

Bauran Pemasaran dalam Komunikasi Pemasaran oleh Rumah Jawa Guest House melalui Instagram

Abiyoso Harmadhani^{1*}, Edi Santoso², Agus Ganjar Runtiko³

^{1,2,3} Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman, Jl. Profesor DR. HR Boenyamin No.708, Dukuhbandong, Grendeng, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah
abiyoso.h@mhs.unsoed.ac.id

Abstract

This study aims to discuss how Rumah Jawa Guest House, an inn in Yogyakarta, conducts marketing through one of the social media, namely Instagram. This study uses a descriptive qualitative method with the concept and theory of the marketing mix which includes product, price, place, and promotion or 4P. The paradigm used is the constructivist paradigm. Data sources are obtained from primary and secondary data. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. Research informants were obtained using the purposive sampling method. Data presentation uses the Miles and Huberman method which is then triangulated to test the validity of the data. The results and discussion of the study show that Rumah Jawa Guest House uses Instagram as a medium for marketing by uploading content with specific objectives. Based on the marketing mix strategy, the inn uses a product strategy to introduce existing facilities, a price strategy to inform what is obtained such as a unique experience when staying although it does not include a detailed price that needs to be paid, a place strategy to explain that Rumah Jawa Guest House is in a strategic location both in terms of location close to tourist destinations and also transportation access, a promotion strategy by providing discounts on certain days. The conclusion that can be presented is that Rumah Jawa Guest House promotes itself on Instagram using four strategies contained in the marketing mix concept, each with its own purpose.

Keywords: Rumah Jawa Guest House, Accommodation, Marketing, Marketing Mix, Instagram

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas bagaimana Rumah Jawa Guest House, sebuah penginapan di Yogyakarta, melakukan pemasaran melalui salah satu media sosial yaitu Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan konsep dan teori bauran pemasaran yang meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion* atau 4P. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Sumber data didapatkan dari data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan datanya mulai dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian didapatkan dengan metode *purposive sampling*. Penyajian datanya menggunakan metode Miles dan Huberman yang kemudian dilakukan triangulasi untuk menguji keabsahan data. Hasil dan pembahasan penelitian menunjukkan bahwa Rumah Jawa Guest House menggunakan Instagram sebagai salah satu media untuk melakukan pemasaran dengan mengunggah konten-konten dengan tujuan tertentu. Berdasarkan strategi bauran pemasaran, penginapan tersebut menggunakan strategi *product* untuk memperkenalkan fasilitas yang ada, strategi *price* untuk memberi tahu apa saja yang didapatkan seperti pengalaman unik ketika menginap meskipun tidak disertakan secara rinci harga yang perlu dibayarkan, strategi *place* untuk menjelaskan bahwa Rumah Jawa Guest House berada di lokasi strategis baik itu secara lokasi yang dekat dengan destinasi wisata dan juga akses transportasi, strategi *promotion* dengan memberikan diskon di hari-hari tertentu. Kesimpulan yang dapat disajikan adalah bahwa Rumah Jawa Guest House melakukan promosi di Instagram dengan menggunakan empat strategi yang terdapat dalam konsep bauran pemasaran dalam bentuk konten-konten yang memiliki tujuannya masing-masing.

Keywords: Rumah Jawa Guest House, Penginapan, Pemasaran, Bauran Pemasaran, Instagram

Copyright (c) 2026 Abiyoso Harmadhani, Edi Santoso, Agus Ganjar Runtiko

✉Corresponding author: Abiyoso Harmadhani

Email Address: abiyoso.h@mhs.unsoed.ac.id (Jl. Profesor DR. HR Boenyamin No.708, Dukuhbandong, Grendeng, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah)

Received 19 May 2026, Accepted 25 May 2026, Published 31 May 2026

PENDAHULUAN

Rumah Jawa Guest House merupakan sebuah usaha di bidang jasa yaitu penginapan yang terletak di Yogyakarta. Secara detail, penginapan tersebut berada di daerah yang dekat dengan beberapa

destinasi wisata khas Yogyakarta yaitu mulai dari dekat dengan Keraton Yogyakarta dan juga Benteng Vredenburg. Akses yang dekat dengan berbagai macam transportasi umum menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki penginapan tersebut. Untuk para wisatawan yang berasal dari luar kota dan datang ke Yogyakarta menggunakan pesawat, jarak dari bandara terdekat yaitu Bandara Adi Sutjipto dengan penginapan tersebut yaitu kurang lebih 6 km. Apabila wisatawan yang menginap di Rumah Jawa Guest House ingin bepergian baik itu dengan jalan kaki ataupun mencari transportasi umum juga mudah karena hanya perlu keluar dari penginapan dan sudah bisa langsung memesan transportasi seperti ojek online ataupun ingin menaiki becak agar lebih santai menuju berbagai lokasi.

