

Sport Tourism Dan Event-Induced Hotel Demand: Studi Kasus Jakarta Running Festival Pada Hotel Artotel Gelora Senayan

Maya Maysyarofah^{1✉}, Agus Sholikhin², Alip Suroto³

^{1,2,3} Program Studi D IV Kepariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, Surakarta, Indonesia

Abstrak

Penyelenggaraan event olahraga berskala besar berpotensi meningkatkan permintaan akomodasi dan memengaruhi operasional hotel. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak Jakarta Running Festival terhadap permintaan kamar, strategi operasional Hotel Artotel Gelora Senayan, serta pengalaman tamu selama periode event. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Data dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jakarta Running Festival meningkatkan permintaan kamar karena lokasi hotel yang dekat dengan kawasan Gelora Bung Karno. Hotel merespons melalui strategi revenue management, koordinasi lintas departemen, penyesuaian staf, serta peningkatan kualitas layanan. Temuan ini menunjukkan bahwa dampak event tidak hanya meningkatkan okupansi, tetapi juga mendorong penyesuaian strategi operasional dan pengalaman tamu.

Kata kunci: *sport tourism; event-induced hotel demand; Jakarta Running Festival; tingkat hunian hotel; pengalaman tamu.*

Abstract

Large-scale sporting events can increase accommodation demand and influence hotel operations. This study aims to analyze the impact of the Jakarta Running Festival on room demand, operational strategies, and guest experiences at Artotel Gelora Senayan Hotel. A qualitative single-case study approach was employed using in-depth interviews, non-participant observations, and document analysis. The data were analyzed through thematic analysis. The findings show that the Jakarta Running Festival increased room demand due to the hotel's strategic location near the Gelora Bung Karno sports complex. In response, the hotel implemented revenue management strategies, strengthened cross-departmental coordination, adjusted staffing levels, and enhanced service quality. These findings indicate that sporting events not only increase hotel occupancy but also encourage operational adjustments and improve the overall guest experience.

Keywords: *sport tourism; event-induced hotel demand; Jakarta Running Festival; hotel occupancy; guest experience.*

Copyright (c) 2026 Maya Maysyarofah

✉ Corresponding author :

Email Address : mayasujanamayasujana@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis event telah berkembang menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi, memperkuat citra kota, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dalam kajian *sport tourism*, event olahraga tidak lagi dipandang hanya sebagai atraksi sementara, tetapi juga sebagai penggerak mobilitas wisatawan, aktivitas ekonomi, dan pengalaman destinasi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penyelenggaraan sport event mampu meningkatkan kunjungan wisatawan, memperkuat branding destinasi, serta memberikan dampak ekonomi bagi wilayah penyelenggara (Bazzanella et al., 2023; Morfoulaki et al., 2023; Gan et al., 2023).

Salah satu sektor yang menerima dampak langsung adalah industri perhotelan. Kehadiran peserta, pendamping, panitia, sponsor, dan wisatawan selama penyelenggaraan event meningkatkan kebutuhan akomodasi, terutama hotel yang berlokasi dekat dengan venue. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sport event dapat meningkatkan permintaan kamar hotel, meskipun besarnya pengaruh dipengaruhi oleh lokasi hotel, karakteristik event, dan segmen pasar (Falk & Vieru, 2021; Collins et al., 2022; Chalupa & Petricek, 2021). Selain peningkatan okupansi, hotel juga dituntut menerapkan strategi *revenue management* dan menjaga kualitas pelayanan agar mampu mengoptimalkan peluang yang muncul selama periode event.

Jakarta Running Festival (JRF) merupakan salah satu event lari berskala internasional yang menjadi bagian dari perkembangan *sport tourism* di Indonesia. Pada penyelenggaraan tahun 2025, JRF diikuti sekitar 27.300 peserta, termasuk lebih dari 1.000 pelari internasional dari 48 negara (BNI, 2025). Skala tersebut menunjukkan potensi JRF dalam menciptakan *event-induced hotel demand*, khususnya bagi hotel yang berada di sekitar kawasan Gelora Bung Karno (GBK).

