

HALAMAN JUDUL

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DAN MINAT TAMU
DI HOTEL GRAND SERELA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Sains Terapan D IV

Oleh
WAHYUNING TYAS
NO. MHS: 315200288

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENERAPAN BAURAN PROMOSI DAN MINAT TAMU
DI HOTEL GRAND SERELA YOGYAKARTA**



Oleh
WAHYUNING TYAS
NO. MHS: 315200288

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. PRIHATNO, MM
NIDN. 0526125901

ARIF DWI SAPUTRA, S.S.M.M
NIDN. 0525047001

Mengetahui Ketua Jurusan

HERMAWAN PRASETYANTO, S ST, MM
NIDN. 0516057102

MOTTO

1. Lebih baik ditendang dengan kejujuran daripada dipeluk dengan kebohongan.
2. Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama.
3. Bukan kah kunci bahagia itu bersyukur ? Maka Jalani, Nikmati dan Syukuri hidup ini.
4. Jangan biarkan rasa takut gagal menghambat kita untuk mengambil suatu keputusan yang positif, lebih baik mencoba daripada tidak sama sekali, kita tumbuh dengan belajar pada kesalahan bukan dari tidak berbuat apa-apa.
5. Berangkat dengan penuh keyakinan. Berjalan dengan penuh keikhlasan. Istiqomah dalam menghadapi cobaan. Yakin, Ikhlas, dan Istiqomah.

PERSEMBAHAN

Syukurku pada yang kuasa ketika sebuah harapan telah terenggam. Perjuangan panjangku, penderitaan dalam hari-hariku semua masih kurasakan, Sebuah perjuangan yang penuh ujian untuk meraih semua kesuksesan ini, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Alm. Ayahanda ku dan Ibundaku yang selalu sehat tercinta terima kasih atas doa, sujud dan restumu tanpa itu semua kesuksesan takkan pernah ada dalam kebahagiaan keluarga, serta telah mengikhlaskan segala kemampuan moril dan materilnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan,
2. Kakakku tercinta, Mbak Sri atas doa, bantuan moril maupun materil.
3. Utuh Satria Hundra yang sudah senantiasa menjadi sahabat, teman, kakak, sosok calon ayah yang sudah menemani, memberi semangat, perhatian, pengertian, dan kasih sayang sehingga terselesainya skripsi ini.
4. Teman-temanku semuanya terima kasih ats bantuan doa dan semangatnya.

Penulis

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Administrasi Hotel Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan Penerapan Bauran Promosi dan Minat Tamu yang dilakukan tim marketing di Hotel Grand Serela Yogyakarta, hasilnya menunjukkan dapat diketahui bahwa dari kelima bauran promosi dan kegiatan promosi yang dilakukan tim *marketing* Hotel Grand Serela yang paling banyak dipilih oleh tamu adalah Personal Selling dan yang paling sedikit dipilih oleh tamu yaitu Pemasaran Langsung. Keterbatasan yang ditemukan dilapangan adalah tim *marketing* Hotel Grand Serela masih kurang gencar, aktif dan efektif dalam menjalankan kelima kegiatan promosi yang seharusnya kelima bauran promosi itu saling berhubungan dan ketergantungan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Nikasius Jonet Sinangjoyo, S.Sos, M.SI selaku penguji utama yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
2. Bapak Drs. Prihatno, MM selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S.M.M selaku Pembimbing II yang telah dengan arif dan bijaksanan memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Santosa, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.
5. Bapak Hermawan Prasetyanto, S ST, MM selaku Ketua Jurusan Program Studi Administrasi Hotel Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.
6. Pimpinan beserta Manajemen dan staff Hotel Grand Serela Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian untuk menyusun skripsi ini.
7. Para responden penelitian yang telah memberikan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi angket penelitian.

Semoga bantuan bapak/ibu dan para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis

berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 18 Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	4
C. Fokus Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5

BAB II	LANDASAN TEORI	7
A.	Landasan Teori	7
	1. Strategi Bauran Pemasaran	7
	2. Pengertian Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>).....	14
	3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi ..	18
	4. Variabel-Variabel Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>)	24
B.	Minat Konsumen	36
C.	Kerangka Pemikiran	38
D.	Penelitian Terdahulu	38
BAB III	METODE PENELITIAN	43
A.	Metode dan Design Penelitian	40
B.	Lokasi Penelitian	40
C.	Teknik Cuplikan	41
D.	Sumber Data	41
E.	Teknik Pengumpulan Data	42
F.	Keabsahan Data	44
G.	Metode Analisis Data	46
H.	Alur Penelitian	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A.	Deskripsi Objek Penelitian	49
B.	Hasil Analisis Data	54
C.	Pembahasan	60

