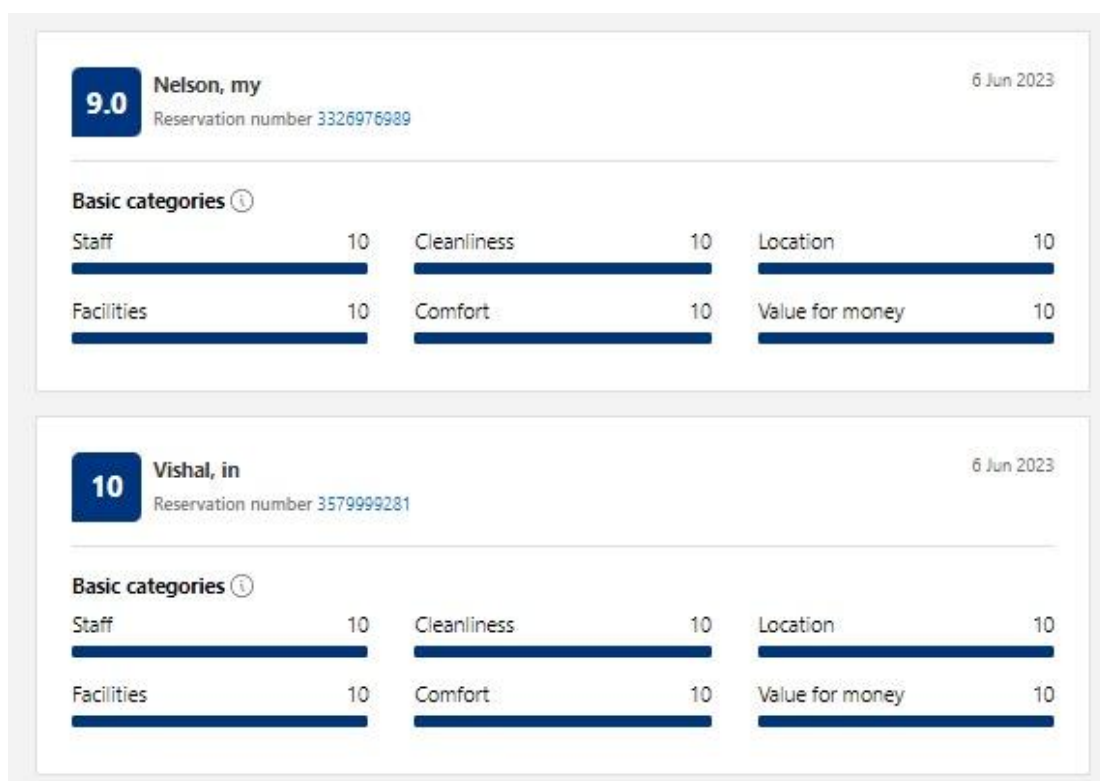
Dari hasil wawancara dengan Ranti Effendi selaku *Front Office Manager* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort, ia mengatakan bahwa *online review* tamu di aplikasi *Booking.com* akan dikelola dengan baik, yaitu dengan cara membalas semua *online review* dan *rating* yang masuk paling lambat 72 jam sejak *review* masuk dengan *template* yang telah disediakan oleh tim *marketing*. Namun, untuk *rating* tanpa ulasan, pihak hotel tidak dapat membalasnya dikarenakan tidak ada *button* untuk membalas yang disediakan oleh pihak *Booking.com*. Ia juga mengatakan bahwa jika ditemukan *bad review*, ia akan mencari tahu kronologi masalahnya dan langsung *follow up* ke departemen yang bersangkutan. Kemudian akan mengirimkan *email* secara pribadi kepada tamu yang memiliki pengalaman menginap kurang baik. Ia juga berkolaborasi dengan tim *sales* dan *marketing* untuk *update promotion* dan harga di *online travel agent* seperti membuat paket kamar yang termasuk dengan *daily lunch or dinner* guna menciptakan daya tarik tamu untuk melakukan pemesanan kamar.

Dari pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa usaha yang dilakukan *Front Office Manager* yaitu dengan cara membalas seluruh *online review* yang dituliskan tamu kecuali untuk tamu yang memberikan *rating* tanpa ada ulasan paling lambat 72 jam terhitung dari *review* masuk dengan mengucapkan terima kasih dan menuliskan kata-kata yang mengharap tamu untuk kembali lagi kepada setiap tamu yang telah meluangkan waktu untuk menuliskan *review*. Selain itu, *Front office Manager* juga bekerja sama dengan tim *sales* dan *marketing* untuk *update* paket promosi seperti kamar *include* dengan *daily lunch or dinner*. Pihak hotel juga akan selalu memperbaiki dan meningkatkan kualitasnya agar tidak terulang lagi keluhan yang sama dengan tamu yang berbeda.

Dapat dilihat pada gambar 4.4 dan 4.5 untuk contoh *online review* dan *rating* yang dapat dibalas dan tidak dapat dibalas oleh pihak hotel.