Hotel Artotel Gelora Senayan memiliki lokasi strategis yang berdekatan dengan venue JRF sehingga berpotensi memperoleh peningkatan permintaan kamar selama penyelenggaraan event. Kedekatan lokasi tidak hanya memberikan kemudahan akses bagi peserta, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman wisata olahraga yang memengaruhi kepuasan tamu (Hallmann & Zehrer, 2024; Higham & Vada, 2025).

Meskipun penelitian mengenai *sport tourism* telah banyak dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada indikator kuantitatif seperti *occupancy rate*, *Average Daily Rate (ADR)*, *Revenue per Available Room (RevPAR)*, dan dampak ekonomi destinasi. Penelitian tersebut belum banyak menjelaskan bagaimana permintaan kamar terbentuk, bagaimana hotel mengelola lonjakan permintaan melalui *revenue management*, serta bagaimana kesiapan operasional memengaruhi pengalaman tamu selama event berlangsung. Kondisi tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang masih perlu dikaji.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan pendekatan studi kasus kualitatif untuk menganalisis dinamika permintaan kamar, strategi *revenue management*, kesiapan operasional hotel, dan pengalaman tamu selama Jakarta Running Festival di Hotel Artotel Gelora Senayan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap pengembangan kajian *sport tourism* serta memberikan implikasi praktis bagi pengelolaan hotel pada penyelenggaraan event olahraga berskala besar.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal. Desain ini dipilih karena penelitian berupaya memahami dinamika dampak Jakarta Running Festival terhadap permintaan kamar dan strategi operasional Hotel Artotel Gelora Senayan.

Mengacu pada Yin (2018), studi kasus sesuai digunakan untuk mengkaji fenomena kontemporer ketika batas fenomena tidak dapat dipisahkan secara jelas. Creswell dan Poth (2018) juga menegaskan bahwa pendekatan kualitatif relevan ketika peneliti ingin memahami makna, proses dan pengalaman aktor secara mendalam. Oleh karena itu, studi kasus tunggal dipandang tepat karena fokus penelitian bukan hanya mengukur peningkatan permintaan kamar, tetapi juga menjelaskan proses manajerial dan operasional yang terjadi selama event.

Penelitian dilaksanakan di Hotel Artotel Gelora Senayan Jakarta yang berlokasi di kawasan Senayan, Jakarta Pusat. Lokasi ini dipilih secara purposif karena memiliki kedekatan geografis dengan kawasan Gelora Bung Karno sebagai venue utama Jakarta Running Festival. Pengumpulan data difokuskan pada periode sebelum, selama, dan sesudah event, terutama H-3 sampai H+3, dengan periode non-event sebagai pembanding deskriptif.

Informan dipilih menggunakan purposive sampling berdasarkan keterlibatan langsung dengan fenomena yang diteliti. Informan mencakup unsur manajemen, *revenue management*, operasional, pemasaran, dan tamu hotel yang menginap selama periode Jakarta Running Festival. Pemilihan informan didasarkan pada prinsip information power, yaitu kecukupan informasi yang ditentukan oleh relevansi informan, kualitas dialog, fokus penelitian, dan kedalaman data yang diperoleh (Malterud et al., 2016; Hennink & Kaiser, 2022). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi non-partisipatif pada area lobi, front desk, restoran, dan layanan F&B, serta studi dokumentasi terhadap data reservasi, indikator permintaan, kebijakan harga, ulasan tamu, SOP, dan catatan operasional. Kombinasi teknik tersebut digunakan agar fenomena dapat dipahami dari perspektif manajerial, operasional, dokumenter, dan pengalaman tamu.