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	74
A.	Kesimpulan	74
B.	Saran	78
C.	DAFTAR PUSTAKA	80

DAFTAR LAMPIRAN

DAFAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Jenis Kelamin
Tabel 4.2	Deskripsi Usia
Tabel 4.3	Deskripsi Provinsi
Tabel 4.4	Deskripsi Agama
Tabel 4.5	Deskripsi Pekerjaan
Tabel 4.6	Deskripsi Penghasilan
Tabel 4.7	Deskripsi Minat Tamu Dari Kegiatan Promosi
Tabel 4.8	Deskripsi Intensitas Kunjungan
Tabel 4.9	Deskripsi Kegiatan Promosi dan Minat Tamu
Tabel 4.10	Deskripsi Jumlah Tamu

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pelaksanaan Penelitian di Hotel Grand Serela Yogyakarta

Lampiran 2 Angket Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Gambar 3.1 Alur Penelitian

ABSTRAK

Penerapan Bauran Promosi dan Minat Tamu di Hotel Grand Serela Yogyakarta. Penerapan bauran promosi di setiap hotel sangat mempengaruhi dalam menarik minat tamu untuk menginap di hotel. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran promosi di Hotel Grand Serela Yogyakarta dan respon tamu dari ke 5 komponen bauran promosi.

Dan Skripsi ini diharapkan dapat menjadi masukan serta informasi untuk Hotel Grand Serela Yogyakarta. Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan deskriptif, dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara, kemudian data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari kelima bauran promosi dan kegiatan promosi yang dilakukan tim *marketing* Hotel Grand Serela yang paling banyak dipilih oleh tamu adalah Personal Selling dan yang paling sedikit dipilih oleh tamu yaitu Pemasaran Langsung, yang berarti kegiatan promosi yang dilakukan tim *marketing* Hotel Grand Serela masih kurang gencar, aktif dan efektif dalam menjalankan kelima kegiatan promosi yang seharusnya kelima bauran promosi itu saling berhubungan dan ketergantungan.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Minat Tamu

ABSTRACT

Implementation and Interests Promotion Mix Guests at Hotel Grand Serela Yogyakarta. Implementation of the promotional mix every hotel influence in attracting guests to stay at hotel. The purpose of this minithesis was to investigate the application of the promotion mix at the Hotel Grand Serela Yogyakarta and guest response to the 5 components of the promotion mix.

And this minithesis is expected to be input and information for Hotel Grand Serela Yogyakarta. This research is the descriptive approach, the data collection methods of observation and interviews, then collected data were analyzed using qualitative descriptive analysis.

Based on the results of this research is that of the fifth promotional mix and promotional activity marketing team Grand Serela most widely chosen by guests is Personal Selling and the least chosen by guests that Direct Marketing, which means that promotional activity marketing team Hotel Grand Serela still less vigorous, active and effective in carrying out promotional activities are supposed fifth, fifth promotion mix are interrelated and dependence.

Keywords : Promotion Mix, Guests Interest

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hotel merupakan industri tahan terhadap krisis ekonomi, dan kebangkrutan. Ditengah terjadinya ekonomi global yang memaksa para pelaku usaha untuk memutuskan hubungan kerja dengan karyawan, bahkan ada banyak perusahaan yang gulung tikar, usaha hotel justru menunjukkan prestasi kenaikan yang signifikan. Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman, dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah wajar sesuai dengan pelayananyang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Dewasa ini berkembang kesadaran masyarakat muslim didalam pemilihan tempat menginap, juga sudah mulai tumbuh. Kaum muslim untuk kelas sosial menengah mulai melirik hotel yang memberikan ketenangan didalam beribadah, yaitu tersedia tempat beribadah, lingkungannya menunjukkan suasana yang islami dan makanan di restorannya dijamin halal. Ternyata peluang bisnis inipun ditangkap oleh para pengusaha hotel dengan mendirikan hotel syariah. Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia sangat pesat hal ini ditunjukkan dengan banyak lembaga menggunakan prinsip syariah dalam menjalankan usaha operasionalnya seperti hotel syariah, bank syariah, dan asuransi syariah.