Sesuai dengan namanya yaitu Rumah Jawa, penginapan ini menawarkan nuansa Jawa khususnya Yogyakarta yang terlihat dari dekorasi ruangan dan juga berbagai menu makanan serta minuman yang disediakan. Selain menyediakan konsep Jawa, terdapat berbagai konsep dekorasi ruangan lainnya yaitu ada Jawa, Bali, Vintage, Maroko, Turki, dan India. Para wisatawan yang menginap dapat memilih dekorasi ruangan yang disukai untuk merasakan pengalaman menginap berbeda yang tidak didapatkan di penginapan lainnya.

Sasaran yang dituju oleh pengelola Rumah Jawa Guest House tidak hanya sebatas wisatawan lokal dari luar Yogyakarta, akan tetapi juga wisatawan mancanegara yang datang ke Yogyakarta dan membutuhkan tempat untuk menginap. Oleh sebab itulah disediakan juga berbagai dekorasi yang tersedia supaya para wisatawan mendapatkan bermacam kesan sesuai dengan kamar yang dipesan. Makanan dan minuman yang disediakan di penginapan tersebut juga memiliki berbagai macam konsep. Mulai dari menu-menu tradisional khas Yogyakarta, hingga menu makanan mancanegara untuk disesuaikan dengan tamu yang datang dari luar negeri.

Rumah Jawa Guest House memiliki pelayanan terkait makanan yang cukup unik yaitu mengadakan *live cooking* untuk menu-menu tertentu, terutama menu khas dari Yogyakarta. Salah satu menu makanan khas Yogyakarta yaitu bakmie jawa. Biasanya, para wisatawan yang datang ke Yogyakarta akan mendatangi gerobak kaki lima yang menjual bakmie Jawa di pinggir jalan. Penginapan ini memiliki konsep yang memudahkan para tamu yang menginap, yaitu mendatangkan gerobak bakmie jawa ke dalam penginapan sehingga para tamu dapat melihat proses memasak bakmie jawa secara langsung dan juga dapat menikmatinya di dekat gerobak tersebut.

Rumah Jawa Guest House merupakan penginapan yang menganut model penginapan syariah. Hotel yang sesuai syariah menurut Sofyan (2011) adalah hotel yang mematuhi aturan syariah islam dalam penawaran penyediaan, pembelian pengadaan dan penggunaan produk serta fasilitasnya, serta dalam operasionalnya. Harus dipastikan bahwa semua kriteria operasional teknis hotel, mulai dari produk dan layanan hingga manajemen, dari yang terkecil hingga yang terbesar, sesuai dengan standar syariah islam. Penginapan tersebut maka menerapkan bahwa yang dijual yaitu jasa dan pelayanannya harus sesuai syariah islam, mulai dari makanan dan minuman yang halal, serta memastikan tidak ada pelanggaran syariah islam dalam menjalankan operasional penginapan.

Pengelola Rumah Jawa Guest House melakukan pemasaran melalui berbagai media, salah satunya yaitu media sosial, khususnya Instagram. Media sosial memainkan peran yang sangat penting di bidang pemasaran ini, termasuk sebagai alat untuk menciptakan dan menjual produk atau jasa, mengubah cara konsumen berkomunikasi, membina hubungan sosial yang positif, dan merangsang minat konsumen untuk membeli produk atau jasa. Dengan menggunakan media sosial, pemasar dapat mempelajari kebiasaan konsumen mereka, membangun hubungan pribadi, dan menjalin koneksi yang lebih dalam (Puntoadi, 2011). Instagram adalah salah satu *platform* media sosial yang paling banyak digunakan untuk memasarkan produk atau jasa.

