SKRIPSI

PENGARUH PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KETERTARIKAN TAMU UNTUK MENGINAP DI HOTEL SKY YOGYAKARTA

Disusunoleh:

ENDRO SUGONDO

07530712

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"

YOGYAKARTA

2016

SKRIPSI

PENGARUH PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KETERTARIKAN TAMUUNTUK MENGINAP DI HOTEL SKY YOGYAKARTA

DiajukanSebagaiSyaratMemperolehGelarSarjanaPada

Program StudiIlmuKomunikasi

SekolahTinggi Pembangunan MasyarakatDesa "APMD"

Disusunoleh:

ENDRO SUGONDO

07530712

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA

"APMD"

YOGYAKARTA

2016

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertandatangandibawahini, saya:

Nama : ENDRO SUGONDO

NIM : 07530712

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KETERTARIKAN TAMU UNTUK MENGINAP DI HOTEL SKY YOGYAKARTA**

Denganinisayamenyatakanbahwaskripsisebagaisyaratmemperolehgelarsarjanamerupakanhasilkaryatulissayasendiridansepanjangpengetahuansayajugatidakterdapatkaryaataupendapat yang pernahditulisatauditerbitkanoleh orang lain, kecuali yang secratertulisdiacudalamnaskahinidandisebutkandalamdaftarpustaka. Sayamenyatakanbahwabersediamenerimasanksisesuaidenganperaturan yang berlaku, apabiladikemudianhariditemukanadanyaplagiatdalamskripsiini.

Yogyakarta, Oktober 2016

EndroSugondo

07530712

PENGESAHAN

Skripsiinitelahdiujidandipertahankan di hadapan Tim Pengujiuntukmemenuhipersyaratanmemperolehgelarsarjana (S1) JurusanIlmuKomunikasipadaSekolahTinggi Pembangunan MasyarakatDesa "STPMD APMD" Yogyakarta pada:

Padahari	:	Senin
Tanggal	:	17 Oktober 2016
Jam	:	11.00 WIB
Tempat	:	RuangUjianSkripsi STPMD "APMD" Yogyakarta

TIM PENGUJI

Nama	Tandatangan
1. Ade Chandra,S.Sos., M.Si. Ketua/Penguji/Pembimbing	……..
2. Tri AgusSusanto, S.Pd.,M.Si. PengujiSamping I	……..
3. Dra. MC. Ruswahyuningsih, MA. PengujiSamping II	…….

Mengetahui
Ketua Program StudiIlmuKomunikasi

Ade Chandra,S.Sos., M.Si.

KATA PENGANTAR

DenganRahmat Allah Yang MahaEsa, penulismemanjatkanpujidansyukursehinggaskripsiinidapatdiselesaikan.

Adapunpenyusunanskripsi yang berjudul**PENGARUH PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KETERTARIKAN TAMU UNTUK MENGINAP DI HOTEL SKY YOGYAKARTA**, dimaksudkanuntukmemenuhipersyaratangunamemperolehGelarSarjana Strata 1 padaProgram StudiIlmuKomunikasi, SekolahTinggi Pembangunan MasyarakatDesa“APMD”.

Terlaksananyapembuatanskripsiini ,takterlepasdaribantuanbeberapapihak. Dalamkesempataninipenulismengucapkanterimakasihkepada:

1. Bapak Ade Chandra, S.Sos, Msi, selakuKetua Program StudiIlmuKomunikasi, SekolahTinggi Pembangunan MasyarakatDesa“APMD”.
2. Bapak Ade Chandra, S.Sos. Msi, yang telahmembimbing, memberipetunjukserta saran, sampaiselesainyaskripsiini.
3. Ibu Sri UnonSetiasih,S.T. selakuDirekturOperasional yang memberiijinmengadakanpenelitian,sertabapakRohman yang membantumemberikan data.
4. Isteridananak-anakkutercintayang telahmemberikandorongansertasemangatuntukmenyelesaikanskripsi
5. Semuapihak yang telahmembantumenyelesaikanpenyusunanskripsiini.

Sebagaiakhir kata mudah-mudahanskripsiinibermanfaat.

Yogyakarta, Oktober2016

Penyusun,

EndroSugondo

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Ibuku tercinta.
- Istri dan anak-anakku Dharma dan Azkayang tercinta.

DAFTAR ISI

HalamanJudul i

HalamanPengesahan ii

Halaman Pernyataan iii

Kata Pengantar iv

DaftarIsi v

BAB I. PENDAHULUAN.....