Tabel 1. Informan Penelitian

Kode	Kategori	Posisi/Peran	Fokus Informasi
M1	Manajemen	General Manager	Strategi umum dan koordinasi lintas departemen
M2	Manajemen	Revenue Manager	Reservasi, booking pace, harga, ADR, RevPAR, dan kanal pemesanan
M3	Operasional	Front Office Manager	Check-in/check-out, antrean, dan kebutuhan layanan tamu
M4	Operasional	Housekeeping Manager	Kesiapan kamar, pembagian shift, dan kualitas kebersihan
M5	Operasional	Food & Beverage Manager	Early breakfast, menu ringan, dan layanan peserta lari
M6	Pemasaran	Sales & Marketing Manager	Promosi, segmentasi, dan peluang kerja sama event
T1-Tn	Tamu	Peserta/pendamping/panitia/sponsor	Alasan memilih hotel, pengalaman menginap, kepuasan, dan rekomendasi

Sumber: Data Penelitian (2026)

Analisis Data dan Keabsahan

Analisis data dilakukan menggunakan *thematic analysis* dari Braun dan Clarke (2006), meliputi transkripsi, pembacaan berulang, coding awal, pengelompokan kode, pembentukan tema, dan interpretasi. Analisis diarahkan oleh tujuan penelitian, tetapi tetap membuka ruang bagi tema yang muncul dari data lapangan. Byrne (2022) menegaskan bahwa *reflexive thematic analysis* menuntut keterlibatan aktif peneliti dalam membaca pola makna, sedangkan Naeem et al.

(2023) menunjukkan bahwa *thematic analysis* dapat digunakan secara sistematis untuk membangun model konseptual dari data kualitatif. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, member checking kepada informan kunci, dan audit trail yang mendokumentasikan proses wawancara, observasi, coding, dan interpretasi. Strategi ini digunakan untuk memperkuat kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas temuan sebagaimana prinsip *trustworthiness* dalam penelitian kualitatif (Lincoln & Guba, 1985).

Tabel 2. Matriks Coding Analisis Tematik

Kode Awal	Kategori	Tema Utama	Sumber Data
Dekat GBK; mudah akses; tidak khawatir terlambat	Aksesibilitas venue	Lokasi sebagai faktor permintaan	Wawancara tamu; observasi lokasi
Reservasi naik sejak 1-2 bulan sebelum event; kamar cepat terisi	<i>Booking pace</i> dan permintaan event	<i>Event-induced hotel demand</i>	<i>Revenue Manager</i> ; data reservasi
Harga menyesuaikan permintaan; kanal reservasi dipantau	<i>Pricing</i> dan distribusi	<i>Revenue management</i>	<i>Revenue Manager</i> ; Sales & Marketing
Staf ditambah; <i>check-in</i> dipercepat; <i>housekeeping</i> disiapkan	Kesiapan layanan	<i>Operational readiness</i>	FO; HK; GM; observasi
<i>Early breakfast</i> ; pisang untuk pelari; alur restoran disesuaikan	Layanan khusus peserta lari	<i>Runner-oriented service</i>	F&B Manager; observasi
Puas; ingin kembali; merekomendasikan	Kepuasan dan loyalitas	<i>Guest experience</i>	Wawancara tamu; ulasan tamu

Sumber: Data Penelitian (2026)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian disajikan dalam lima tema utama, yaitu dinamika permintaan kamar selama Jakarta Running Festival, faktor pendorong permintaan, strategi *revenue management*, kesiapan operasional lintas departemen, dan pengalaman tamu. Kelima tema diperoleh dari integrasi wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga temuan tidak hanya bersumber dari persepsi informan, tetapi juga dikaitkan dengan bukti operasional hotel.

Dinamika Permintaan Kamar Selama Jakarta Running Festival

Temuan menunjukkan bahwa Jakarta Running Festival berkontribusi terhadap peningkatan permintaan kamar Hotel Artotel Gelora Senayan. *General Manager* menjelaskan bahwa permintaan dipengaruhi oleh kebutuhan akomodasi peserta, pendamping, panitia, sponsor, dan pihak terkait event di sekitar GBK. *Revenue Manager* menyatakan bahwa peningkatan reservasi mulai terlihat sejak satu hingga dua bulan sebelum event. Pola ini menunjukkan adanya *event-induced hotel demand* yang bersifat temporal dan terkonsentrasi di sekitar venue.