Instagram adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna mengunggah foto, video, keterangan, tagar, dan berbagai fitur menarik lainnya. Instagram telah menjadi *platform* populer bagi banyak orang, termasuk para pengusaha yang mempromosikan produk dan layanan mereka melalui akun Instagram. Instagram juga menawarkan berbagai cara untuk mengiklankan produk dan layanan dan dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia. Karena tren ini, merek-merek dengan mudah menggunakan Instagram sebagai alat utama dalam strategi *branding* mereka dan memastikan produk mereka menjangkau *audiens* yang lebih luas (Atmoko, 2012). Akun Instagram yang digunakan untuk melakukan pemasaran penginapan ini adalah akun dengan nama @rumahjawa.guesthouse.

Penelitian ini membahas bagaimana Rumah Jawa Guest House melakukan pemasaran melalui media sosial yaitu Instagram. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep bauran pemasaran atau 4P. Bauran pemasaran adalah berbagai macam metode dan alat yang dapat digunakan pemilik usaha untuk membentuk karakteristik produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Dengan kata lain, bauran pemasaran adalah seperangkat variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk memengaruhi respons konsumen. Bauran pemasaran merupakan hasil interaksi dari empat elemen: produk (*product*), harga (*price*), periklanan (*promotion*), dan tempat atau saluran distribusi (*place*). Setiap elemen memainkan peran dan fungsi yang berbeda, tetapi merupakan satu kesatuan yang koheren dan tidak dapat dipisahkan dari yang lain (Tjiptono, 2019).

METODE

Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dalam prosesnya yang menurut Patton (2018), paradigma tersebut adalah sebuah proses yang mengeksplorasi berbagai fakta dan realitas yang diciptakan oleh satu atau lebih individu, serta memperhatikan dampak struktur yang ada terhadap pengalaman dan kehidupan, dan mengacu pada keragaman, termasuk pengalaman unik dari setiap individu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang menurut Sugiyono (2019) adalah penelitian yang digunakan untuk mempelajari situasi alamiah, di mana peneliti adalah instrumen utama, metode pengumpulan data menggunakan triangulasi (penyelarasan), analisis data merupakan teknik induktif. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk

memberikan gambaran holistik tentang lingkungan sosial atau untuk menyelidiki dan menjelaskan suatu fenomena atau realitas sosial.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Rumah Jawa Guest House dimana subjek penelitian menurut Suyanto (2015) adalah informan yang memberikan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam proses penelitian. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer yang menurut Bungin (2017) adalah data yang didapat dari sumber primer yang berupa hasil observasi dan wawancara, sedangkan data sekundernya adalah beberapa dokumentasi dan jurnal penelitian pendukung yang merupakan beberapa contoh disadur dari tulisan Arikunto (2013).

Teknik pemilihan informan yang digunakan adalah *purposive sampling* yang menurut Sugiyono (2019) adalah pemilihan informan melalui berbagai pertimbangan untuk mendapatkan informan yang representatif. Berbagai pertimbangan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Rumah Jawa Guest House, pengelola Instagram penginapan tersebut, dan juga tamu yang pernah menginap. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Sugiyono (2019) yaitu observasi melalui pengamatan secara langsung, wawancara semi terstruktur untuk mendapatkan data primer, dan dokumentasi dari berbagai sumber.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengutip dari Miles dan Huberman (2014) yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini menjadi teknik validitas data yang menurut Masrukhin (2017) dapat membantu untuk meningkatkan keabsahan data yang didapat dan diolah.

HASIL DAN DISKUSI

Rumah Jawa Guest House menggunakan akun media sosial Instagram sebagai salah satu sarana melakukan komunikasi pemasaran. Berbagai fitur digunakan terutama mengunggah postingan atau konten dalam berbagai bentuk yaitu foto dan video. Berdasarkan hasil wawancara, tujuan dari dibuatnya konten-konten tersebut antara lain untuk memperkenalkan seperti apa isi di dalam Rumah Jawa Guest House. Mulai dari menunjukkan jenis-jenis kamar yang tersedia, fasilitas yang didapatkan, hingga berbagai informasi mengenai penginapan tersebut sehingga dapat membuat orang yang melihatnya tertarik untuk datang berkunjung dan menginap. Penggunaan media sosial Instagram juga memudahkan bagi calon penginap untuk melakukan kontak atau komunikasi secara langsung menggunakan fitur-fitur yang tersedia misalnya dapat melalui mengirim *direct message* atau melalui linktree yang dicantumkan dan langsung terhubung dengan media sosial lain yang digunakan yaitu WhatsApp untuk melakukan pemesanan kamar. Sebagai media promosi, tentunya dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran. Selain itu, terdapat beberapa fitur seperti *highlight* yang juga digunakan. Berikut adalah penjabarannya:

