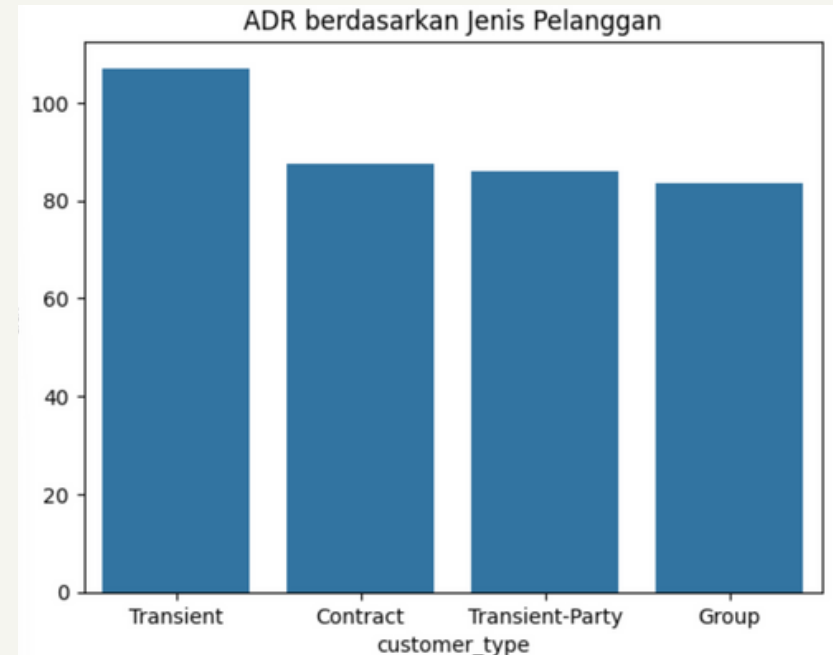
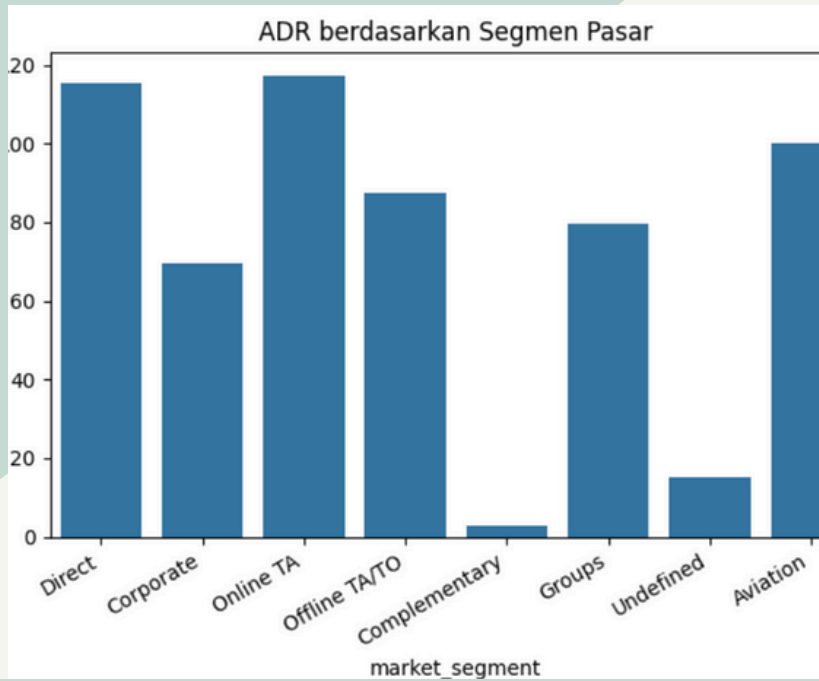