Tabel 3. Indikator Permintaan dan Respons Operasional Hotel pada Periode JRF

Periode	Indikator Permintaan	Segmen Dominan	Respons Hotel	Bukti Triangulasi	Keterangan Analitis
Non-event	Permintaan normal	Tamu reguler/bisnis	Operasional standar	Data reservasi; wawancara manajemen	<i>Baseline</i> kondisi normal

H-3	Reservasi mulai meningkat	Peserta awal; panitia	Koordinasi lintas departemen	Wawancara GM; data reservasi	Persiapan awal event
H-2	Permintaan meningkat	Peserta dan pendamping	Penyesuaian FO dan <i>housekeeping</i>	Observasi; wawancara FO/HK	Aktivitas kedatangan mulai tinggi
H-1	Permintaan tinggi	Peserta; sponsor; pendamping	Penambahan staf; kesiapan kamar	Observasi <i>front desk</i> ; jadwal staf	Puncak kedatangan tamu
Hari H	Permintaan sangat tinggi	Peserta JRF	<i>Early breakfast</i> ; layanan pelari	Observasi F&B; wawancara tamu	Kebutuhan khusus event dilayani
H+1	Mulai menurun	Peserta <i>check-out</i>	Percepatan <i>check-out</i> ; normalisasi	Observasi; wawancara FO	Transisi pasca-event
H+2/H+3	Kembali normal	Tamu reguler	Operasional kembali standar	Data reservasi	Dampak event mulai berakhir

Sumber: Data Penelitian (2026)

Faktor Pendorong Permintaan dan Strategi Revenue Management

Peningkatan permintaan kamar selama JRF dipengaruhi oleh kedekatan hotel dengan GBK, kebutuhan peserta untuk menginap sebelum lomba, kehadiran pendamping dan sponsor, serta reputasi layanan hotel. Dalam event lari, lokasi menjadi faktor penting karena peserta perlu mengakses area start dan finish sejak pagi. Di sisi manajemen, hotel merespons permintaan tersebut melalui pemantauan *booking pace*, penyesuaian harga, pengaturan kanal distribusi, pembatasan diskon saat permintaan tinggi, dan pengembangan nilai tambah layanan seperti *early breakfast* atau fleksibilitas *check-out*.

Kesiapan Operasional Lintas Departemen

Peningkatan okupansi selama event dapat menjadi peluang sekaligus risiko operasional. Hasil wawancara menunjukkan bahwa hotel melakukan koordinasi lintas departemen, penyesuaian jadwal kerja, penambahan staf, percepatan *check-in/check-out*, optimalisasi *housekeeping*, serta penyesuaian layanan F&B. Departemen *Food and Beverage* menyediakan *early breakfast* dan menu ringan bagi peserta lari, sedangkan *Front Office* dan *Housekeeping* menyesuaikan alur kerja agar kedatangan tamu dan kesiapan kamar tetap terkendali.

Tabel 4. Kesiapan Operasional dan Pengalaman Tamu Selama JRF

Dimensi	Tantangan/Temuan	Respons/Bukti	Implikasi	Sumber Data
<i>Front Office</i>	Kedatangan tamu lebih padat dan potensi antrean	Penambahan staf; <i>pre-registration</i> ; percepatan <i>check-in/check-out</i>	Waktu tunggu berkurang dan stres tamu menurun	Wawancara FO; observasi <i>front desk</i>
<i>Housekeeping</i>	Kamar harus siap lebih cepat saat <i>turnover</i> tinggi	Pembagian shift; prioritas kamar peserta; kontrol kualitas	Kesiapan kamar dan standar kebersihan terjaga	Wawancara HK; jadwal staf
<i>Food & Beverage</i>	Kebutuhan sarapan lebih awal dan menu praktis	<i>Early breakfast</i> ; pisang; menu ringan; pengaturan alur restoran	Kebutuhan peserta lari terakomodasi	Wawancara F&B; observasi restoran
<i>Pre-stay</i>	Tamu memilih hotel karena dekat venue	Alasan reservasi; akses GBK; peta lokasi	Lokasi menjadi proposisi nilai utama	Wawancara tamu; dokumentasi lokasi
<i>Arrival dan event-day</i>	<i>Check-in</i> cepat; akses ke venue mudah;	Observasi layanan; wawancara tamu; ulasan tamu	Pengalaman menginap lebih positif	Wawancara; observasi; ulasan