Memperkenalkan Jenis-jenis Kamar dan Fasilitas



Gambar 1. Jenis-jenis Kamar dan Fasilitas di Rumah Jawa Guest House

Konten yang dibuat oleh Rumah Jawa Guest House untuk memperkenalkan berbagai jenis kamar berikut dengan fasilitas-fasilitas yang ada di dalam kamar tersebut. Salah satu ruang yang menjadi favorit para penginap adalah Jawa Room dengan nuansa budaya Jawa mulai dari dekorasi ruangan, kasur, hingga kamar mandi yang ditata sedemikian rupa hingga mencerminkan nilai-nilai budaya Jawa. Selain Jawa Room, terdapat berbagai ruangan lain seperti Vintage Room dan berbagai jenis ruangan lainnya. Tiap-tiap jenis kamar memiliki desain yang berbeda sehingga meskipun berada di satu penginapan yang sama yaitu Rumah Jawa Guest House, penginap mendapatkan pengalaman yang berbeda tergantung kamar yang dipilih.

Memperlihatkan Suasana, Ruangan dan Fasilitas Bersama di Rumah Jawa Guest House



Gambar 2. Postingan Tentang Suasana di Rumah Jawa Guest House

Rumah Jawa Guest House tidak hanya menunjukkan jenis-jenis kamar dengan berbagai fasilitasnya. Salah satu hal menarik yang menurut hasil wawancara baik itu dari pengelola dan juga tamu yang menginap di penginapan tersebut, adalah suasana yang sejuk dan terdapat ruangan bersama yang dapat digunakan diluar kamar. Bagian tengah di penginapan tersebut terdapat beberapa

kursi dan meja yang dapat digunakan untuk bersantai dan menikmati fasilitas yang ada antara lain seperti menikmati jajanan dan makanan yang disuguhkan sambil menikmati pemandangan yang hijau dari tanaman-tanaman yang menambah hawa sejuk. Ruang bersama yang ada di Rumah Jawa Guest House seringkali digunakan untuk bersantai ketika suntuk atau bosan berada di kamar dan ingin menghirup udara segar tanpa harus pergi keluar dari penginapan.

Menu Hidangan dan Pengalaman Unik



Gambar 3. Live Cooking Makan Malam dengan Menu Bakmie Jawa

Rumah Jawa Guest House selain menawarkan berbagai jenis kamar, ruang bersama, dan berbagai fasilitasnya, juga menawarkan hidangan-hidangan yang menarik dengan pengalaman unik. Konten yang ditunjukkan di akun media sosial Instagram dijelaskan oleh pengelola yaitu menampilkan berbagai menu yang ada mulai dari hidangan berat seperti makanan prasmanan, lalu hidangan ringan seperti jajanan pasar, dan juga menu minuman dingin dan hangat. Karena ini merupakan penginapan syariah, maka menu yang disajikan harus menu halal. Selain itu, salah satu yang ditonjolkan oleh Rumah Jawa Guest House adalah pengalaman para tamu yang menginap untuk menikmati hidangan di malam hari yaitu menu bakmie jawa. Menu tersebut dapat dikatakan spesial karena merupakan makanan khas Yogyakarta yang berada di pinggiran jalan. Pengelola penginapan tersebut tidak ingin hanya menyajikan menu yang khas, tetapi juga pengalaman unik. Bentuk pengalaman unik yang ditawarkan adalah dengan langsung menunjukkan proses memasak dari koki dan disajikan sedemikian rupa sampai memasukkan gerobak penjual bakmie jawa pinggir jalan langsung ke dalam Rumah Jawa Guest House. Dengan demikian, tamu penginapan mendapatkan pengalaman unik seperti memakan di pinggir jalan karena langsung melihat proses memasak di gerobak.

