OPTIMALISASI PENGELOLAAN RESERVASI MELALUI STRATEGI PROMOSI DIGITAL DAN ANALISIS PENDAPATAN SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN PADA DNA VILLA MANAGEMENT UBUD

I Nyoman Kusuma Adnyana Mahaputra[1,*], Made Dwipa Kusuma Maharani[2], Ni Ketut Radha Dewi Dasi[3]

[1,3]Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia
[2]Universitas Pendidikan Ganesha, Bali, 81116, Indonesia
[*]Email: kusuma_mahaputra@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Alternatif dilaksanakan di DNA Villa Management Ubud dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan reservasi serta optimalisasi promosi digital guna mendukung peningkatan tingkat hunian dan pendapatan. Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi pengelolaan data reservasi yang belum terorganisir secara sistematis, penyusunan pendapatan yang belum optimal, serta pemanfaatan media digital yang belum maksimal sebagai sarana promosi. Solusi yang diberikan dalam kegiatan ini meliputi penataan dan pengelolaan sistem reservasi secara lebih terstruktur, pembuatan dan penyusunan laporan analisis pendapatan dan tingkat hunian sebagai dasar evaluasi kinerja, serta optimalisasi penggunaan media digital untuk meningkatkan visibilitas villa. Selain itu, dilakukan juga pendampingan dalam pencatatan transaksi keuangan sederhana yang berkaitan dengan aktivitas operasional front office. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi, wawancara, dan praktik langsung di lapangan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan dalam kerapihan dan efisiensi pengelolaan data reservasi, tersusunnya laporan analisis yang lebih sistematis, serta meningkatnya efektivitas promosi digital. Dengan demikian, program kerja yang dilaksanakan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas pengelolaan operasional dan mendukung pengambilan keputusan manajerial pada DNA Villa Management Ubud.

Kata Kunci : reservasi, promosi digital, tingkat hunian, pendapatan, villa management

ANALISIS SITUASI

Mitra dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat Alternatif ini adalah DNA Villa Management yang bergerak di bidang pengelolaan akomodasi villa dan berlokasi di Desa Gelogor, Lodtunduh, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Usaha ini mengelola beberapa unit villa yang menyasar wisatawan domestik maupun mancanegara sebagai target pasar utama. Seiring dengan perkembangan sektor pariwisata, pengelolaan operasional villa dituntut untuk lebih efektif dan efisien, khususnya dalam hal pelayanan tamu, pengelolaan reservasi, serta peningkatan tingkat hunian dan pendapatan.

Berdasarkan hasil observasi, kondisi yang ada menunjukkan bahwa pengelolaan data reservasi masih dilakukan secara sederhana dan belum sepenuhnya

terorganisir dengan baik. Selain itu, pencatatan analisis pendapatan belum disusun secara sistematis sehingga menyulitkan dalam melakukan analisis keuangan dan evaluasi kinerja. Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi juga belum optimal, sehingga jangkauan pemasaran dan visibilitas villa masih terbatas.

Dari sisi sumber daya, DNA Villa Management Ubud memiliki potensi yang cukup baik, baik dari segi fasilitas maupun pelayanan yang diberikan kepada tamu. Namun, belum didukung oleh sistem pengelolaan data dan strategi promosi yang maksimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas pengelolaan reservasi, penyusunan laporan pendapatan dan tingkat hunian, serta optimalisasi promosi digital guna mendukung peningkatan kinerja operasional villa.

PERUMUSAN MASALAH

1. Sistem Koordinasi dan Pengelolaan Data Reservasi yang Belum Terintegrasi Secara Optimal

Data tamu yang berasal dari berbagai sumber baik melalui tim reservasi, platform bookingan, agent travel, maupun pemesanan langsung (direct booking), belum seluruhnya disusun dalam format pencatatan yang seragam. koordinasi yang dilakukan melalui media komunikasi seperti WhatsApp menyebabkan informasi berpotensi tidak terdokumentasi secara terpusat, sehingga berpotensi menimbulkan kendala dalam penelusuran data dan monitoring reservasi.

2. Pemanfaatan Strategi Promosi Digital yang Belum Maksimal

Konten promosi yang ditampilkan masih terbatas, belum konsisten dalam hal waktu unggahan, serta belum sepenuhnya menonjolkan keunggulan dan daya tarik villa secara maksimal. Selain itu, belum terdapat strategi khusus dalam pengelolaan promosi digital, seperti penentuan target pasar, pemilihan jenis konten yang sesuai, maupun pemanfaatan fitur promosi yang tersedia pada platform digital seperti tiktok, instagram, facebook, dll.

