

**Strategi Pemasaran Hotel Melalui Aplikasi Thg Apps: Studi Kasus Pada
Hotel the Trans Resort Bali**

Oleh

Ni Putu Ayu Ariani, NIM 2257015004

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel the Trans Resort Bali dengan menggunakan aplikasi Thg.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran dan kendala dari hotel The Trans dalam menggunakan aplikasi Thg. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya yaitu deskriptif kualitatif yang terkumpul melalui wawancara, observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aplikasi Thg dan lengkapnya fasilitas hotel dalam deskripsi fasilitas memiliki peran besar untuk meningkatkan occupancy hotel dengan adanya promo dan kerja sama dengan produk CT Corp lainnya. Sedangkan untuk kendalanya ada yang internal dari manajemen dan tamu dan eksternal yaitu dari persaingan platform pemesanan online besar lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan melalui Thg apps yaitu memfokuskan ke kolaborasi yang dilakukan hotel dengan produk CT Corp lainnya.

Kata kunci: Fasilitas, diskon, aplikasi pemesanan

**Hotel Marketing Strategy Through Thg Apps: A Case Study of the Trans
Resort Hotel Bali**

by

Ni Putu Ayu Ariani, NIM 2257015004

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This research was conducted to identify the marketing strategies of the Hotel The Trans Resort Bali using the application Thg. This research is aimed at identifying the marketing strategy and obstacles of the hotel The Trans in using the app Thg. This link uses qualitative methods with data collection techniques i.e. descriptive qualitatives collected through interviews, observations. The results showed that the Thg Application and the completeness of the hotel features in the facility descriptions have a major role to play in improving the hotel occupancy with the presence of promotions and cooperation with other CT Corp products. Somewhat for its constraints there are internal guest data management and external that is from the competition of other major online booking platforms. Based on the results of the research, it can be concluded that the promotion strategy carried out through Thg apps is to focus on the collaboration that the hotel does with other CT Corp products.

Keywords: *Facilities, discounts, booking applications*