Menjelaskan Destinasi Wisata yang Dekat dari Rumah Jawa Guest House



Gambar 4. Postingan Destinasi Terdekat dengan Rumah Jawa Guest House

Rumah Jawa Guest House membuat konten yang menjelaskan bahwa lokasi penginapan tersebut berada di lokasi yang strategis karena dekat dengan beberapa destinasi wisata. Hasil dari wawancara juga membantu menjelaskan alasan para tamu untuk memilih menginap di Rumah Jawa Guest House adalah karena dekat dengan destinasi wisata yang akan mereka kunjungi ketika datang ke Yogyakarta. Para tamu penginapan juga menambahkan bahwa alasan mereka memesan kamar di penginapan tersebut adalah karena dengan lokasi yang dekat dari destinasi wisata, akan memudahkan mereka juga dalam hal transportasi. Akses jalan yang mudah untuk dilewati dan juga transportasi umum seperti ojek online yang mudah untuk menuju atau pergi dari penginapan semakin menggambarkan bahwa Rumah Jawa Guest House berada di lokasi yang strategis.

Diskon Biaya Penginapan di Hari-hari Tertentu



Gambar 5. Diskon Hari Keluarga Internasional

Rumah Jawa Guest House memiliki kebijakan yaitu memberikan diskon atau potongan harga di hari-hari tertentu. Salah satu hari dimana penginapan tersebut memberikan diskon kepada tamu penginapan adalah di Hari Keluarga Internasional. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan pengelola penginapan tersebut, pemberian diskon di hari besar adalah sebagai bentuk strategi untuk

menarik pelanggan, apalagi di momen libur sehingga mereka berusaha untuk mendapatkan lebih banyak tamu yang menginap. Hari Keluarga Internasional dianggap sebagai salah satu hari yang membuat pemilik dan pengelola memberikan diskon karena menunjukkan bentuk kepedulian dan juga menjelaskan bahwa Rumah Jawa Guest House adalah sebuah penginapan yang nyaman untuk diinapi oleh keluarga.

Diskusi

Hasil penelitian yang dihimpun dari hasil wawancara, observasi, dan juga dokumentasi menampilkan setidaknya Rumah Jawa Guest House menggunakan media sosial yaitu Instagram untuk melakukan pemasaran dengan berbagai konten. Mulai dari konten-konten yang menjelaskan fasilitas yang ada, lokasi penginapan, kelebihan-kelebihan penginapan, dan diskon-diskon khusus yang diberikan di hari-hari tertentu. Penelitian ini mencoba menelaah terkait konten tersebut dengan konsep bauran pemasaran mulai dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion* yang penjabarannya adalah sebagai berikut:

Product

Product atau produk merupakan apa yang ditawarkan oleh pemilik usaha, dalam konteks jasa, atau produk, dalam konteks barang, kepada calon konsumen supaya mendapatkan perhatian, permintaan, dan juga adanya penggunaan untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan mereka. Secara umum, yang disebut produk adalah segala barang atau jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan kepada target pasar yang menjadi sasaran. Tjiptono (2019) menambahkan bahwa produk secara konseptual dapat mencapai konsumen yang disesuaikan dengan daya beli pasar serta kemampuan pelaku usaha untuk menghasilkan produk baik barang atau jasa tersebut. Sedangkan Ningsih (2021) menjelaskan bahwa produk merupakan suatu hal yang ditawarkan kepada pasar sasaran yang kemudian dapat disebut sebagai komoditas.

Bauran pemasaran yang digunakan dalam promosi Rumah Jawa Guest House adalah konten di Instagram dengan membahas tentang memperkenalkan jenis-jenis kamar dan fasilitas yang ada di penginapan tersebut. Pemilik Rumah Jawa Guest House berusaha untuk menjangkau target pasar dengan konten tersebut, sehingga para target pasar mengetahui apa saja produk yaitu berbagai kamar dan fasilitas yang didapatkan apabila menginap di penginapan tersebut. Konten berikutnya yang merupakan strategi bauran pemasaran produk adalah konten yang menjelaskan tentang fasilitas-fasilitas lain yang dapat diakses oleh siapapun yang menginap. Karena selain jenis kamar dengan berbagai fasilitasnya, Rumah Jawa Guest House juga memiliki fasilitas lain dan ruangan bersama yang dapat digunakan untuk bersantai apabila para penginap ingin mencari suasana baru dan bosan di kamar.