FRAME 1 : EVOLUSI INDUSTRI PERHOTELAN



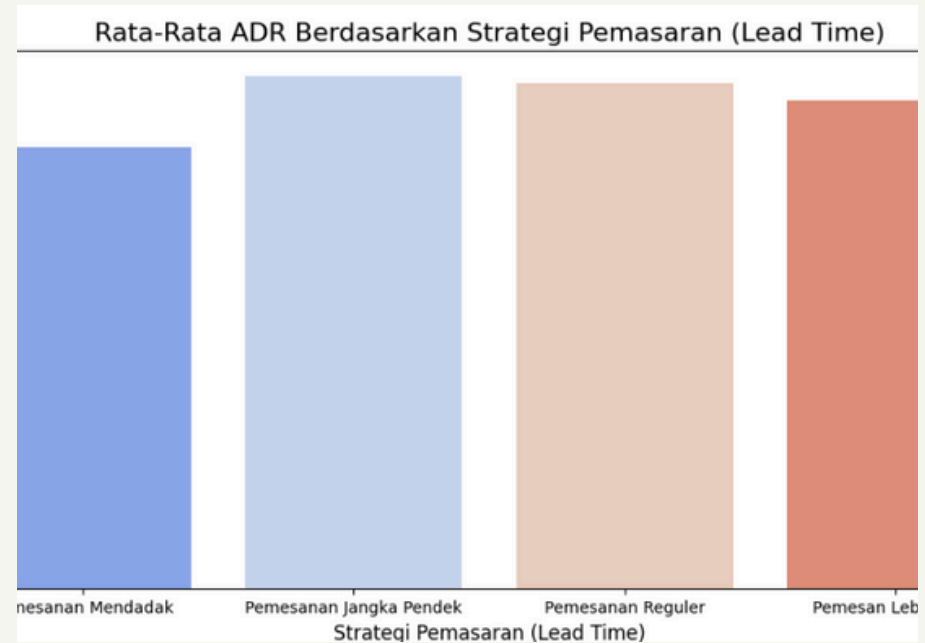
Industri perhotelan terus berevolusi mengikuti kebutuhan modern pelanggan. Personalisasi layanan dan kemudahan reservasi menjadi kunci utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memanfaatkan data, hotel dapat lebih memahami preferensi dan perilaku tamu mereka.

FRAME 2 : PERILAKU PEMESANAN PELANGGAN



Analisis menunjukkan bahwa pelanggan yang memesan secara mandiri dan melalui platform online cenderung membayar tarif yang lebih tinggi. Ini termasuk mereka yang memesan langsung ke hotel atau menggunakan agen perjalanan online (OTA).

FRAME 3: POLA PEMESANAN DAN PEMBATALAN

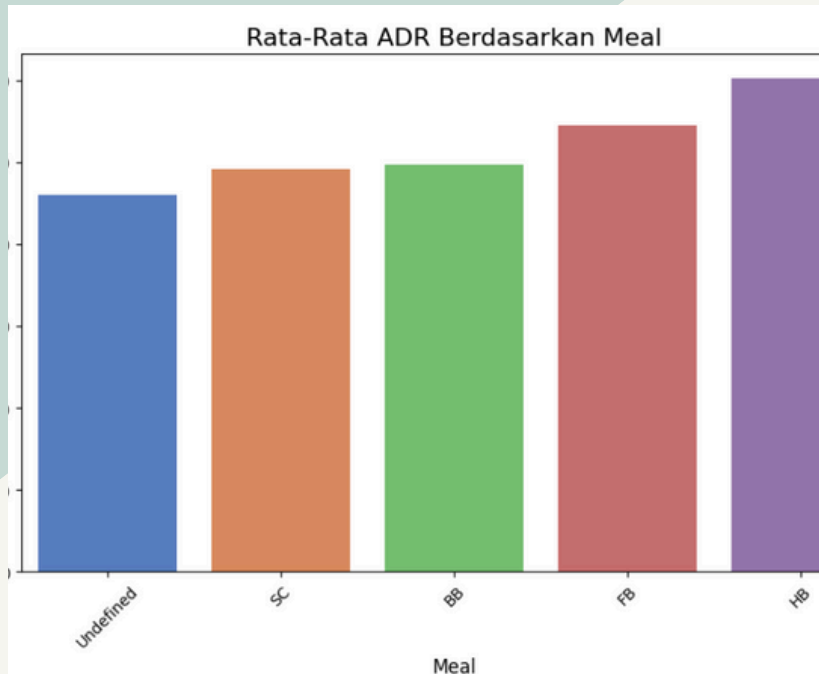


Terdapat korelasi menarik antara waktu pemesanan dan tingkat pembatalan. Pelanggan yang memesan jauh-jauh hari memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk membatalkan pesanan dibandingkan dengan pemesanan mendadak dikarenakan harga relatif mahal.