	layanan sarapan mendukung			
<i>Post-stay</i>	Tamu bersedia kembali dan merekomendasikan hotel	Pernyataan tamu; ulasan; potensi repeat guest	Membuka peluang loyalitas dan kerja sama event	Wawancara tamu; dokumen pendukung

Sumber: Data Penelitian (2026)

Pengalaman Tamu

Pengalaman tamu menjadi dimensi penting karena keberhasilan hotel dalam memanfaatkan *event* tidak hanya ditentukan oleh peningkatan permintaan, tetapi juga oleh kepuasan tamu dan potensi loyalitas. Berdasarkan hasil wawancara terhadap **dua informan tamu peserta Jakarta Running Festival**, seluruh informan menyatakan bahwa **kedekatan lokasi hotel dengan area start dan finish Jakarta Running Festival menjadi alasan utama dalam memilih Artotel Gelora Senayan**. Selain faktor lokasi, kedua tamu juga menyampaikan bahwa proses *check-in* dan *check-out* berlangsung cepat, pelayanan staf ramah, serta fasilitas kamar sesuai dengan harapan mereka. Salah satu informan menyatakan bahwa hotel dipilih karena "*dekat dengan start dan finish line*", sedangkan informan lainnya menambahkan bahwa lokasi strategis dan rekomendasi dari teman menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pilihan hotel.

Temuan tersebut didukung oleh hasil wawancara dengan *Front Office Manager* yang menjelaskan bahwa selama periode Jakarta Running Festival terjadi peningkatan jumlah *check-in* dan *check-out*. Untuk menjaga kualitas layanan, hotel melakukan penambahan staf, penyesuaian jadwal kerja, serta mempercepat proses administrasi sehingga antrean tamu dapat diminimalkan. Meskipun terdapat peningkatan volume tamu, pelayanan dinilai tetap berjalan dengan baik dan sebagian besar tamu memberikan kesan positif terhadap kecepatan serta keramahan pelayanan *Front Office*.

Hasil observasi operasional juga menunjukkan adanya penyesuaian layanan untuk memenuhi kebutuhan peserta lomba, seperti penyediaan *early breakfast*, penambahan pisang di area lobi sebelum perlombaan, serta pengaturan kapasitas restoran pada jam sarapan. Wawancara dengan *Food & Beverage Manager* menunjukkan bahwa tingkat kunjungan restoran meningkat selama periode event sehingga dilakukan penyesuaian kapasitas tempat duduk, jumlah *manpower*, dan alur pelayanan agar operasional tetap berjalan lancar. Kedua informan tamu juga menyampaikan bahwa variasi menu sarapan, kenyamanan restoran, dan kualitas pelayanan menjadi nilai tambah selama menginap.

Secara keseluruhan, temuan tersebut menunjukkan bahwa *guest experience* selama Jakarta Running Festival tidak hanya dipengaruhi oleh lokasi hotel yang strategis, tetapi juga oleh kesiapan operasional hotel dalam memberikan pelayanan yang cepat, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan peserta event. Pengalaman positif tersebut tercermin dari kesediaan kedua informan untuk kembali menginap apabila mengikuti Jakarta Running Festival pada tahun berikutnya serta kesediaan mereka merekomendasikan Artotel Gelora Senayan kepada peserta lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 5. Matriks Triangulasi Temuan dan Pembahasan