Dalam hal ini saya tertarik membahas tentang hotel syariah, hotel syariah memiliki kekhasan tersendiri dalam melakukan penawaran jasanya, namun demikian variabel pengaruh pemilihan hotel syariah bagi para tamu, pada dasarnya hampir sama dengan hotel umum. Dalam hal ini manajer pemasaran hotel harus mempertimbangkan variabel bauran promosi untuk jasa. Hal ini tentunya menjadi perhatian utama bagi manajer pemasaran Hotel Grand Serela Yogyakarta, peningkatan dan pengembangan yang harus dilakukan oleh manajer pemasaran Hotel Grand Serela Yogyakarta, oleh karena itu seorang manajer pemasaran harus memperhatikan kunci variabel-variabel yang penting yaitu *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *direct selling* dan *public relation*, atau yang lebih dikenal dengan *promotional mix*.

Unsur bauran pemasaran barang dan jasa berbeda, misalnya bauran pemasaran barang terdiri dari *product*, *place*, *price*, dan *promotion* sedangkan untuk jasa keempat variabel itu belum cukup. Para pakar pemasaran menambah tiga unsur lagi yaitu *people*, *process*, dan *customer service*. Ketiga hal tersebut terkait dengan sifat jasa dimana tahapan operasional hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan dengan mengikut sertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung, dengan kata lain terjadinya interaksi langsung antara keduanya (meski tidak semua jenis jasa). Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain, sehingga bila salah satu tidak tepat pengorganisasiannya akan mempengaruhi strategi bauran pemasaran secara

keseluruhan.

Pada hakekatnya konsep pemasaran menekankan orientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh kegiatan promosi yang terpadu (*promotionalmix*) yang ditujukan untuk keberhasilan mencapai tujuan perusahaan. Dengan demikian ada empat unsur pokok yang terdapat dalam konsep pemasaran yaitu orientasi pada konsumen (kebutuhan dan keinginan konsumen), kegiatan pemasaran yang terpadu, kepuasan konsumen dan tujuan perusahaan jangka panjang.

Sebuah peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan yang dapat mempengaruhi dalam pemasaran produk, harus dicari lebih dulu sebelum strategi bauran pemasaran dirumuskan dan dijalankan oleh manajer pemasaran. Dengan mengetahui kelemahan dan ancaman, manajer pemasaran dapat memaksimalkan sebuah kelebihan dan kekuatan dari produk dan meminimalkan kekurangan dari produk perusahaan. Dengan demikian maka akan membentuk sebuah strategi bauran promosi yang efektif dan efisien. Perlunya diteliti strategi bauran promosi pada Hotel Grand Serela Yogyakarta, hal ini karena Hotel syariah hadir dengan konsep berbeda dengan hotel pada umumnya.

Hotel syariah menerapkan menggunakan manajemen syariah, hal ini dapat dilihat dari dalam pakaian pelayanan para karyawan menggunakan pakaian muslim, mengucapkan salam, tidak menyediakan minuman keras, tidak adanya unsur perjudian dan perzinaan dalam pemberian jasa kepada pelanggan. Sementara di hotel umum tidak

demikian. Melihat latar belakang tersebut penulis tertarik untuk lebih lanjut meneliti dan mengambil judul “Penerapan Bauran Promosi Dan Minat Tamu Menginap di Hotel Grand Serela Yogyakarta”.

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan masalah yang akan dicari pemecahannya dapat lebih terinci maka dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh manajemen Hotel Grand Serela Yogyakarta dan respon tamu dari ke 5 komponen bauran promosi.

C. Fokus Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan bauran promosi yang ada di Hotel Grand Serela Yogyakarta ?
2. Dari kelima komponen ke 5 dari bauran promosi mana yang paling direspon oleh tamu ?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap sasaran yang ingin dicapai berdasarkan pada permasalahan yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan bauran promosi di Hotel Grand Serela Yogyakarta dan respon tamu dari ke 5 komponen bauran promosi.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengharapkan agar laporan penelitian ini bermanfaat. Manfaat yang akan didapat dalam penelitian ini adalah :

a. Bagi Obyek

Penelitian ini dapat membantu manajemen Hotel Grand Serela Yogyakarta untuk mengetahui “Bagaimana penerapan bauran promosi dihotel Grand Serela Yogyakarta”

b. Bagi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Agar laporan penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA untuk dijadikan sebagai bahan bacaan dengan tujuan agar menambah wawasan dan pengetahuan pembaca serta berguna bagi upaya pengembangan penelitian saat ini dan penelitian lanjutan pada masa yang akan datang dan untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas penelitian dan penulisan karya ilmiah tingkat perguruan tinggi.

c. Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah dan melatih berfikir obyektif, konseptual, rasional dengan kepekaan sosial yang tinggi.