



**STRATEGI BAURAN PROMOSI HOTEL SIDO MUNCUL 2  
KABUPATEN SITUBONDO**

***(PROMOTION MIX STRATEGY AT HOTEL SIDO MUNCUL 2  
SITUBONDO REGENCY)***

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

Oleh

**Alfinda Hapsari Zakiah  
NIM: 080910292002**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Fauzia Mariana Hadi, SH tercinta dan Almahrum Ayahanda Drs. Agus Saleh Hudin yang tercinta, karena telah memberikan kasih sayang, do'a dan dorongan untuk saya.
2. Adikku Nafiul Fariza Sury tersayang yang telah memberikan semangat dan selalu mendo'akanku, serta Anakku Ichlassul Fikram Attarie tercinta yang selalu memberikan senyum dan keceriaannya.
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi yang telah memberikan ilmunya untukku.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

## **MOTTO**

Pemasaran adalah hal yang amat mendasar sehingga tidak dapat dipandang sebagai fungsi sendiri. Pemasaran adalah cara memandang seluruh perusahaan dari hasil akhirnya, yaitu dari pandangan pelanggannya. Keberhasilan suatu bisnis bukan ditentukan oleh produsennya melainkan oleh pelanggannya.

Kotler, Philip dan Susanto A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: salemba Empat

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfinda Hapsari Zakiah

Nim : 080910292002

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul” Strategi Bauran Promosi Hotel Sido Muncul2 Kabupaten Situbondo” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 03 Januari 2013

Yang menyatakan,



Alfinda Hapsari Zakiah  
NIM 080910292002

**STRATEGI BAURAN PROMOSI HOTEL SIDO MUNCUL 2  
KABUPATEN SITUBONDO**

*(PROMOTION MIX STRATEGY AT HOTEL SIDO MUNCUL 2 SITUBONDO  
REGENCY)*

**SKRIPSI**

Oleh

Alfinda Hapsari Zakiah

NIM: 080910292002

**Pembimbing**

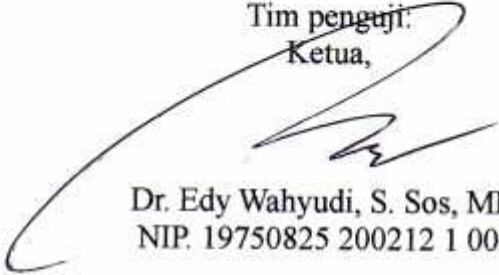
**Dosen Pembimbing Utama : Drs. Poerwanto, M.A**

**Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Didik Eko Julianto, MAB**

## PENGESAHAN

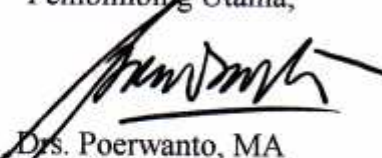
Skripsi berjudul “*Strategi Bauran Promosi Hotel Sido Muncul 2 Kabupaten Situbondo*” telah diuji dan disahkan pada: Hari, Kamis, Tanggal: 03 Januari 2013, Tempat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Tim penguji:  
Ketua,




Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM  
NIP. 19750825 200212 1 002

Pembimbing Utama,



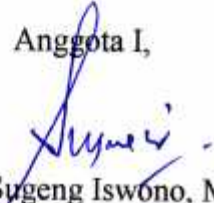
Drs. Poerwanto, MA  
NIP. 19490715 198403 1 002

Pembimbing Anggota,



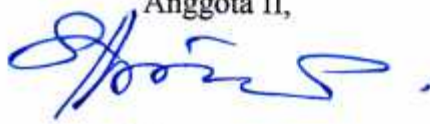
Drs. Didik Eko Julianto, M.AB  
NIP. 19610722 198902 1 001

Anggota I,




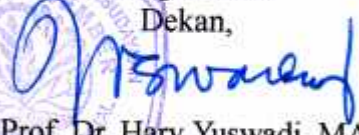
Drs. Sugeng Iswono, MA  
NIP. 19540202 198403 1 004

Anggota II,



Dra. Sri Wahyuni, M.Si  
NIP. 19560409 198702 2 001

Mengesahkan  
Dekan,



Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA  
NIP. 19520727 198103 1 003

## RINGKASAN

“Strategi Bauran Promosi Hotel Sido Muncul 2 Kabupaten Situbondo”; Alfinda Hapsari Zakiah; 080910292002; 2012; 98 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Kepariwisataan mempunyai peranan penting untuk memperluas serta pemeratakan kesempatan usaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, dan memperbesar pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat. Perkembangan pariwisata bisa dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yang menginap di hotel, oleh karena itu penelitian ini mengambil objek pada Hotel Sido Muncul 2 Kabupaten Situbondo. Peneliti mengambil objek pada Hotel Sido Muncul 2 karena Hotel Sido Muncul 2 merupakan hotel pengembangan dari Hotel Sido Muncul 1 yang merupakan binaan dari Perusahaan Daerah Pasir Putih.

Hotel Sido Muncul 2 melakukan keempat elemen bauran promosi yaitu *advertising, personal selling, public relations dan sales promotion*. Keempat elemen tersebut digunakan oleh Hotel Sido Muncul 2 secara berkala sesuai dengan kebutuhan dari Hotel Sido Muncul 2. Penggunaan keempat elemen tersebut dilakukan bersama-sama pada saat awal pengembangan hotel.

Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Hotel Sido Muncul 2 adalah dengan adanya iklan di koran yang dalam hal ini disebut iklan kolom baris. Hal tersebut dapat dilihat dalam sponsorship kegiatan tahun baru. Biasanya pihak manajemen memasang iklan pada koran dan radio mengenai adanya diskon spesial tahun baru.

Kegiatan *public relations* yang dilakukan Hotel Sido Muncul 2 adalah pada saat awal pengembangan hotel. Kegiatan tersebut bersifat membidik instansi-instansi dan lembaga-lembaga untuk dapat menikmati fasilitas hotel yang ada pada Hotel Sido Muncul 2. Pada umumnya kegiatan *personal selling* ini adalah

kegiatan pengenalan awal untuk mengenalkan fasilitas hotel pada masyarakat pada umumnya dan lembaga-lembaga atau instansi-intansi pada khususnya.

Kegiatan *personal selling* dilakukan pada saat adanya event-event pada pantai pasir putih. Tujuan adanya *personal selling* adalah untuk mengenalkan dan mengajak masyarakat untuk menggunakan jasa Hotel Sido Muncul 2. Pada umumnya kegiatan *personal selling* ini adalah kegiatan dengan menggunakan jasa orang dalam mempromosikan Hotel Sido Muncul 2. Kegiatan *sales promotion* yang dilakukan Hotel Sido Muncul 2 adalah dengan memberikan kenangan kepada pengunjung yang menandakan ciri khas dari Hotel Sido Muncul 2, tujuan dari *sales promotion* ini adalah untuk memberikan kenangan kepada para pengunjung dan terus mengingat Hotel Sido Muncul 2 dan akan kembali lagi pada Hotel Sido Muncul 2.

Keempat elemen dari bauran promosi tersebut terus digunakan oleh Hotel Sido Muncul 2 karena kegiatan promosi dipandang efektif untuk menarik minat masyarakat dalam hal menggunakan fasilitas Hotel Sido Muncul 2. Penggunaan dari bauran promosi sendiri beragam dan menyesuaikan dari keadaan dan situasi dari pantai pasir putih Situbondo.



## PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan berkah, karunia dan anugerah yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul: **“Strategi Bauran Promosi Hotel Sido Muncul 2 Kabupaten Situbondo (Studi di Hotel Sido Muncul 2 Situbondo)”**.

Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program sarjana strata satu pada Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember. Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa di dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak terdapat kekurangan yang perlu dibenahi..

Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini, tentu tidak terlepas dari bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, MA Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember dan selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan demi terselesainya penulisan skripsi ini;
4. Drs. Didik Eko Julianto selaku Dosen Pembimbing anggota yang telah membeikan petunjuk dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Drs. Sugeng Iswono, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah;
6. Semua Dosen-Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;

7. Danial Maulana, SH, (manajer) dan Bapak Agus Budiyono (kabag humas) serta seluruh karyawan di Hotel Sido Muncul 2 yang membantu selama proses penelitian;
8. *My Inspiration* Tito Sulung Purbo Sejati, S.H terima kasih untuk dukungan, diskusi, waktu dan perhatiannya kepada penulis;
9. Teman-teman seperjuangan penulis, Fahmi Haris, S.AB, Anitha Dwi Lestari, S.AB, Anggreini Puspa Sari, S.AB, dan Wahyu Adi Nugroho, dkk yang telah menjadi bagian dari penulis dalam memperjuangkan hak-hak sesama mahasiswa dan telah memberi inspirasi serta bantuan yang cukup berarti;
10. Semua rekan-rekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya Jurusan Ilmu Administrasi 2008 Universitas Jember yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas segala kenangan yang terukir selama di kampus;

Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan mengingat skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membutuhkan. Akhir kata penulis meminta maaf yang sebesar-besarnya jika dalam proses penulisan skripsi ini penulis melakukan kesalahan baik yang sengaja maupun tidak sengaja, dan penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Jember, Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	6
<b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
<b>2.1. Pemasaran</b> .....	8
<b>2.2. Bauran Pemasaran</b> .....	8
<b>2.3. Pemasaran Jasa</b> .....	10
<b>2.4. Pemasaran Jasa Hotel</b> .....	14
<b>2.5. Strategi Pemasaran Hotel</b> .....	17
<b>2.6. Promosi</b> .....	21
<b>2.7. Bauran Promosi</b> .....	26
<b>2.8. Strategi Bauran Promosi</b> .....	30
<b>2.9. Hotel</b> .....	31

<b>2.10. Pariwisata</b> .....	33
<b>2.11. Tinjauan Penelitian Terdahulu</b> .....	40
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	43
<b>3.1. Tipe Penelitian</b> .....	43
<b>3.2. Tahap Persiapan</b> .....	44
<b>3.3. Tahap Pengumpulan Data</b> .....	47
<b>3.4. Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	48
<b>3.5. Tahap Analisis Data</b> .....	48
<b>3.6. Tahap Penarikan Kesimpulan</b> .....	51
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	52
<b>4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian</b> .....	52
4.1.1. Gambaran Umum Kabupaten Situbondo.....	52
4.1.2. Gambaran Umum Perusahaan .....	53
<b>4.2. Deskripsi Hasil Penelitian</b> .....	58
4.2.1. Analisis Domain .....	58
4.2.2. Analisis Taksonomi .....	59
<b>4.3. Interpretasi</b> .....	62
<b>BAB 5. PENUTUP</b> .....	67
<b>5.1. Kesimpulan</b> .....	67
<b>5.2. Saran</b> .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	
<b>LAMPIRAN</b> .....	