BOOKING Hotel

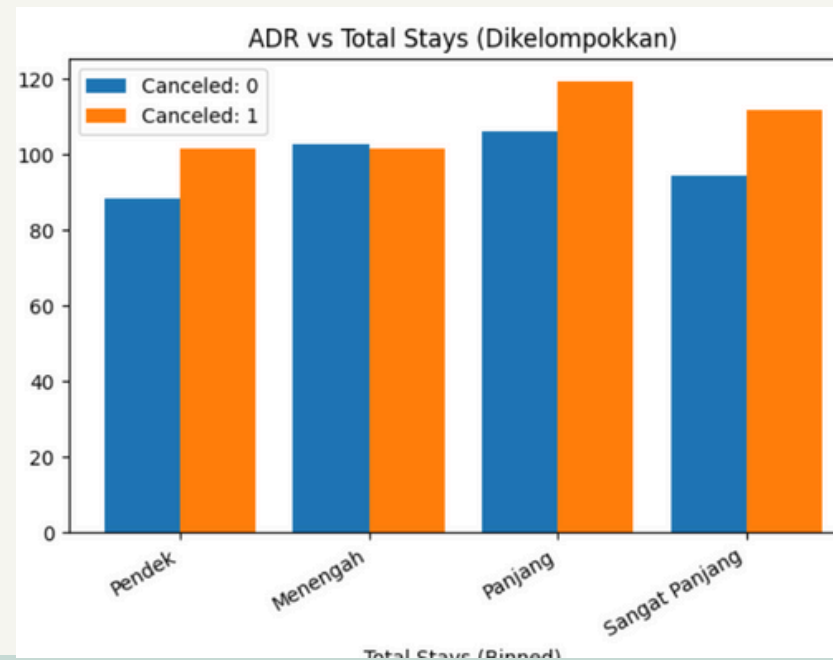
SCENE 4

FRAME 4: STRATEGI HARGA BERDASARKAN PAKET



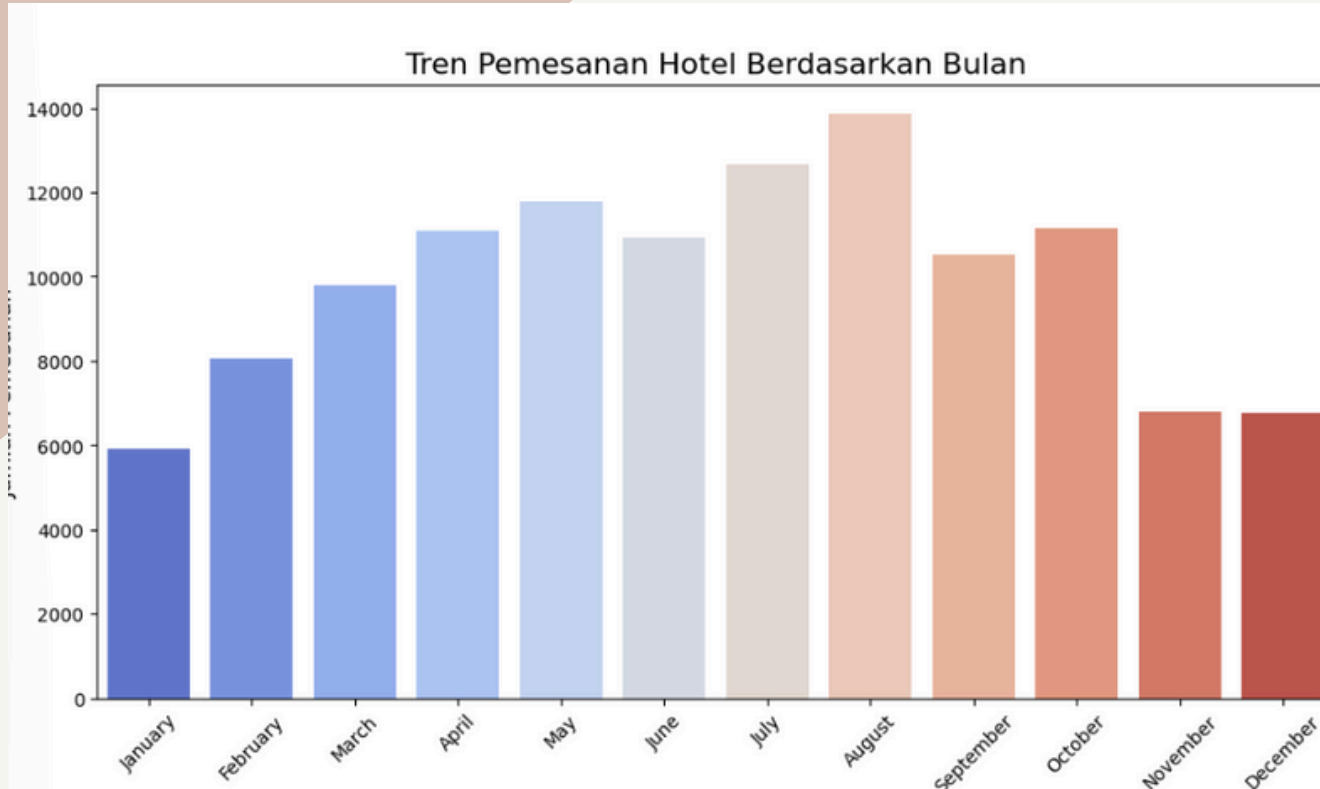
Data menunjukkan bahwa tamu yang memilih paket dengan setengah (termasuk sarapan atau makan malam) cenderung membayar tarif kamar yang lebih tinggi. Ini membuka peluang untuk strategi bundling yang lebih efektif.