Price

Price atau harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Secara luas, harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk manfaat dan kepemilikan penggunaan suatu produk atau jasa. Penetapan harga sangat penting, terutama dalam lingkungan persaingan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, tujuan penetapan harga adalah untuk mendorong perusahaan memperoleh

keuntungan. Saat menetapkan harga, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor yang memengaruhi, termasuk faktor internal seperti tujuan bauran pemasaran, biaya, dan faktor internal perusahaan. Faktor penetapan harga eksternal meliputi struktur pasar, pesaing, dan faktor lingkungan lain misalnya, ekonomi dan kebijakan pemerintah (Amir, 2011).

Sudaryono (2016) menambahkan bahwa pengertian harga adalah nilai tukar yang dapat disamakan dengan uang atau barang lain, berdasarkan kegunaan suatu produk atau jasa bagi individu atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu. Harga berinteraksi dengan semua elemen bauran pemasaran lainnya untuk menentukan efektivitas setiap elemen. Tiga faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga adalah biaya, keuntungan atau margin keuntungan, dan persaingan. Langkah pertama dalam penetapan harga adalah menghitung biaya yang secara langsung terkait dengan produk atau layanan.

Secara khusus, tidak ada strategi bauran pemasaran mengenai harga yang ditampilkan oleh Rumah Jawa Guest House di Instagram mereka. Apa yang ditampilkan adalah tentang apa-apa saja yang didapatkan ketika target pasar mengeluarkan biaya untuk menginap mulai dari kamar, fasilitas, dan berbagai menu makanan dan minuman yang dihidangkan. Mengenai persaingan dengan penginapan yang lainnya, pengelola Rumah Jawa Guest House memilih untuk menonjolkan perbedaan-perbedaan atau keunikan yang didapatkan ketika menginap dibanding dengan penginapan lainnya. Ciri khas khusus seperti ada live cooking langsung dengan mendatangkan gerobak bakmie tentu menjadi nilai jual yang menarik bagi target pasar sehingga memutuskan untuk menginap di penginapan tersebut.

Place

Place atau tempat atau lokasi sering diartikan sebagai lingkungan yang memainkan peran penting dalam strategi bauran pemasaran. Oleh karena itu, lokasi dipahami sebagai tempat di mana pelaku usaha harus memiliki lokasi utama dan menjalankan kegiatan usahanya. Keberhasilan rencana pemasaran juga ditentukan oleh ketepatan pemilihan area atau lokasi pasar potensial. Jika riset pasar telah mengidentifikasi area pasar potensial untuk produk baik barang atau jasa yang ditawarkan, hal terpenting adalah mengidentifikasi lokasi strategis untuk mendapatkan konsumen (Rismiyati dan Suratno, 2015).

Mengidentifikasi segmen pasar adalah kunci keberhasilan bisnis. Hal ini biasanya terjadi ketika pengusaha dan perusahaan yang memperkenalkan produk baru memasuki suatu industri untuk melakukan riset statistik, misalnya, untuk menghitung dan menentukan jumlah pesaing berdasarkan jarak. Hal ini penting untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang ada (Sabariah, 2016).

Rumah Jawa Guest House menggunakan strategi bauran pemasaran dalam mempromosikan penginapannya di Instagram dengan memperkenalkan lokasi yang strategis. Posisi atau lokasi yang demikian ditunjang juga dengan kemudahan akses untuk mencapai penginapan ataupun untuk keluar dari penginapan menuju destinasi wisata yang ada di Yogyakarta. Ketika lokasi penginapan dianggap sebagai lokasi yang strategis dan juga mudah diakses, maka itu akan menambah minat bagi target pasar

untuk menentukan pilihan. Penginapan di lokasi yang demikian menjadi nilai tambah bagi Rumah Jawa Guest House untuk mendapatkan tamu yang menginap.

Promotion

Promotion atau promosi yang juga bisa disebut periklanan mencerminkan aktivitas yang bertujuan untuk menginformasikan tentang manfaat suatu produk dan membujuk konsumen untuk melakukan transaksi. Bauran pemasaran menggunakan strategi promosi atau periklanan untuk menciptakan posisi yang kuat di antara target sasaran (Kotler, 2018).