Gambar 4.2 Online review dan rating yang dapat dibalas oleh pihak hotel



Gambar 4.3 Online review dan rating yang tidak dapat dibalas oleh pihak hotel

Dari rangkaian wawancara dan gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa *online review* dan *rating* tamu sangat penting untuk dikelola dengan baik oleh pihak hotel karena dapat mempengaruhi tamu untuk melakukan pemesanan atau pemesanan ulang. *Front Office*

Manager sudah sangat berperan dalam mengelola *online review* tamu dengan membalas *online review* tamu paling lambat 72 jam sejak *review* masuk, meskipun yang dapat dibalas hanyalah *rating* yang disertai ulasan. Untuk *bad review* sendiri, *Front Office Manager* juga berupaya untuk mencari tahu permasalahannya secara terperinci dan menghubungi tamu secara langsung melalui *email* kantor *Front Office Manager* serta menawarkan atau memberikan *service recovery* seperti memberikan poin kepada akun *membership* tamu.

4.2.3 Data Occupancy Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort

Tabel 4.3 Jumlah *room night* reservasi melalui *Booking.com*

BULAN	TAHUN 2022	TAHUN 2023
Januari	27	166
Februari	11	161
Maret	35	157
April	43	129
Mei	142	-
Juni	272	-
Juli	157	-
Agustus	204	-
September	287	-
Oktober	253	-
November	240	-
Desember	490	-

Sumber: Hasil olahan data hotel

Dari Tabel 4.3, dapat disimpulkan bahwa terjadinya peningkatan jumlah *room night* reservasi periode Januari - April 2022 dengan periode Januari – April 2023 sehingga berpengaruh juga terhadap *occupancy* di Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort.

KESIMPULAN

1. *Review* dan *rating* yang diberikan tamu itu sangat penting sehingga harus dikelola dengan baik oleh pihak hotel. Dari *review* yang diberikan tamu pihak hotel dapat mengetahui pengalaman tamu menginap serta bagian yang perlu ditingkatkan lagi.
2. *Online review* dan *rating* yang diberikan tamu di aplikasi *Booking.com* dapat dilihat pada tabel 4.1 dan tabel 4.2, bahwa 57.94% tamu memberikan *online review* dan *rating* “Sangat Baik” (9 – 10) terhadap Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort. Hasil dari *online review* dan *rating* yang baik akan mempengaruhi keinginan tamu untuk melakukan pemesanan kamar.
3. Pada aplikasi *Booking.com*, untuk tamu yang memberikan *rating* tanpa ulasan tidak ada *button* yang disediakan untuk membalas *rating* yang diberikan tamu. Sehingga pihak hotel tidak dapat memberikan balasan kepada tamu yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi *rating* tersebut.
4. Usaha *Front Office Manager* dalam mengelola *online review* tamu di aplikasi *Booking.com* terhadap Natra Bintan, a Tribute Portfolio Resort yaitu dengan cara selalu

membalas *online review* tamu yang masuk secara *manual* dengan *template* yang sudah ada dan akan dibalas dalam waktu 72 jam sejak *review* masuk. Untuk *bad review* yang masuk, *Front Office Manager* akan menghubungi tamu tersebut melalui *email* untuk meminta maaf agar lebih *personal* dan memberikan *service recovery* jika diperlukan.

5. Jumlah *room night* reservasi yang dilakukan tamu melalui *Booking.com* dapat dilihat dari Tabel 4.3, bahwa ada peningkatan jika dibandingkan dari bulan Januari – April 2022 dengan bulan Januari – April 2023 yang mana dapat dikatakan bahwa adanya peningkatan *occupancy* Natra Bintang, a Tribute Portfolio Resort yang melakukan reservasi melalui aplikasi *Booking.com*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afsheena, F. (2023). *OTA (Online Travel Agent) Kenali Pengertian dan Perbedaannya dengan VHO. Hotelier*. <https://hotelier.id/online-travel-agent/>
- Ahmad, J. (2018). *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis) Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)*. June. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>
- Aim. (2021). *Deretan Tugas Dan Tanggung Jawab Front Office Manager di Perusahaan*. <https://kampuninggrisla.com/tugas-dan-tanggung-jawab-front-office-manager-2/>
- Anisa Sekarningrum. (2022). *Front office: Pengertian, peran, struktur organisasi, dan bedanya dengan back office*. Ekrut Media. <https://www.ekrut.com/media/front-office-adalah>
- Asmynendar, D. I., Marseto, & Sishadiyati. (2021). *Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto , Tingkat Hunian Hotel , dan Jumlah Wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kota Batu*. 17, 276–291.
- Atila, A. (2021). *Inilah Pekerjaan dari Seorang Front Office Manager di sebuah Hotel*. <https://www.jojonomic.com/blog/front-office-manager/>
- Belajarekonomi.com. (2022). *Perbedaan Data Primer dan Sekunder dalam Penelitian*. <https://belajarekonomi.com/perbedaan-data-primer-dan-sekunder/>
- CNBC Indonesia. (2022). *Pariwisata Dibuka Lagi, Turis dari 43 Negara Bebas Masuk RI*. CNBC Indonesia <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20220411134829-33-330605/pariwisata-dibuka-lagi-turis-dari-43-negara-bebas-masuk-ri>
- dqlab.id. (2022). *Jenis Teknik Analisis Data Kualitatif Paling Sering Digunakan*. <https://www.dqlab.id/jenis-teknik-analisis-data-kualitatif-paling-sering-digunakan>
- Dr. Bachruddin Saleh Luturlean, S.E., M., dkk. (2019). *STRATEGI BISNIS PARIWISATA* (1st ed.). Bandung: Katalog Dalam Terbitan (KDT).
- Dr. Muhammad Ramdhan. (2021). *Metode Penelitian* (A. A. Effendy (ed.)). Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Fachrudin, K. A., Tarigan, L. D., Iman, M. F. (2022). *Analisis Rating dan Harga Kamar Hotel Bintang Lima di Indonesia*. Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen, 3(3), 237-252. <http://penerbitgoodwood.com/index.php/Jakman/article/view/1107/269>
- Grandtjokro.com. (2020). *Apa perbedaan Resort, Vila, Hotel & Guest House*. Grandtjokro.Com. <https://www.grandtjokro.com/jakarta/blog/apa-perbedaan-resort-vila-hotel-dan-guest-house>
- Hermawan, H., Brahmanto, E., & Hamzah, F. (2018). *Pengantar Manajemen Hospitality* (H.