Tema	Wawancara	Observasi	Dokumentasi	Interpretasi
<i>Event-induced demand</i>	GM/RM menjelaskan kenaikan permintaan	Aktivitas kedatangan dan	Data reservasi, <i>occupancy</i> /indikator	JRF berfungsi sebagai pemicu

	dari peserta, pendamping, panitia, dan sponsor	<i>front desk</i> meningkat	permintaan, data peserta JRF	permintaan hotel yang temporal dan spasial
Keunggulan lokasi	Tamu dan <i>Sales</i> menyebut kedekatan GBK sebagai alasan memilih hotel	Akses hotel menuju venue relatif mudah	Peta jarak, alasan reservasi, ulasan tamu	Lokasi menjadi bagian dari nilai pengalaman peserta event
Revenue management	RM menjelaskan booking pace, harga, dan kanal distribusi	Pola ketersediaan kamar dan komunikasi penjualan	ADR, RevPAR, harga, <i>booking lead time</i> , kanal reservasi	Permintaan event perlu dikonversi melalui strategi harga dan inventori
Operational readiness	GM, FO, HK, F&B menjelaskan penyesuaian layanan	Lobi, front desk, restoran, dan F&B menunjukkan kesiapan layanan	SOP, jadwal staf, catatan layanan dan keluhan	Kesiapan operasional menjaga kualitas layanan saat okupansi tinggi
Guest experience	Tamu menilai akses, <i>check-in</i> , staf, kamar, dan sarapan	Interaksi layanan dan fasilitas publik diamati	Ulasan tamu, <i>komplain</i> , repeat guest	Pengalaman positif mendorong loyalitas dan rekomendasi

Sumber: Data Penelitian (2026)

Event-Induced Hotel Demand dan Keunggulan Lokasi

Jakarta *Running Festival* berperan sebagai *event-induced demand generator* yang meningkatkan permintaan kamar Hotel Artotel Gelora Senayan, terutama karena mobilitas peserta, pendamping, panitia, dan sponsor. Temuan ini didukung oleh wawancara, observasi, dan data reservasi serta sejalan dengan penelitian Gan et al. (2023), Bazzanella et al. (2023), dan Morfoulaki et al. (2023) yang menyatakan bahwa sport event mampu meningkatkan mobilitas wisatawan dan aktivitas ekonomi destinasi. Selain itu, kedekatan hotel dengan kawasan GBK menjadi keunggulan kompetitif karena memberikan kemudahan akses, efisiensi waktu, dan kenyamanan bagi peserta, sehingga memperkuat nilai pengalaman tamu selama event.

Revenue Management dan Kesiapan Operasional

Lonjakan permintaan selama JRF mendorong hotel menerapkan strategi *revenue management* melalui *monitoring booking pace*, penyesuaian harga, pengelolaan inventori kamar, serta optimalisasi kanal distribusi. Strategi tersebut sejalan dengan Talon-Ballesterio et al. (2022) dan Bandalouski et al. (2021) yang menegaskan pentingnya *dynamic pricing* dan *forecasting* dalam mengoptimalkan pendapatan hotel selama periode permintaan tinggi.

Selain strategi pendapatan, kesiapan operasional menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas layanan selama peningkatan okupansi. Hotel melakukan koordinasi lintas departemen, penyesuaian staf, percepatan proses *check-in/check-out*, optimalisasi *housekeeping*, serta penyediaan *early breakfast* bagi peserta. Temuan ini menunjukkan bahwa *operational readiness* mendukung terciptanya pengalaman tamu yang positif selama event.

Guest Experience, Loyalitas, dan Peluang Kerja Sama Event

Pengalaman tamu dipengaruhi oleh lokasi hotel, kecepatan layanan, keramahan staf, serta fasilitas yang mendukung kebutuhan peserta JRF. Pengalaman positif tersebut mendorong

kepuasan, loyalitas, dan niat untuk merekomendasikan hotel kepada peserta lain, sejalan dengan temuan Vo et al. (2022), Kim dan Kim (2022), serta Du et al. (2025).

