

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI HOTEL GOLDEN TULIP PONTIANAK DALAM
RANGKA MENINGKATKAN KUNJUNGAN TAMU PASKA PANDEMI
COVID -19



OLEH

SUGENG HAIDI FIRMANSYAH

NIM 318101264

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2022

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI HOTEL GOLDEN TULIP PONTIANAK DALAM

RANGKA MENINGKATKAN KUNJUNGAN TAMU PASKA

PANDEMI COVID -19



Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pengelolaan Perhotelan

OLEH

SUGENG HAIDI FIRMANSYAH

NIM 318101264

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PROMOSI HOTEL GOLDEN TULIP PONTIANAK DALAM
RANGKA MENINGKATKAN KUNJUNGAN TAMU PASKA
PANDEMI COVID -19



Disusun Oleh :

SUGENG HAIDI FIRMANSYAH

NIM : 318101264

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Drs.Prihatno,M.M.

NIDN. 0526125901

Pembimbing II

Hermawan Prasetyanto,S.Sos,ST,M.M

NIDN. 0516057102

Mengetahui

Ketua Program Studi

Hermawan Prasetyanto, S.Sos,S.ST,M.M

NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI HOTEL GOLDEN TULIP PONTIANAK DALAM

RANGKA MENINGKATKAN KUNJUNGAN TAMU PASKA

PANDEMI COVID -19

Disusun Oleh :

SUGENG HAIDI FIRMANSYAH

NIM : 318101264

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan.....

Pada Tanggal 10 Oktober 2022

TIM PENGUJI

**Penguji Utama : Arif Dwi Saputra, S.S., M.M.
NIDN.0525047001**

.....


**Penguji I : Drs.Prihatno, M.M.
NIDN. 0526125901**

.....


**Penguji II : Hermawan Prasetyanto, S.Sos, ST., M.M.
NIDN. 0516057102**

.....


**Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



**Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901**

PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SUGENG HAIDI FIRMANSYAH

NIM : 318101264

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI HOTEL GOLDEN TULIP
PONTIANK DALAM RANGKA MENINGKATKAN
KUNJUNGAN TAMU PASKA PANDEMI COVID -19

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya, baik utuk naskah laporan maupun kegiatan pengambilan data dalam skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun

Yogyakarta, 26 September 2022



SUGENG HAIDI FIRMANSYAH

MOTTO

“Manusia itu asalnya dari tanah, makan hasil tanah, berdiri atas tanah, dan akan
Kembali ke tanah, Lalu kenapa masih bersifat langit ”

-BUYA HAMKA -

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

-Q.S. Al-Insyirah ayat 5-

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

-Q.S. Al-Baqarah ayat 286-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur kepada Allah S.W.T karya kecil dan sederhana ini saya persembahkan sebagai wujud rasa hormat dan terimakasih yang tak terhingga kepada orang – orang terdekat dan tercinta . Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memotivasi, menyemangati, dan doa yang terbaik untuk anak-anaknya. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tidak terhingga saya persembahkan karya kecil ini untuk Bapak dan Mama. Terimakasih saya ucapkan untuk semua kesabaran dan kasih sayang selama ini.
2. Untuk adik saya yang berada di panti Asuhan Nurul Iman yang selalu mendukung, menyemangati, dan doa yang terbaik untuk saya, sehingga sapat menyelesaikan ini.
3. Teman-teman seperjuangan Pengelolaan Perhotelan STP AMPTA Yogyakarta angkatan 2018, semoga sukses selalu untuk kita semua.
4. Sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dan semua teman-teman saya yang telah memberi semangat dan memberi masukan karya tulis ini.
5. Segenap teman dan karyawan yang ada di Golden Tulip Hotel terimakasih atas kerja samanya dalam menuliskan karya tulis ini.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala berkah, rahmat, karunia dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam selalu terucapkan pada junjungan serta suri tauladan kita Rasulullah Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Diploma IV Pengelolaan Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi adalah menjelaskan **“STRATEGI PROMOSI HOTEL GOLDEN TULIP DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUNJUNGAN TAMU DI PASKA PANDEMI COVID -19 ”**. Penulis menyadari sepenuhnya adanya kekurangan yang ada dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa ada bantuan, dorongan, dan dukungan dari semua pihak. Untuk itu perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyusun dan terselesainya laporan ini :

1. Bapak Drs,Prihatno,M.M. selaku pembimbing I yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Hermawan Prasetyanto,S.Sos,ST.,M.M. selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Arif Dwi Saputra,S.S.,M.M. Selaku dosen penguji yang telah memberi kesempatan saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, M.M selaku Ketua Jurusan Program studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan ilmu bagi penulis .
6. Para informan penelitian dari Golden Tulip Hotel yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan menjawab pertanyaan yang diajukan .

7. Semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi baik dalam bentuk bantuan, dukungan serta doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik .

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa selama penulisan dan penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila ada salah kata dalam pembuatan skripsi. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan dalam penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 26 September 2022

SUGENG HAIDI FIRMANSYAH

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| BERITA ACARA UJIAN..... | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN DATA SKRIPSI | iv |
| MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 4 |
| D. Manfaat Penelitian | 4 |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS | 6 |
| A. Landasan Teori | 6 |
| 1. Strategi | 6 |
| 2. Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran | 6 |
| 3. Hotel | 10 |
| 4. Analisis SWOT..... | 14 |
| B. Penelitian Terdahulu | 16 |
| C. Kerangka Pemikiran | 18 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 19 |
| A. Jenis Penelitian | 19 |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 19 |

| | |
|--|-----------|
| C. Teknik Cuplikan | 19 |
| D. Sumber Data | 20 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 21 |
| F. Keabsahan Data | 23 |
| G. Analisis Data | 23 |
| H. Alur Penelitian | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 30 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian | 30 |
| 1. Sejarah Golden Tulip Hotel | 30 |
| 2. Lokasi Golden Tulip Hotel | 31 |
| 3. Tipe Kamar & Fasilitas Hotel | 31 |
| 4. Struktur Organisasi Hotel | 41 |
| B. Pembahasan | 41 |
| 1. Strategi Promosi Hotel Golden Tulip Pontianak Dalam Rangka Meningkatkan Kunjungan Tamu Di Paska Pandemi Covid -19 | 41 |
| 2. Promo Produk di Golden Tulip Hotel..... | 54 |
| 3. Kebijakan Golden Tulip Hotel Pada Saat Paska Coviid-19 | 57 |
| 4. Pembahasan Analisis SWOT | 58 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 68 |
| A. Kesimpulan | 68 |
| B. Saran | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Matriks SWOT | 27 |
| Tabel 4.1 Meeting Room Configuration | 37 |
| Tabel 4.2 Hotel Paket | 49 |
| Tabel 4.3 Matriks SWOT Advertising (Periklanan) | 59 |
| Tabel 4.4 Matriks SWOT Personal Selling (Penjualan Perseorangan)..... | 60 |
| Tabel 4.5 Matriks SWOT Seles Promotion (Promosi Penjualan)..... | 61 |
| Tabel 4.6 Matriks SWOT Public Relation (Hubungan Masyarakat) | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Bangunan Golden Tulip Hotel | 30 |
| Gambar 4.2 Superior Room | 32 |
| Gambar 4.3 Superior Twin Room..... | 32 |
| Gambar 4.4 Superior Bathroom | 32 |
| Gambar 4.5 Deluxe Room..... | 33 |
| Gambar 4.6 Deluxe Bathroom | 33 |
| Gambar 4.7 Deluxe Twin Room | 34 |
| Gambar 4.8 Executive room | 34 |
| Gambar 4.9 Executive Twin room | 35 |
| Gambar 4.10 Executive Bathroom..... | 35 |
| Gambar 4. 11 Junior suite Room | 36 |
| Gambar 4.12 Junior Suite Living Room | 36 |
| Gambar 4.13 Junior Suite Bathroom..... | 36 |
| Gambar 4.14 Meeting Package | 38 |
| Gambar 4.15 Restaurant Golden Tulip | 38 |
| Gambar 4.16 Copacabana Pool & Lounge..... | 39 |
| Gambar 4.17 <i>Swimming Pool</i> | 39 |
| Gambar 4.18 Fitnes Center | 40 |
| Gambar 4.19 Struktur Hotel Golden Tulip | 41 |
| Gambar 4.20 Selesai Wawancara Seles Marketing..... | 46 |
| Gambar 4.21 selesai wawancara HRD | 49 |
| Gambar 4.22 Room Promo | 54 |
| Gambar 4.23 Room promo..... | 54 |
| Gambar 4.24 Room promo..... | 55 |
| Gambar 4.25 Meeting Package Promo..... | 55 |
| Gambar 4.26 Birthday Promo | 56 |
| Gambar 4.27 Cinmoi Promo | 56 |
| Gambar 4.28 Wedding Promo..... | 57 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 4 Hasil Data Wawancara

Lampiran 5 Dokumentasi di Golden Tulip Hotel

Lampiran 6 Lembar Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Penelitian skripsi yang berjudul Strategi Promosi Hotel Golden Tulip Pontianak Dalam Rangka Meningkatkan Kunjungan Tamu Di paska pandemic COVID-19 Difokuskan pada dua permasalahan yaitu bagaimana strategi promosi hotel Golden Tulip Hotel. Bagaimana kendala yang dihadapi hotel Golden Tulip Hotel dalam melakukan promosi. Dari rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi pada Golden Tulip Hotel Pontianak. Untuk mengetahui kendala- kendala yang dihadapin oleh Golden Tulip Hotel Pontianak

