

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI THE ARISTA HOTEL PALEMBANG



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata I
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**Lisda Yusni Asnita
NPM 0614 4061 0897**

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2018**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DI THE ARISTA HOTEL PALEMBANG**



SKRIPSI

Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya

Oleh:

Lisda Yusni Asnita
0614 4061 0897

Menyetujui,

Pembimbing I,

Yusleli Herawati, S.E., M.M
NIP 196005071988112001

Palembang, Juli 2018
Pembimbing II,

Deslohal Djumrianti, S.E., M.I.S., Ph.D
NIP 196812061990032003

Mengetahui,

Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,

Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., MhumRes.M
NIP 196008061989101001

Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata,

Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,
Nama : Lisda Yusni Asnita
NPM : 061440610897
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi :

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.
Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang, Ju 2018
Penulis,



Lisda Yusni Asnita

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Lisda Yusni Asnita
NPM : 0614 4061 0897
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Usaha Perjalanan Wisata
Mata Kuliah : Marketing
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran di The Arista Hotel
Palembang

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Pada Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan Dinyatakan **LULUS**

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 25 Juli 2018

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Esva Alhadi, S.E., M.M</u> <u>Ketua</u>		29/08/2018
2.	<u>Dr. A Jalaludin Sayuti, S.E., MhumRes.M</u> <u>Anggota</u>		03/09/2018
3.	<u>Yusleli Herawaty, S.E., M.M</u> <u>Anggota</u>		27/08/2018
4.	<u>Hanifati Burhan, S.E., M.M</u> <u>Anggota</u>		03/09/2018
5.	<u>Nirwan Rasvid, S.E., M.M</u> <u>Anggota</u>		

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Usaha akan sia-sia
jika dilakukan tanpa keikhlasan”*

Saya persembahkan kepada :

- Kedua orang tua kami
- Saudara-saudari kami
- Teman seperjuangan UPW'14
- Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya
Palembang

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran pada The Arista Hotel Palembang yang merupakan salah satu hotel bintang 5 di kota Palembang. Data pada skripsi ini diperoleh penulis melalui metode observasi, wawancara, dokumentasi dan metode studi kepustakaan. Berdasarkan pengamatan yang telah penulis lakukan bahwa komunikasi pemasaran berperan penting dalam menyampaikan pesan dan informasi mengenai produk-produk pada hotel. Adanya strategi komunikasi pemasaran meliputi Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Public Relations & Publicity*), Penjualan Personal (*Personal Selling*), dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*). The Arista Hotel Palembang menggunakan 5 bauran promosi tersebut dalam memasarkan produk hotelnya. Terdapat kelebihan serta kekurangan masing-masing dari bauran promosi tersebut. Berdasarkan keadaan tersebut, maka penulis menyarankan kepada The Arista Hotel Palembang untuk melakukan tinjauan perbandingan dari bauran promosi untuk mengukur keefektifitasan dari masing-masing bauran promosi tersebut sehingga dapat diperoleh hasil media bauran promosi yang harus dipertahankan untuk jangka panjang.

Kata kunci : *perhotelan, strategi komunikasi pemasaran, media bauran promosi*

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the strategy at Hotel The Arista Palembang which is one of 5 star hotel in Palembang city. The data in this thesis are writer, interview, documentation, and literature study. Information-based that the customer has found and information about the products at the hotel. The existence of communication strategies including Advertising, Sales Promotion, Public Relations and Publicity, Personal Selling, and Direct Marketing. The Arista Hotel Palembang uses 5 different promotions in marketing its hotel products. There are advantages and disadvantages of each of the promotional mix. Based on these circumstances, the authors of The Arista Hotel Palembang to conduct activities of each party to measure the effectiveness of each promotion mix can provide results for media campaigns that can be used for the long term.

Keywords: hospitality, communication strategy, media promotion mix

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan kerja praktek dan penulisan skripsi ini yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI THE ARISTA HOTEL PALEMBANG”**.