Kontribusi Teoretis, Praktis, dan Validitas Temuan

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian *sport tourism* dengan menunjukkan bahwa *event-induced hotel demand* tidak hanya meningkatkan permintaan kamar, tetapi juga memengaruhi strategi *revenue management*, kesiapan operasional, dan *guest experience*. Temuan ini memperluas penelitian terdahulu yang lebih banyak menyoro dampak ekonomi event terhadap destinasi dan industri perhotelan (Bazzanella et al., 2023; Collins et al., 2022; Kim & Kim, 2022).

Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa hotel di sekitar venue event perlu menerapkan *event-based hotel management* melalui perencanaan permintaan, strategi harga, koordinasi lintas departemen, serta pengembangan layanan yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Kolaborasi antara hotel dan penyelenggara event juga penting untuk meningkatkan pengalaman peserta dan memperkuat manfaat ekonomi destinasi.

Validitas temuan diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik yang mengintegrasikan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pendekatan ini memastikan bahwa interpretasi penelitian didukung oleh berbagai sumber data sehingga meningkatkan kredibilitas temuan (Byrne, 2022; Naeem et al., 2023).

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Jakarta Running Festival* berkontribusi terhadap peningkatan permintaan kamar di Hotel Artotel Gelora Senayan melalui mobilitas peserta, pendamping, panitia, dan sponsor. Kedekatan hotel dengan kawasan Gelora Bung Karno menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan permintaan sekaligus memberikan keunggulan kompetitif dalam menarik tamu selama penyelenggaraan event.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa peningkatan permintaan perlu diimbangi dengan penerapan *revenue management*, koordinasi lintas departemen, serta kesiapan operasional untuk menjaga kualitas layanan dan pengalaman tamu. Dengan demikian, keberhasilan hotel dalam memanfaatkan momentum event tidak hanya ditentukan oleh tingginya tingkat hunian, tetapi juga oleh kemampuan mengelola harga, kapasitas, dan pelayanan secara efektif.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian *sport tourism* dengan menunjukkan keterkaitan antara *event-induced hotel demand*, *revenue management*, *operational readiness*, dan *guest experience*. Secara praktis, hasil penelitian memberikan masukan bagi hotel dalam menyusun strategi pengelolaan berbasis event melalui perencanaan permintaan, strategi harga, koordinasi operasional, dan peningkatan kualitas layanan. Penelitian ini terbatas pada satu objek penelitian sehingga studi selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak hotel atau menggunakan pendekatan *mixed methods* untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.

Referensi :

- An, B., & Yamashita, R. (2024). A study of event brand image, destination image, event, and destination loyalty among international sport tourists. *European Sport Management Quarterly*, 24(2), 345–363.
- Armbrrecht, J. (2021). Event quality, perceived value, satisfaction and behavioural intentions in an event context. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(2), 169–191.
- Bandalouski, A. M., Egorova, N. G., Kovalyov, M. Y., Pesch, E., & Tarim, S. A. (2021). Dynamic pricing with demand disaggregation for hotel revenue management. *Journal of Heuristics*, 27, 869–885.