Berdasarkan hasil penelitian adalah (1) Dalam melakukan strategi promosi yang dilakukan hotel Golden Tulip menggunakan bauran promosi yang terdiri dari 5 bauran promosi diantaranya yaitu periklanan (advertsing),penjualan perseorangan (personal selling),promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat (public relation), dan informasi dari mulut ke mulut (word of mouth) (2) kendala yang dihadapi dalam kegiatan promosi adalah yang pertama kurang maksimal dalam promosi yang dilakukan Golden Tulip Hotel.yang kedua produk dan fasilitas hotel kurangnya produk tersebut dapat memberikan dampak pada proses promosi hotel karena produk yang ditawarkan sedikit sehingga kontribusi yang didapatkan kurang maksimal.

Kata Kunci : Strategi, Promosi

ABSTRACT

The thesis research, entitled Promotion Strategy of the Pontianak Golden Tulip Hotel in the Context of Increasing Guest Visits in the Post-Covid-19 Pandemic, focuses on two problems, namely how to promote the Golden Tulip HotQel hotel promotion strategy. What are the obstacles faced by the Golden Tulip Hotel in conducting promotions. From the formulation of the problem, the purpose of this study is to determine the promotion strategy at the Golden Tulip Hotel Pontianak. To find out the obstacles faced by the Golden Tulip Hotel Pontianak

The purpose of this study is to determine the promotional mix carried out by the golden tulip hotel and to determine the strategies that the hotel will implement in the strategies that the hotel will implement in the future by using the swot analysis method this type of reserch is descriptive with data collection analyiss tevhiniques interview ,observation and documentation .the swot result in this study discuss each element in the promotion mix using swot matrik

Based on the results of the study, (1) In carrying out the promotional strategy carried out by the Golden Tulip hotel using a promotional mix consisting of 5 promotional mixes including advertising (advertsing), personal selling (personal selling), sales promotion (sales promotion), public relations (public relations). relations), and word of mouth information (2) the obstacles faced in promotional activities are the first less than optimal in the promotion carried out by Golden Tulip Hotel. hotel promotions because the products offered are few so that the contribution obtained is less than optimal

Keywords: Strategy, Promotion. Analiysis SWOT

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hotel adalah kebutuhan akan sarana akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makanan, minum serta jasa lainnya. Selain itu hotel dapat diartikan sebagai bangunan yang menyediakan kamar untuk tempat menginap tamu, makanan, minuman dan fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan untuk mendapatkan keuntungan. Dapat juga hotel diartikan sebagai suatu usaha yang dikelola di bidang akomodasi yang dikelola secara profesional yang menghasilkan keuntungan untuk menyediakan penginapan, makanan, minuman dan fasilitas lainnya.

Sektor perhotelan merupakan salah satu sektor yang paling terdampak besar di beberapa daerah dengan berbagai variasinya, menyebabkan pergerakan masyarakat dari satu kota ke kota lainnya terbatas. Hal ini dibarengi dengan himbauan pemerintah untuk sementara tinggal di rumah saja untuk mencegah penyebaran virus covid -19 industri perhotelan merupakan industri yang sangat terpuak dan berdampak sangat hebat dalam Pandemi ini. Banyaknya hotel yang terpaksa tutup karena tidak lagi kedatangan tamu serta bisnis makanan dan pertemuan yang tidak lagi terisi. Banyaknya hotel yang terpaksa tutup karena tidak lagi kedatangan tamu serta bisnis makanan dan pertemuan yang tidak lagi terisi. Indonesia merasakan dampak dari penyebarannya, saat ini banyak kebijakan yang telah dilakukan oleh Pemerintah Pusat untuk menghambat penyebaran dan juga kebijakan dalam bidang ekonomi dan kesejahteraan

masyarakat yang sangat berdampak ke semua ini masyarakat tanpa membedakan pangkat dan golongan serta strata kehidupan masyarakat. Ditambah lagi anjuran pemerintah untuk tetap berdiam diri di rumah, bekerja di rumah, belajar di rumah sehingga industri perhotelan ini banyak yang mengalami gejala kebangkrutan.

Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia mencatat saat ini sudah ada 1.642 hotel di seluruh Indonesia yang terpaksa tutup karena wabah Covid-19. Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Haryadi Sukamdani menyebutkan bahwa dari 1.642 hotel tersebut, hotel yang paling banyak tutup ada di Jawa Barat sebanyak 501 hotel, disusul oleh Bali sebanyak 281 hotel, dan Jakarta 100 hotel. Dengan adanya penutupan hotel-hotel tersebut, industri pariwisata berpotensi kehilangan pendapatan hingga puluhan triliun. “Dari wisatawan asing *potential loss*-nya bisa sampai Rp 60 triliun, sementara dari wisatawan asing yang datang ke hotel bisa sampai Rp 30 triliun,”

(sumber: www.phri Indonesia.com)

Kejadian luar biasa yang terjadi ini mengakibatkan Industri Perhotelan di tanah air terancam dan perlu dilakukan langkah-langkah penyelamatan agar industri ini dapat bertahan selama pandemi Covid-19 ini. Bagaimana dengan nasib Industri Perhotelan pada masa pandemi Covid-19, apakah masih dapat diselamatkan atau tidak Pandemi Covid-19 yang melanda dunia saat ini mengakibatkan industri perhotelan di Indonesia menerima dampak yang sangat besar.

Pemberitaan di media massa terkait dengan penutupan usaha hotel di Bali dan kotakota lainnya menjadikan Pandemi Covid19 ini menjadi bencana bagi industri perhotelan di Indonesia. Berbagai macam cara telah dilakukan oleh pengusaha hotel, pengusaha pariwisata, asosiasi perhotelan serta pemerintah dalam mengurangi dampak kerugian bagi industri hotel terutama di Indonesia.

Menurut Ali Hasan (2013 : 603) mengatakan bahwa kombinasi instrument promosi meliputi ,periklanan(*advertising*),penjualan personal (*personal selling*),promosi penjualan (*sales promotion*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) . tujuan promosi yaitu menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk,serta meningkatkan sasaran pelanggan & merupakan indicator terhadap keputusan tamu untuk membeli .

Keberhasilan promosi tentunya tidak lepas dari bagaimana cara promosi dikelola secara tepat. Penentuan model dan media yang tepat dalam keputusan periklanan ,penentuan bentuk komunikasi yang paling efektif dlam penjualan langsung, beberpa pertimbangan yang dimasukan dalm pengelolaan unsur- unsur bauran promosi . konsumen sekarang lebih selektif dalam mengambil keputusan pembelinya. Perusahaan yang kreatif akan meningkatkan fasilitas produk yang ada melalui periklanan, penjualan langsi=ung ,promosi penjualadan publistitas terhadap pola pengambilan keputusan pembeli konsumen agar konsumen memiliki konsistensi atas produk atau jasa yang ditawarkan dan mau merekomendasikan ke calon konsumen . Berkaitan dengan kenyataan yang telah dikemukakan di atas maka peneliti akan meneliti lebih mendalam tentang hal tersebut. Peneliti akan mengkaji masalah tersebut dengan mengadakan penelitian

dengan judul: **STRATEGI PROMOSI HOTEL GOLDEN TULIP PONTIANAK DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUNJUNGAN TAMU PASKA PANDEMI COVID 19.**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan peneliti merumuskan masalah peneliti ini yaitu Bagaimana Strategi Promosi Hotel Golden Tulip Meningkatkan Kunjungan Tamu Di Paska Pandemi covid -19?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai kondisi hotel yang berada di Daerah Pontianak yang tutup atau yang mengalami kerugian di paska pandemi -19 ini. Dan ingin mengetahui bagaimana caranya hotel yang masih buka di paska pandemi ini. Melihat dari latar belakang yang sudah diuraikan di atas tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui langkah-langkah yang tepat untuk menyelamatkan industri perhotelan paska pandemi Covid-19 di Indonesia agar roda bisnis industri perhotelan selama ini dapat tetap memberikan kestabilan perekonomian masyarakat di Indonesia. Hasil dari analisa ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian kualitatif ,maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dan tujuan yang diharapkan baik penulis,akademis,hotel . adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan secara teoritis

- a. penelitian ini diharapkan jika nantinya dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis,serta dapat menambah ilmu yang telah di dapatkan pad saat kuliah .
- b. penelitian ini juga nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai perbandingan dan refrensi bagi peneliti .

2. kegunaan praktis

- a. Bagi penulis penelitian ini tentunya akan sangat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dalam bidang promosi, khususnya pada masalah strategi promosi Hotel Golden Tulip Pontianak
- b. Bagi Hotel Golden Tulip penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu kesimpulan dan mengembangkan saran tertentu terhadap masalah yang dihadapi oleh perusahaan itu sendiri sebagai bahan pertimbangan dalam upaya meningkatkan inovasi untuk meningkatkan daya konsumen .
- c. Bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat menjadi sarana informasi yang bertujuan untuk memperbanyak ilmu dan nantinya dapat dijadikan sebagai bahan refrensi tambahan untuk penelitian .