Storyboard : Hotel Analysis

Setiap pemesanan ceritanya tersendiri; setiap pembatalan merupakan misteri tertentu yang menunggu untuk dipecahkan. Saat kami menelusuri data reservasi, muncullah pola-pola yang menggambarkan kompleksitas dinamika tindakan dalam hubungan di antara tamu, waktu, dan kelas penginapan.

Menariknya, pada bulan-bulan musim panas seperti Juli dan Agustus, tingkat pembatalan melonjak tinggi dan menjadi tantangan besar bagi tim manajemen. Salah satu yang terkena dampak paling besar adalah City Hotel dengan tingkat pembatalan yang jauh lebih tinggi daripada Resort Hotel. Bahkan, tamu-tamu individual atau yang sering disebut sebagai *Customer Transient* atau biasa disebut sebagai pelanggan yang melakukan reservasi jangka pendek tanpa terikat pada kontrak maupun grup tertentu menjadi faktor utama dalam pembatalan reservasi. Namun di sisi lain, tamu yang kembali melakukan reservasi justru loyal dan jarang membatalkan reservasi.

Tidak hanya itu, Portugal sebagai negara asal customer terbanyak juga menjadi negara yang paling banyak melakukan pembatalan reservasi. Ini menjadi pengingat bahwa memahami perilaku pelanggan berdasarkan lokasi geografis dapat membuka wawasan baru untuk strategi pemasaran yang lebih efektif.

Di balik tantangan ini, ada peluang besar untuk memaksimalkan pendapatan. Data menunjukkan bahwa *Average Daily Rate* (ADR) bervariasi, tergantung pada tipe hotel, musim, dan jenis pelanggan. Resort Hotel, misalnya, menikmati ADR yang lebih tinggi, terutama selama musim liburan dan akhir pekan, menciptakan peluang emas untuk meningkatkan keuntungan.

Namun, pelanggan transient sendiri seringkali membatalkan dan menawarkan ADR paling tinggi. Mereka akan menjadi tamu yang datang dengan spontanitas, membayar lebih untuk pengalaman menginap yang berkesan. Begitu juga dengan *special request*: setiap permintaan tambahan, mulai dari dekorasi kamar khusus hingga menu makanan tertentu, membawa potensi peningkatan ADR.

Namun, salah satu faktor yang paling menarik adalah *lead time*. Semakin jauh hari reservasi dilakukan sebelum kedatangan, semakin tinggi pula ADR, khususnya di Resort Hotel. Ada sesuatu yang istimewa dalam memesan liburan jauh-jauh hari, memberikan peluang bagi hotel untuk menawarkan paket premium dan pengalaman yang dipersonalisasi.

Lantas, bagaimana kita menjawab semua ini? Beberapa strategi muncul sebagai solusi. Misalnya, fleksibilitas kebijakan pembatalan mungkin menjadi cara untuk mengurangi tingkat pembatalan yang tinggi. Memberikan insentif, seperti diskon eksklusif atau kredit pada masa menginap berikutnya, mungkin mendorong tamu untuk tetap melanjutkan reservasi mereka.

Di samping itu, penyesuaian harga berdasarkan waktu, tipe pelanggan, dan pola musiman sangat penting untuk pendapatan maksimal. Fokus pada Customer Transient dapat menjadi peluang besar, dengan menawarkan promosi yang menarik atau program loyalitas yang dirancang khusus untuk mereka.

Manajemen special request juga tidak kalah penting. Bayangkan memberikan layanan khusus dengan sedikit biaya tambahan, yang tidak hanya memuaskan tamu tetapi juga meningkatkan pendapatan hotel.

Terakhir, memperluas promosi ke negara-negara dengan tingkat pembatalan rendah dapat membantu menciptakan keseimbangan dalam portofolio tamu.

Di balik setiap reservasi, ada cerita. Dengan strategi yang tepat, setiap cerita ini bisa menjadi langkah maju untuk membawa dunia perhotelan ke puncak yang lebih tinggi.