- Bazzanella, F., Schnitzer, M., Peters, M., & Bichler, B. F. (2023). The role of sports events in developing tourism destinations: A systematized review and future research agenda. *Journal of Sport & Tourism*, 27(2), 77–109.
- BNI. (2025). 27,300 runners enliven the Wondr Jakarta Running Festival 2025, proving BNI's collaboration to promote national sports tourism. Retrieved from <https://www.bni.co.id/>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & Quantity*, 56, 1391–1412.
- Chalupa, S., & Petříček, M. (2021). Do hotels benefit from hosting IIHF World Championships? Case of Prague and Bratislava hotel market. *Tourism*, 69(3), 418–428.
- Collins, C., Depken, C. A., & Stephenson, E. F. (2022). The impact of sporting and cultural events in a heterogeneous hotel market: Evidence from Austin, TX. *Eastern Economic Journal*, 48(4), 518–547.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Du, J., Zheng, G., Liang, J., & Ma, Y. (2025). Research on the impact of sports event image on tourism loyalty in heritage sites: An empirical study based on the Yongding Tulou marathon. *PLOS ONE*, 20(6), e0326333.
- Falk, M. T., & Vieru, M. (2021). Short-term hotel room price effects of sporting events. *Tourism Economics*, 27(3), 569–588.
- Fernández-Martínez, A., Cabello-Manrique, D., Roca-Cruz, A. F., & Nuviala, A. (2022). The influence of small-scale sporting events on participants' intentions to recommend the host city. *Sustainability*, 14(13), Article 7549.
- Gan, C., Deng, T., & Zhao, W. (2023). City marathon events and tourism industry: A quasi-natural experiment. *Journal of Sports Economics*, 24(7), 851–876.
- Giango, M. K., Rabe, J. B., Jabagat, C. R., Kim, I., & Kim, S. (2022). Local support on sports tourism development: An integration of emotional solidarity and social exchange theory. *Sustainability*, 14(19), Article 12898.
- Hallmann, K., & Zehrer, A. (2024). Interrelationships of landscapes, sportscapes and sport experiences in destinations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 24(1), 67–85.
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292, Article 114523.
- Higham, J., & Vada, S. (2025). The state-of-the-art in sport tourism geographies. *Tourism Geographies*, 27(3–4), 677–690.
- Kim, Y.-J., & Kim, H.-S. (2022). The impact of hotel customer experience on customer satisfaction through online reviews. *Sustainability*, 14(2), Article 848.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Malterud, K., Siersma, V. D., & Guassora, A. D. (2016). Sample size in qualitative interview studies: Guided by information power. *Qualitative Health Research*, 26(13), 1753–1760.
- Morfoulaki, M., Myrovali, G., Kotoula, K.-M., Karagiorgos, T., & Alexandris, K. (2023). Sport tourism as driving force for destinations' sustainability. *Sustainability*, 15(3), Article 2445.
- Naeem, M., Ozuem, W., Howell, K., & Ranfagni, S. (2023). A step-by-step process of thematic analysis to develop a conceptual model in qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods*, 22, Article 16094069231205789.

- Newland, B. L., Aicher, T. J., Davies, M., & Hungenberg, E. (2021). Sport event ecotourism: Sustainability of trail racing events in US National Parks. *Journal of Sport & Tourism*, 25(2), 155–181.
- Oliveira-Cardoso, Q. J. D., Martínez-González, J. A., & Álvarez-Albelo, C. D. (2025). Hotel guest satisfaction: A predictive and discriminant study using TripAdvisor ratings. *Administrative Sciences*, 15(7), Article 264.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Rocksand, A. S. (2025). Determinants of sports tourism destination image: The interplay of facilities, branding, and social media. *Journal of Tourism Theory and Research*, 11(2), 47–55.
- Talon-Ballester, P., Nieto-Garcia, M., & Gonzalez-Serrano, L. (2022). The wheel of dynamic pricing: Towards open pricing and one-to-one pricing in hotel revenue management. *International Journal of Hospitality Management*, 102, Article 103184.
- Vo, N. T., Hung, V. V., Tuckova, Z., Pham, N. T., & Nguyen, L. H. L. (2022). Guest online review: An extraordinary focus on hotel users' satisfaction, engagement, and loyalty. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(4), 913–944.
- Wallimann, H., & Mehr, A. (2026). The impact of the UEFA Women's EURO on hotel overnight stays: Evidence from a causal analysis. *Journal of Sports Economics*, 27(4).
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. SAGE Publications.
- Zhang, L., Liu, J., Qiao, X., & Koh Choon Lian, D. (2025). Assessing the tourism impacts of urban marathon events in central China's historic cities: A residents' SEM analysis. *Frontiers in Sports and Active Living*, 7, Article 1720413.