

***ONLINE REPUTATION MANAGEMENT (ORM) DI
HOTEL VILLA OMBAK GILI TRAWANGAN-LOMBOK***

PROYEK AKHIR

Disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan
Program Diploma IV
Program Studi Administrasi Hotel
Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Disusun oleh :

NI NYOMAN AVIONICA INDAH LESTARI

Nomor Induk: 201621272

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI
BANDUNG**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

ONLINE REPUTATION MANAGMENT (ORM) DI HOTEL VILA OMBAK GILI
TRAWANGAN, LOMBOK

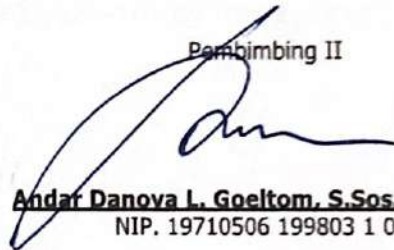
NAMA : NI NYOMAN AVIONICA INDAH LESTARI
NIM : 201621272
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI HOTEL
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I



Wientor Rah Mada, SST.Par., MM.
NIP. 19760628 200502 1 001

Pembimbing II



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001

Bandung,

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan
Kemahasiswaan,

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung,

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc
NIP.19710506 199803 1 001



Faisal, MM.Par.,CHE
NIP. 19730706 199503 1 001

HALAMAN MOTTO

“DON'T STOP WHEN YOU'RE TIRED, STOP WHEN YOU'RE DONE.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Teruntuk semua orang baik yang menjadi saksi selama masa kuliah “

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Ni Nyoman Avionica Indah Lestari

Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 04 Juli 1998

NIM : 201621272

Program Studi : Administrasi Hotel

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul: **"Online Reputation Management (ORM) di Hotel Vila Ombak Gili Trawangan – Lombok"** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,




Ni Nyoman Avionica Indah Lestari

201621272

ABSTRAK

Penelitian yang penulis lakukan ini didasarkan pada perkembangan teknologi yang sangat pesat yang membuat segala sesuatu menjadi semakin mudah dan cepat, sehingga hal tersebut juga mempengaruhi dunia *marketing* yang kemudian didalamnya muncul *online travel agent*. Dimana dalam *online travel agent* terdapat review yang dituliskan oleh pengguna *online travel agent* itu sendiri yang dapat mempengaruhi pengguna yang lain dan reputasi suatu perusahaan. Sehingga dengan demikian penulis memutuskan untuk mengambil judul Pengaruh *Online Reputation Management* (ORM) di Hotel Vila Ombak Gili Trawangan – Lombok.

Penelitian yang berjudul *Online Reputation Management* (ORM) di Hotel Vila Ombak Gili Trawangan – Lombok., menggunakan metode analisis deskriptif dengan satu variable. Yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah 2 orang, yaitu *Sales Manager* dan *Hotel Manager* serta komentar dari tamu yang sudah pernah memesan kamar melalui *Booking.com*. Berdasarkan hasil penelitian, penulis mendapati bahwa *presence, online review, social media, surveying, analysis* dan *bechmarking and scoring* sebagai *attribute Online Reputation* di Hotel Vila Ombak Gili Trawangan – Lombok sudah cukup baik. Akan tetapi belum sepenuhnya berhasil dan efektif sehingga diperlukan perbaikan-perbaikan yang berkaitan dengan *online reputation* untuk membantu meningkatkan reputasi online hotel.

Kata Kunci: *Online reputation, Online travel Agent, Social Media, Online review.*

ABSTRACT

The research that the author is doing is based on a very rapid technological development that makes things easier and faster, so that it also affects the world of marketing which then appears online travel agents. Where in the online travel agent there are reviews written by users of the online travel agent itself which can affect other users and the reputation of a company. So thus the author decides to take the title of the Effect of Online Reputation Management (ORM) at the Hotel Vila Ombak Gili Trawangan - Lombok.

The study, entitled Online Reputation Management (ORM) at the Vila Ombak Hotel in Gili Trawangan - Lombok, used a descriptive analysis method with one variable. The informants in this study amounted to 2 people, Sales Manager and Hotel Manager as well as comments from guests who had booked a room through Booking.com. Based on the results of the study, the authors found that presence, online review, social media, surveying, analysis and bechmarking and scoring as an attribute of Online Reputation at the Vila Ombak Hotel in Gili Trawangan - Lombok was good enough. However, it has not been fully successful and effective so improvements are needed related to online reputation to help improve the online reputation of the hotel.