A. LatarBelakang …….. 1

B. RumusanMasalah …… 2

C. TujuanPenelitian ……..... 2

D. ManfaatPenelitian ……... 3

E. KerangkaTeori ……..... 3
F. MetodePenelitian …… 42
BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN
A. Perkembangan Perusahaan …….. 44
B. Produk …….. 45
C. MitraKerja ……... 46
D. StrukturOrganisasi …….. 47
E. SumberDayaManusia ……. 50

BAB III. PEMBAHASAN
A. Sajian Data ……... 53
B. Analisa Data ……. 57

BAB IV. PENUTUP
A. Kesimpulan …….. 66
B. Saran …… 67

DaftarPustaka …….. 70

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Bisnisperhotelan di Yogyakarta memilikikeunikantersendiri.Padasaatpelakubisnisserupadikota – kota lain mengeluhkarenatingkathunianturun, Yogyakarta justrusebaliknya. Padatahun1990-antingkathunianatau *occupancy* hotel berbintang di Yogyakarta rata-rata bisamencapai 75% bahkanlebih, padasaat *peak season* (musimramaitamu) selalu *fully booked*. Tidakmengherankanjikakemudianbanyak investor melirik Yogyakarta sebagai lokasipotensialuntukmendirikan hotel.Kehadiranpemainbaru hotel berbintangmembuatsuatupersaingandalamduniaperhotelanmenimbulkanpemain lamajugatidaktinggal diam. Berbagaipersiapansudahdilakukan paling tidak berusaha mempertahankanpasarnya.Meskipunpangsapasarpadakenyataannyamasihluas, jikatidakdiperhatikanbukantidakmungkinkonsumenmemilih hotel lain yang menawarkanpelayananlebihbaik.

Hotel Sky sebagaisalahsatu hotel bintang 1 (satu) di kota Yogyakarta danmemasukitahunpersaingan yang mulaikacau (*sophisticated*), hotel Sky tetapberupayameningkatkankualitaslayananmelaluipenentuanstrategi pengelolaanuntukdapatmempengaruhidanmembuktikankepadatamutentangk

eistimewaanprodukataulayanan yang dihasilkanolehhotelnyasehinggatetapungguldalampersaingan. Mengingat pada saat ini tingkat hunian kota hanya sebesar 49,84% , dalam tahun 2015 sebulan tercatat rata-rata sebanyak 293.023 orang yang terdiri dari 278.788 orang tamu nusantara dan 14.235 orang tamu mancanegara. Maka tingkat persaingan bisnis hotel di Yogyakarta memasuki persaingan tumbuhnya bisnis sejenis yang terlalu banyak sehingga menimbulkan *over supply* dalam ilmu pengetahuan pemasaran disebut *sophisticated.*

Menyikapi kondisi persaingan yang sudah semakin berat tersebut maka pengelolaanusaha hotel tidakakanterlepasdaripelaksanaanstrategi agar mampu bersaing dan tetap bisa berjalan dengan baik, yaitudengan suatupendekatanuntukmenggunakansegalasumberdaya yang tersediadidalamkendalaiklimkompetitifuntukmencapaisasaran yang telahditetapkanoleh hotel. Strategipengelolaanusaha hotel dapatdilakukanmelaluistrategimanajemen yang hanyamembatasisampaipadapengertian yang analog dengan manajemen operasional, yaitusebagaipendekatanmenyeluruhpengelolaansemuaaspekusaha hotel (fasilitas – fasilitas, karakteristik, produkdansumberdayamanusia).

Ditengah - tengah situasi persaingan yang hampir kacau balau tersebut, Hotel Sky masih bisa berjalan dengan baik bahkan masih bisa mendapatkan keuntungan kotor (GOP) sebesar 43,05%, angka yang cukup siknifikan

tersebut menimbulkan ketertarikan penulis untuk mengadakan penelitian lebih dalam terhadap hotel tersebut.

Jika hotel dilihat dari fisik bangunan dan sumber daya manusianya sudah tertata dengan baik dan layak untuk dijual, maka hotel tersebut pasti memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam mengkomunikasikan produk kepada segmentasi pasar yang ada, produk yang bagus akan laku terjual jika ada yang mengkomunikasikan barang tersebut dengan pasar.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:"Bagaimana komunikasi pemasaran dalam membangun ketertarikan pelangganterhadap pertumbuhantingkat hunian hotel di Yogyakarta".

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui strategi pemasaran Hotel dalam membangun ketertarikan tamu menginap

2. Mengetahui metode dan alat –alat pemasaran yang digunakan untuk kegiatan pemasaran

e. Untukpenjualansecaralangsungperluditambahdenganstaf yang bisabertugas ‘jemput bola’. Melakukan direct selling kesegmen-segmentertentu

DAFTAR PUSTAKA

A.F.Stoner,James,1996. *Manajemen,*Jakarta:Erlangga

Effendy, OnongUchjana, 1984. *IlmuKomunikasiTeoridanPraktek*. Bandung: RemajdaKarya.

F. Rachmadi, 1992. *Public Relations dalamTeoridanPraktek*, Jakarta:PTGrmediaPustakaUtama.

Gregorius,Chandra, 2002. *Strategidan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

H.A.W. Widjaya, 2000.*Ilmu Komunikasi*. Jakarta:RinekaCipta

J. Stanton,William, 2000. *PrinsipPemasaran* , Jakarta: Erlangga.

Sutisna, 2001.*PerilakuKonsumen&KomunikasiPemasaran*.Bandung:PTRemajaRosdakarya.

Swasta,Basu 2002,.*ManajemenPemasaran*, Jakarta: SalembaEmpat.

Taylor,Bogdan 1992. *MetodologiPenelitian*