- Asmarani (ed.)). Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- kominfo.go.id. (2015). *Saatnya Kembangkan Potensi Pariwisata Indonesia*. Kominfo. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/5640/saatnya-kembangkan-potensi-pariwisata-indonesia/0/infografis>
- kumparan.com. (2022). *Macam Macam Data Berdasarkan Sifat dan Sumbernya*. <https://kumparan.com/how-to-teknologi/macam-macam-data-berdasarkan-sifat-dan-sumbernya-1xbA4o8lOKa>
- Populix. (2022). *Teknik Pengumpulan Data Kualitatif & Kuantitatif yang Tepat*. <https://info.populix.co/articles/teknik-pengumpulan-data/>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Pariwisata* (M. Dr. Nining Yuniati SS (ed.); 1st ed.). Bandung: ALFABETA, cv.
- Putri, E. D. H. (2018). *Pengantar Akomodasi dan Restoran* (H. Rahmadhani & K. E. Yuliana (eds.); 1st ed.). Yogyakarta: Deepublish.
- Putri, P. S. (2020). *Usaha Guest Relation Officer Dalam Meningkatkan Occupancy Melalui Online Review Tripadvisor Tamu di The Phoenix Hotel Yogyakarta*. Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
- Putro, R. M. A. B. (2021). *Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Tamu Memilih Hotel Indah Palace Yogyakarta.pdf*. Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- qiscus. (2021). *Analisis Data: Pengertian, Fungsi, dan Cara Menerapkannya*. <https://www.qiscus.com/id/blog/analisis-data-pengertian-fungsi-dan-cara-menerapkannya-dengan-efisien/>
- Revida, E., & dkk. (2020). *Pengantar Pariwisata* (J. Simarmata (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Rezeki, S., & Ninie. (2019). *Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Fasilitas terhadap Tingkat Hunian di PT. Karya Cipta Pesona (Aryaduta Medan)*. 5, 1–12.
- Salmaa. (2021). *Pengertian Data Penelitian, Jenis-Jenis, dan Contoh Lengkap*. <https://www.duniadosen.com/data-penelitian/#>
- Saragih, L. S. (2019). *Dampak online travel agent (ota) dalam meningkatkan pengunjung di pardede internasional hotel medan*. 3(1).
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (F. Maharani (ed.)). Yogyakarta: PT Kanisius.
- Sevtiani, S., Sri, A. A. P., & Sari, N. P. R. (2020). *Analisis Pengaruh Online Review pada Booking.com Terhadap Keputusan Wisatawan Menginap di De Vins Sky Hotel Seminyak, Bali*. 4(2), 64–81.
- Srimulia. (2022). *Front Office: Pengertian, Struktur, Fungsi dan Tugas, dan Tujuannya*. IDMETAFORA. <https://idmetafora.com/news/read/1727/Front-Office-Pengertian-Struktur-Fungsi-dan-Tugas-dan-Tujuannya.html>
- Wirawan, P. E., Octaviany, V., & Nuruddin. (2022). *Pengantar Pariwisata* (V. Priya & N. Widiastuti (eds.); 1st ed.). NILACAKRA.
- Zahra. (2021). *Online Travel Agents (OTA) untuk Meningkatkan Pemesanan Tiket Hotel Online Masa Kini*. <https://omnihotelier.com/2021/05/15/online-travel-agents-ota-untuk-meningkatkan-pemesanan-tiket-hotel-online-masa-kini/>