Skripsi ini dibuat berdasarkan apa yang penulis temukan di objek penelitian yaitu pada The Arista Hotel Palembang. Semua kegiatan dan data dalam bentuk tertulis pada lampiran adalah merupakan bukti penggerjaan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan dalam penyelesaian penulisan ini, dengan adanya kekurangan tersebut penulis meminta masukan berupa kritik dan saran yang membangun untuk dapat menjadi acuan bagi penulis dalam melakukan hal yang lebih baik dimasa yang akan datang. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat dalam membantu menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca.

Palembang, 19 Juli 2018

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khusunya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, MT., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak A. Jalaludin Sayuti, S.E., MhumRes.M selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Divianto, S.E., M.M selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB. selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
5. Ibu Yusleli Herawati, S.E., M.M selaku Pembimbing I dan Ibu Desloehal Djumrianti, S.E.,M.I.S., Ph.D selaku Pembimbing II
6. Orang Tua tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan bantuan baik moril maupun materil.
7. Bapak Hans Sebastian Perangin-angin selaku *Human Resource Department* The Arista Hotel Palembang.
8. Bapak Alan Budiman selaku *Public Relations* The Arista Hotel Palembang.
9. Ibu Rima Bachtiar, Bapak Ferry Andriansyah, Ibu Irawati Kurniasih Bapak Dendy, Bapak Dany Kurniawan, Ibu Ines Aulia, Ibu Novilia Tjahyadi, dan Bapak Koko selaku informan di *Executive Office Marketing*.
10. Wero Primus Julinaldi rekan magang dan rekan istimewa yang selalu ada dalam men-*support* penulis
11. Sahabat-sahabat SMA; Santri Fitaloka, Risty Nurannisa, Sabrina Oktarini, Ananda Putri yang selalu mendukung dan menghibur supaya penulisan skripsi ini berjalan dengan mudah

12. Desi Ismiralia selaku asdos yang membimbing penulis, cubu people Novalia Silalahi selaku penyedia lapak pejuang skripsi, serta sahabat perjuangan Dita Iriani dan Alfitri Yana
13. Seluruh karyawan dan dosen pengajar Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan kepada penulis.
14. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman seperjuangan dikelas 8 BPA dan 8 BPB yang memberi dukungan, semangat, dan keceriaan yang telah diberikan kepada penulis.
15. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapat limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Amin.

Palembang, Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Perhotelan	7
2.2 Klasifikasi Hotel	8
2.3 Produk-produk Hotel	10
2.4 <i>Sales & Marketing Department</i>	12
2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran	13

2.6 Penelitian Terdahulu.....	16
-------------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	19
3.3 Pendekatan Penelitian.....	19
3.4 Lokasi Penelitian	20
3.5 Jenis dan Sumber Data	20
3.6 Teknik Pengumpulan Data	21
3.7 Teknik Analisis Data	22

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan	26
4.1.1. Gambaran Umum The Hotel Arista Palembang.....	26
4.1.2. Logo The Arista Hotel Palembang	27
4.1.3 Tujuan dan Strategi The Arista Hotel Palembang	28
4.1.4 Struktur Organisasi The Arista Hotel Palembang	28
4.1.5 Produk-produk The Arista Hotel Palembang	33
1. <i>Room</i>	33
2. <i>Venue</i>	36
3. <i>Meeting and Conference Packages</i>	36
4. <i>Birthday and Wedding Packages</i>	39
5. <i>Restaurants and Bar</i>	40
6. <i>Wellness Packages</i>	41
4.2 Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran	45
4.2.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	47
4.2.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	69
4.2.3 Hubungan Masyarakat dan Publisitas (<i>Public Relations and Publicity</i>).....	74
4.2.4 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	77
4.2.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	79