FRAME 5: AVERAGE DAILY RATE (ADR) DAN DURASI MENGINAP



Untuk pemesanan yang tidak dibatalkan, harga relatif stabil di berbagai kategori durasi menginap. Namun, untuk pemesanan yang dibatalkan, harga menunjukkan pola unik - meningkat dari kategori pendek ke panjang, lalu sedikit menurun di kategori sangat panjang.

FRAME 6: OPTIMALISASI MUSIMAN

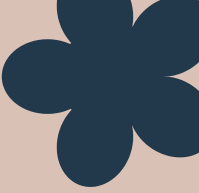


Juli-Agustus teridentifikasi sebagai musim puncak, membuka peluang untuk strategi harga premium. Di luar periode ini, hotel dapat menerapkan strategi diskon dan kampanye khusus untuk meningkatkan tingkat hunian.

FRAME 7: STRATEGI RETENSI CITY HOTEL



Untuk mengurangi tingkat pembatalan di City Hotel, diperlukan pendekatan khusus seperti kebijakan pembatalan yang lebih fleksibel dan penawaran nilai tambah yang menarik



FRAME 8: KESIMPULAN DAN RENCANA AKSI

BERDASARKAN ANALISIS DATA PERHOTELAN, BEBERAPA STRATEGI KUNCI DAPAT DITERAPKAN UNTUK MENINGKATKAN PERFORMA BISNIS HOTEL. PENERAPAN SISTEM HARGA DINAMIS DENGAN INSENTIF EARLY BIRD UNTUK PEMESANAN JAUH HARI DAN HARGA PREMIUM UNTUK PEMESANAN MENDAK DAPAT DIPADUKAN DENGAN PAKET MENGINAP YANG DIPERSONALISASI SESUAI KEBUTUHAN TAMU. PROGRAM LOYALITAS YANG MENARIK DENGAN SISTEM POIN BONUS DI LOW SEASON, DITAMBAH PENGEMBANGAN TEKNOLOGI SEPerti APLIKASI MOBILE DAN SISTEM ANALISIS DATA REAL-TIME, AKAN MEMBANTU HOTEL MENGOPTIMALKAN PENDAPATAN SEKALIGUS MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN. STRATEGI INI PERLU DIDUKUNG DENGAN KAMPANYE DIGITAL YANG TEPAT SASARAN DAN KEMITRAAN STRATEGIS DENGAN BISNIS LOKAL UNTUK MENCIPTAKAN PENGALAMAN MENGINAP YANG LEBIH MENARIK