3. Belum Tersedianya Laporan Analisis Pendapatan dan Tingkat Hunian pada Operasional Front Office

Data pendapatan belum diolah lebih lanjut menjadi laporan analisis yang terstruktur dan sistematis. Informasi terkait total pendapatan, sumber pendapatan (seperti Online Travel Agent/OTA, direct booking, maupun broker), serta perbandingan pendapatan berdasarkan periode waktu tertentu belum terdokumentasi secara lengkap. Selain itu, data terkait tingkat hunian (occupancy rate) juga belum disusun dan dipantau secara rutin.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Optimalisasi Sistem Koordinasi dan Pengelolaan Data Reservasi

Dilakukan penataan sistem pencatatan data reservasi dengan menggunakan format yang seragam dan terstruktur, sehingga seluruh data tamu dari berbagai sumber seperti Online Travel Agent (OTA), agent travel, maupun direct booking dapat terdokumentasi dengan baik. Selain itu, dilakukan pengelolaan data secara terpusat

untuk memudahkan proses monitoring, penelusuran data, serta meningkatkan efektivitas koordinasi antar tim operasional.

2. Peningkatan Strategi Promosi Digital

Dilakukan optimalisasi pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dengan cara meningkatkan kualitas dan konsistensi konten yang diunggah. Penyusunan strategi promosi dilakukan melalui penentuan target pasar, pemilihan jenis konten yang menarik, serta pemanfaatan fitur pada platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook guna meningkatkan visibilitas dan daya tarik villa.

3. Penyusunan Laporan Analisis Pendapatan dan Tingkat Hunian

Dilakukan pengolahan data transaksi menjadi laporan analisis yang terstruktur dan sistematis, meliputi laporan pendapatan berdasarkan sumber (OTA, direct booking, dan lainnya) serta analisis tingkat hunian (occupancy rate). Laporan ini disusun secara berkala sebagai dasar evaluasi kinerja operasional serta mendukung pengambilan keputusan manajerial pada bagian front office.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program kerja dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan observatif, di mana mahasiswa terlibat secara langsung dalam kegiatan operasional di DNA Villa Management Ubud. Adapun tahapan metode pelaksanaan program kerja adalah sebagai berikut:

1. Observasi dan Analisis Permasalahan

Dilakukan observasi langsung bertujuan untuk mengetahui alur kerja yang berjalan, mulai dari penerimaan data booking, proses check-in dan check-out, hingga penyampaian informasi tamu kepada bagian terkait. Berdasarkan hasil observasi dan analisis tersebut, kemudian dirumuskan beberapa solusi yang bertujuan untuk memperbaiki alur koordinasi, meningkatkan kerapihan pencatatan, serta menyediakan data operasional yang lebih terstruktur dan mudah dipahami.

2. Sosialisasi Program Kerja dan Penerapan Langsung

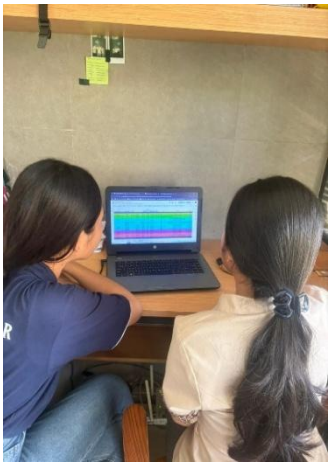
Sosialisasi dilakukan secara langsung melalui komunikasi dan penjelasan sederhana terkait alur kerja yang akan diterapkan. Selanjutnya, dilakukan penerapan program kerja secara langsung di lapangan seperti penyusunan rekapitulasi booking harian, pencatatan data tamu check-in dan check-out, serta pengelompokan sumber booking. Dalam tahap ini, juga dilakukan penyesuaian terhadap alur penyampaian informasi antara front office dan tim reservasi agar lebih terstruktur.