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bauran Alat-alat Promosi	15
Gambar 4.1 Logo The Arista Hotel Palembang	28
Gambar 4.2 Struktur Organisasi The Arista Hotel Palembang	30
Gambar 4.3 <i>Layout Meeting Room</i> The Arista Hotel Palembang.....	38
Gambar 4.4 Pemasaran melalui iklan surat kabar.....	47
Gambar 4.5 Website resmi The Arista Hotel Palembang	48
Gambar 4.6 <i>Review</i> pada website resmi.....	49
Gambar 4.7 Facebook The Arista Hotel Palembang.....	50
Gambar 4.8 <i>Review</i> pada Facebook The Arista Hotel Palembang.....	50
Gambar 4.9 Instagram The Arista Hotel Palembang	51
Gambar 4.10 Brosur <i>Meeting Package</i> The Arista Hotel Palembang	53
Gambar 4.11 Brosur <i>Room (Kamar)</i> The Arista Hotel Palembang	53
Gambar 4.12 Brosur <i>Birthday Package</i> The Arista Hotel Palembang.....	54
Gambar 4.13 Brosur <i>Wedding Package</i> The Arista Hotel Palembang	54
Gambar 4.14 Poster dekat pintu <i>exit</i> The Arista Hotel Palembang.....	55
Gambar 4.15 <i>Tendcard</i> The Arista Hotel Palembang.....	56
Gambar 4.16 DSD The Arista Hotel Palembang	57
Gambar 4.17 Website The Arista Hotel Palembang	60
Gambar 4.18 Website The Excelton	61
Gambar 4.19 Website Hotel Aryaduta Palembang	61
Gambar 4.20 Website Hotel Aryaduta Palembang	62
Gambar 4.21 Website Hotel Aryaduta Palembang	62
Gambar 4.22 <i>Viewers</i> Website The Excelton	64
Gambar 4.23 <i>Viewers</i> Website Hotel Aryaduta Palembang	65
Gambar 4.24 <i>Viewers</i> Website The Arista Hotel Palembang	66
Gambar 4.25 Website Hotel Aryaduta Palembang	66
Gambar 4.26 Website The Excelton	67

Gambar 4.27 Voucher kamar The Arista Hotel Palembang	71
Gambar 4.28 Voucher makan The Arista Hotel Palembang.....	71
Gambar 4.29 Voucher potongan harga The Arista Hotel Palembang.....	72
Gambar 4.30 Promosi <i>Meeting Package</i> Melalui Sosial Media	76
Gambar 4.31 <i>Email Signage</i> The Arista Hotel Palembang.....	81
Gambar 4.32 <i>Broadcast</i> melalui media <i>chatting</i>	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Klasifikasi Hotel Bintang 4 dan 5 di Kota Palembang tahun 2018	2
Tabel 1.2 Jumlah <i>event</i> yang terselenggara di The Arista Hotel Palembang.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Pertanyaan Wawancara.....	25
Tabel 4.1 Harga Kamar di The Arista Hotel Palembang	36
Tabel 4.2 <i>Venue</i> di The Arista Hotel Palembang	37
Tabel 4.3 Kapasitas <i>meeting room</i> di The Arista Hotel Palembang	38
Tabel 4.4 <i>Fullboard meeting</i> di The Arista Hotel Palembang	39
Tabel 4.5 <i>Wellness packages</i> di The Arista Hotel Palembang.....	44
Tabel 4.6 Variabel dan Indikator Komunikasi Pemasaran.....	45
Tabel 4.7 Elemen-elemen bauran komunikasi pemasaran.....	46
Tabel 4.8 Media Periklanan	58
Tabel 4.9 Perbandingan Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel bintang 5 dilihat dari websitenya	63
Tabel 4.10 Perbandingan Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel bintang 5 dilihat dari sosial media.....	68
Tabel 4.11 Kelebihan dan Kekurangan Strategi Komunikasi Periklanan.....	69
Tabel 4.12 Media promosi penjualan.....	72
Tabel 4.13 Perbandingan Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel bintang 5 dilihat dari promosi penjualan	73
Tabel 4.14 Media hubungan masyarakat dan publisitas	75
Tabel 4.15 Kelebihan dan Kekurangan Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat dan Publikasi	77
Tabel 4.16 Media <i>sales call</i>	79
Tabel 4.17 Media pemasaran langsung	83

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Rekomendasi Ujian Pembimbing I
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 4 Lembar Konsultasi Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Konsultasi Pembimbing II
- Lampiran 7 Form Pengambilan Data
- Lampiran 8 Hasil Wawancara
- Lampiran 9 Brosur *Meeting Package*
- Lampiran 10 Brosur *Room (Kamar)*
- Lampiran 11 Brosur *Wedding Package*
- Lampiran 12 Brosur *Birthday Package*