Keywords: Online reputation, Online travel Agent, Social Media, Online review.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, penyertaan dan bimbingan-Nya maka Proyek Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Proyek Akhir yang berjudul “*ONLINE REPUTATION MANAGEMENT (ORM) DI HOTEL VILLA OMBAK GILI TRAWANGAN-LOMBOK*” ini penulis susun dengan tujuan untuk melaporkan hasil dari penelitian dan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi program Diploma IV Program Studi Administrasi Hotel di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

Selesainya penyusunan Proyek Akhir ini pastinya tidak akan terlepas dari bantuan berbagai pihak lainnya, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan penuh rasa hormat dan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan Proyek Akhir ini dari awal hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Faisal, MM.Par.,CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Edison, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

4. Bapak Pudir Saepudin, SST.Par., MPPar. selaku Ketua Program Studi Administrasi Hotel.
5. Bapak Wientor Rah Mada, SST.Par., MM. selaku pembimbing I, atas waktu dan pengetahuannya selama membimbing penulis.
6. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku pembimbing II, atas waktu dan pengetahuannya selama membimbing penulis.
7. Bapak Jaufirrahman selaku sales manager Hotel Vila Ombak Gili Trawangan – Lombok.
8. Papa, Mama, Kak Erlin, Kak Mona, dan Adik Tona selaku keluarga penulis yang telah memberikan dukungan baik secara materil maupun moril.
9. Kewin, Tasha, Daffa, Pampam, Bimo, Dhias, Sam, Miftah, Billy, Alfa dan Gama selaku sahabat sekaligus teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan saran selama Proyek Akhir ini dikerjakan.
10. Dhina, Ancha, Dellany, Dhea, Michelle, Arjun, Juliandi, Joezu, Kevin, Yunus dan Firman selalu sahabat lama penulis yang selalu memberikan semangat dan membantu penulis selama Proyek Akhir ini dikerjakan.
11. Farell Christopher Wihadhi, selaku teman terdekat penulis yang selalu menampung keluh kesah penulis dan memberikan dukungan serta semangat yang tiada henti selama Proyek Akhir ini dikerjakan.
12. Seluruh teman-teman semester akhir, khususnya ADH 8A yang telah berjuang bersama sampai pada akhirnya kita bersama sampai pada titik ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada pembaca karena telah meluangkan waktu untuk membaca Proyek Akhir ini, dan penulis meminta maaf jika terdapat kesalahan ataupun kekurangan di dalam Proyek Akhir ini. Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dari para pembaca yang budiman sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan makalah ini kedepannya. Penulis berharap bahwa dengan adanya Proyek Akhir ini, dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, 9 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
1. <i>Marketing</i>	11
2. <i>Digital Marketing</i>	12
3. <i>Word Of Mouth (WOM)</i>	14
4. <i>Online Travel Agent (OTA)</i>	15
5. <i>Online Reputation Management (ORM)</i>	15
B. Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III. METODE PENELITIAN	21
A. Pendekatan Penelitian	21
B. Obyek dan Subjek Penelitian	23
C. Jenis dan Sumber Data	24
D. <u>Metode Pengumpulan Data</u>	<u>24</u>
1. <u>Dokumentasi</u>	25
2. Rekaman Arsip.....	25
3. Wawancara	26
4. Analisis Data	27
1. Reduksi Data	28
2. Penyajian Data	29
3. Kesimpulan	29
5. <u>Pengujian Keabsahan Data</u>	<u>30</u>
E. Jadwal Penelitian	34
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35

A. Hasil Penelitian	35
1. Tinjauan Mengenai Review pada <i>Booking.com</i>	35
2. <i>Online Reputation Management</i> di Hotel Vila Ombak.....	37
a. <i>Presence</i>	38
b. <i>Online Reviews</i>	43
c. <i>Social Media</i>	53
d. <i>Surveying</i>	57
e. <i>Analysis</i>	58
f. <i>Benchmarking and Scoring</i>	59
B. Pembahasan.....	59
BAB V. SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	64
A. Simpulan	64
B. Rekomendasi.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	77

DAFTAR GRAFIK

1. GRAFIK 1 *Sourced of booked* 5
2. GRAFIK 2 *Website Hotel* 4

DAFTAR TABEL

1. TABEL 1 Online Travel Agent.....	7
2. TABEL 2 Review Hotel pada Booking.com	44
3. TABEL 3 Bauran Pemasaran (Families)	46
4. TABEL 4 Bauran Pemasaran (Couple).....	47
5. TABEL 5 Bauran Pemasaran (Group).....	48
6. TABEL 6 Bauran Pemasaran (Solo Travelers).....	49
7. TABEL 7 Bauran Pemasaran (Business Travelers).....	51