3. Pendampingan dan Evaluasi Berkelanjutan

Setelah program kerja mulai diterapkan dilakukan pendampingan secara berkelanjutan dalam pelaksanaan kegiatan operasional sehari-hari. Dengan adanya pendampingan dan evaluasi secara berkelanjutan, diharapkan seluruh program kerja dapat memberikan manfaat yang nyata baik dalam meningkatkan kerapihan administrasi, kelancaran operasional, maupun dalam mendukung pengambilan keputusan secara sederhana di tingkat operasional.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di DNA Villa Management menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan operasional, khususnya pada bagian front office dan administrasi data. Pada aspek pengelolaan data reservasi, terjadi perbaikan dalam sistem pencatatan yang sebelumnya belum terintegrasi. Data tamu dari berbagai sumber seperti platform booking online, agent travel, dan pemesanan langsung mulai disusun secara lebih rapi dan terpusat, sehingga memudahkan proses monitoring dan penelusuran data. Selain itu, koordinasi yang sebelumnya hanya mengandalkan komunikasi melalui media seperti WhatsApp mulai diarahkan pada pencatatan yang lebih terdokumentasi. Pada aspek promosi digital, terdapat peningkatan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Konten promosi mulai disusun secara lebih terarah dan konsisten, sehingga mampu meningkatkan daya tarik villa serta memperluas jangkauan pasar. Selanjutnya, pada aspek pengelolaan data pendapatan dan tingkat hunian, data yang sebelumnya belum diolah secara sistematis mulai disusun menjadi laporan sederhana yang lebih informatif. Informasi terkait sumber pendapatan dan tingkat hunian mulai terdokumentasi dengan baik, sehingga mendukung proses evaluasi dan pengambilan keputusan. Sehingga secara keseluruhan program ini mampu meningkatkan kerapian administrasi, kemudahan dalam mengakses informasi, serta peningkatan efektivitas dalam pengelolaan operasional.



Gambar 1. Melakukan Pengelolaan Data Reservasi



Gambar 2. Melalukan Promosi Digital Melalui Media Sosial



Gambar 3. Menyusun Laporan Pendapatan dan Tingkat Hunian

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat Alternatif yang dilaksanakan di DNA Villa Management Ubud pada tanggal 2 Maret 2026 s/d 6 April 2026 telah berhasil dilaksanakan melalui beberapa tahap yang terstruktur dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan operasional. Berdasarkan hasil pelaksanaan, terjadi perbaikan pada sistem pengelolaan data reservasi yang sebelumnya belum terintegrasi menjadi lebih terstruktur dan terdokumentasi dengan baik. Selain itu, pemanfaatan promosi digital

menunjukkan peningkatan melalui penyusunan konten yang lebih terarah dan konsisten, sehingga membantu memperluas jangkauan pemasaran. Pada aspek pengelolaan data pendapatan dan tingkat hunian, data yang sebelumnya belum diolah secara sistematis mulai disusun menjadi laporan yang lebih informatif dan mendukung proses evaluasi usaha. program yang dilaksanakan mampu menjawab permasalahan mitra dan meningkatkan kerapian administrasi serta efektivitas pengambilan keputusan berbasis data.

Untuk keberlanjutan program pengabdian masyarakat ini, disarankan agar pihak manajemen tetap menjaga konsistensi dalam penerapan sistem pencatatan data reservasi yang telah diperbaiki. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi dan pembaruan secara berkala terhadap strategi promosi digital agar tetap relevan dengan perkembangan tren pemasaran. Pihak manajemen juga disarankan untuk terus mengembangkan pengolahan data pendapatan dan tingkat hunian menjadi laporan yang lebih lengkap dan terstruktur sebagai dasar pengambilan keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). *Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM*. Diakses pada 30 Maret 2026, dari https://www.researchgate.net/publication/371799915_Penerapan_Digital_Marketing_Sebagai_Strategi_Pemasaran_UMKM

Dwi, N. M., Sumartini, N. K., & Anggraini, R. (2025). Optimalisasi promosi villa dalam meningkatkan tingkat hunian Akatara Villa di Ubud Gianyar. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 4(2), ISSN 2963-2552. Diakses pada 30 Maret 2026, dari https://share.google/OJyPNfiMndLVpvxuP

Hermawan, A., Khairunnisa, N., & Gelar, R. G. (2025). Strategi pemasaran untuk meningkatkan occupancy kamar hotel melalui online travel agent di Indies Hotel Bandung. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), e-ISSN 2797-3298, p-ISSN 2089-9424. Diakses pada 30 Maret 2026, dari https://jurnal.polgan.ac.id/index.php/jmp/article/download/14511/3048/21294

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). *Strategi pemasaran pariwisata berbasis digital*. Diakses pada 30 Maret 2026, dari https://repository.pnb.ac.id/id/eprint/4829/5/RAMA_933303_2115854027_artikel.pdf