Periklanan sebagai salah satu bentuk promosi adalah aktivitas yang menciptakan informasi, membujuk atau meyakinkan konsumen tentang manfaat produk (Hamali, 2016). Tujuan periklanan adalah pertama yaitu untuk menginformasikan kepada target pasar tentang segala hal yang berkaitan dengan produk baik itu barang atau jasa yang dimiliki pelaku usaha, misalnya, tentang peluncuran produk baru. Tujuan kedua yaitu untuk mengingatkan target sasaran, terutama untuk mempertahankan kesadaran merek produk sehingga tetap ada di jangkauan mereka. Tujuan yang ketiga yaitu untuk menarik perhatian dan minat pelanggan baru, dengan harapan dapat menarik pelanggan potensial. Tujuan yang keempat yaitu untuk memengaruhi konsumen pesaing agar beralih ke produk dari pelaku usaha yang diiklankan.

Rumah Jawa Guest House melakukan periklanan dengan menggunakan media sosial Instagram untuk memperkenalkan penginapan tersebut dan juga memperkenalkan produk yang dimiliki seperti kamar, fasilitas, hidangan, dan juga lokasi yang strategis. Keseluruhan itu menjadi konten-konten di Instagram yang dapat menjadi pengenalan produk dalam konteks promosi periklanan. Selain itu, terdapat bentuk promosi lain setelah pengenalan produk yaitu salah satunya adalah diskon.

Pengertian diskon atau pengurangan harga adalah strategi pemasaran produk dalam bisnis yang sejauh ini terbukti efektif. Banyak pelaku usaha menggunakan strategi ini. Konsumen sebenarnya tidak membutuhkan produk tersebut, tetapi diskon membuat mereka melupakannya. Bahkan, penawaran diskon mendorong peningkatan pengeluaran konsumen. Rumah Jawa Guest House memberikan diskon khusus kepada para penginap di momen-momen tertentu. Salah satunya adalah untuk memperingati Hari Keluarga Internasional dengan memberikan diskon sebesar 15%. Dengan anggapan bahwa mungkin pada awalnya target pasar tidak tertarik untuk menginap di Rumah Jawa Guest House, tetapi setelah mengetahui adanya potongan harga maka akhirnya memutuskan untuk datang menginap.

KESIMPULAN

Penelitian tentang Rumah Jawa Guest House ini membahas bagaimana penginapan tersebut memanfaatkan Instagram sebagai salah satu media sosial untuk melakukan pemasaran dengan konsep bauran pemasaran. Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, dapat diketahui bahwa berdasarkan konsep bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*, masing-masing dari strategi tersebut dilakukan oleh Rumah Jawa Guest House melalui konten-konten yang diunggah di Instagram. Pertama, strategi *product*, penginapan tersebut menjelaskan produk yang ditawarkan kepada target

pasar yaitu berbagai jenis kamar dengan fasilitasnya dan juga fasilitas lain yang dapat digunakan bersama. Kedua, strategi *price*, secara eksplisit tidak ada informasi mengenai harga yang ditawarkan melalui Instagram, tetapi Rumah Jawa Guest House memberikan penjelasan mengenai pengalaman unik dan hidangan-hidangan yang didapatkan oleh target pasar apabila menginap di penginapan tersebut. Ketiga, strategi *place*, menunjukkan bahwa penginapan tersebut berada di lokasi yang strategis baik itu dekat dengan berbagai destinasi wisata dan disertai kemudahan akses untuk menuju penginapan maupun bepergian ke lokasi lain. Keempat, strategi *promotion*, selain memperkenalkan kelebihan dan keunikan fasilitas yang ditawarkan, Rumah Jawa Guest House memberikan diskon khusus di hari-hari tertentu.

REFERENSI

- Amir, T. (2011). *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Masrukhin. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Kudus: Media Ilmu Press.
- Miles, M.B. and Huberman, A.M. (2014). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- Ningsih, E. R. (2021). *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*. Yogyakarta: IDEA Press.
- Patton, M Q. (2018). *Metode Evaluasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Puntoadi, D. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rismiati, C. dan Suratno. (2015). *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sabariah, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah Mengapa Tidak?*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, B. (2015). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1*. Yogyakarta: Andy.