DAFTAR GAMBAR

1. GAMBAR 1 Kerangka Pemikiran	20
2. GAMBAR 2 Review Hotel	36
3. GAMBAR 3 Instagram (<i>Presence</i>)	38
4. GAMBAR 4 Twitter (<i>Presence</i>)	39
5. GAMBAR 5 Facebook (<i>Presence</i>)	40
6. GAMBAR 6 Youtube (<i>Presence</i>)	41
7. GAMBAR 7 Website (<i>Presence</i>)	42
8. GAMBAR 8 Instagram (<i>Social Media</i>)	53
9. GAMBAR 9 Twitter (<i>Social Media</i>)	54
10. GAMBAR 10 Facebook (<i>Social Media</i>).....	55
11. GAMBAR 11 Youtube (<i>Social Media</i>)	56
12. GAMBAR 12 Social Mention	72

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., & Kotler, P. (2002). *Mastering Marketing*.
- Andrian, Y., & Rusman, R. (2019). Implementasi pembelajaran abad 21 dalam kurikulum 2013. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, 12(1), 14-23.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher), 2018.
- Ariska, T. (2020). Analisis Kesulitan Belajar Matematika Siswa Kelas V pada Materi KPK dan FPB Madrasah Ibtidaiyah Negeri 2 Kota Palembang. *el-Ibtidaiy: Journal of Primary Education*, 3(1), 36-42.
- Bronner, F., & De Hoog, R. (2011). Vacationers and eWOM: Who posts, and why, where, and what?. *Journal of Travel Research*, 50(1), 15-26.
- Chatterjee, Patrali. 2001. *Online Reviews: Do Consumers Use Them? UT: Association for Consumer Research*
- Cordenons, A., Gulamali, A., & Heüveldop, K. (2017). SeaWorld vs Blackfish: Will The Orcas Sink The Animal Theme Park Into Oblivion. *LBMG Corporate Brand Management and Reputation-Masters Case Series*.
- Djaelani, Aunu Rofiq. "Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif." *PAWIYATAN* 20.1 (2013).
- Hsun Hung, Ying; Liang Huang, Tsong; Chzi Hsieh, Jing. 2012 *Online reputation management for improving marketing by using a hybrid MCDM model. International journal of contemporary Hospitality Management vol 35; Google scholar*
- Hung, Ying-Hsun, et al. "Online reputation management for improving marketing by using a hybrid MCDM model." *Knowledge-Based Systems* 35 (2012): 87-93.
- Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*, Yogyakarta; Graha Ilmu, 2006.
- Karinov. 2018. *Strategi Pemasaran Paling Efektif di Tahun 2018*. Jakarta: Karinov | Your Digital Partner 2019
- Kilian, Karsten. "Influencer Marketing—Markenerfolg mit reichweitenstarken prominenten Testimonials." *transfer Werbeforschung & Praxis* 63.2 (2017): 60-66.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. "Principles of Marketing Global." *USE: Pearson Education* 6 (2012): 47-48.

Lestiawan, Heru, et al. Purwarupa Pembelajaran Mandiri Sistem Aplikasi Akuntansi UMKM Berbasis Web Dalam Pemberdayaan USAha Masyarakat Jawa Tengah. *Prosiding Snatif*, 2014, 445-452.

Lucyantoro, Bagas Ilham, and Mochammad Rizaldy Rachmansyah. "Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya)." *Ekonomika'45* 5.1 (2017).

Mbatha, Tokiso Masechaba, Maritha Pritchard, and Abyshey Nhedzi. "An investigation into post crisis online reputation restoration strategies: A South African perspective." (2019).

Praswati, Aflit Nuryulia, et al. Online Marketing Strategy in Tourism Village Using Videography.

Pratama, Febby Candra. "CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SEBAGAI STRATEGI MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN PENGGILINGAN PADI." *Ekonomi Bisnis* 24.2 (2019): 80-87.

Sari, Fanny Puspita, and Tri Yuniati. "Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5.6 (2016).

Smith, Michael D., Joseph Bailey, and Erik Brynjolfsson. *Understanding digital markets: review and assessment*. MIT press, 1999.

Sugiyono, P. D. "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D." *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung* (2017).

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Vartiak, Lukáš. "Benefits of online reputation management for organizations operating in various industries." *TRANSCOM 2015*(2015): 270-276.

Zhao, Xinyuan; Liang Wang; Xiao Guo; Rob Law. 2015. *The Influence of Online Reviews to Online Hotel Booking Intentions*. International Journal of Contemporary Hospitality Management vol. 27; Emerald Publishing Limited