

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERHOTELAN WISMA  
SYAFANA SYARIAH KOTA KEDIRI DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN OKUPANSI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat untuk Penulisan Skripsi



Oleh :

**BAMBANG PRIYAMBODO**

9335.078.16

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
KEDIRI  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERHOTELAN WISMA  
SYAFANASYARIAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN OKUPANSI**

**BAMBANG PRIYAMBODO**

9335.078.16

**Disetujui Oleh,**

**Pembimbing I**



**(Dr. M, Qomarul Huda, M.Fil.I)  
NIP. 196902171999031001**

**Pembimbing II**



**(Lukman Hakim, M.Sos)  
NIP. 199107102019031009**

**NOTA DINAS**

Kediri, 09 Juli 2023

**Lampiran : 4 (empat) berkas**  
**Hal : Bimbingan Skripsi**

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kediri

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing  
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Bambang Priyambodo  
NIM : 9335.078.16  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perhotelan Wisma Syafana  
Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Okupansi

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa  
skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir  
Sarjana Strata Satu (S-1). Bersama ini kami lampirkan berkas naskah  
skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.  
Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan  
terimakasih.

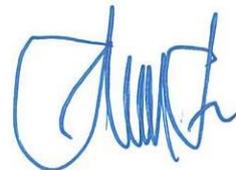
**Wassalammu'alaikum Wr. Wb.**

**Pembimbing I**



**(Dr. M. Qomarul Huda, M.Fil.I)**  
**NIP. 196902171999031001**

**Pembimbing II**



**(Lukman Hakim, M.Sos)**  
**NIP. 199107102019031009**

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 23 Juni 2023

**Lampiran : 4 (empat) berkas**  
**Hal : Bimbingan Skripsi**

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di

Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kediri

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing  
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Bambang Priyambodo

NIM : 9335.078.16

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Perhotelan Wisma Syafana  
Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Okupansi

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa  
petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang  
dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2023, kami dapat menerima dan  
menyetujui hasil perbaikannya. Demikian agar maklum dan atas kesediaan  
Bapak kami ucapkan terima kasih.

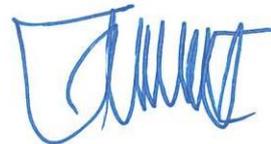
**Wassalammu'alaikum Wr. Wb.**

**Pembimbing I**



**(Dr. M, Qomarul Huda, M.Fil.I)**  
**NIP. 196902171999031001**

**Pembimbing II**



**(Lukman Hakim, M.Sos)**  
**NIP. 199107102019031009**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PERHOTELAN WISMA  
SYAFANASYARIAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN OKUPANSI**

**BAMBANG PRIYAMBODO  
933509916**

Telah diujikan di depan Sidang Munasoaqah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Kediri pada tanggal 23 Juni 2023

Tim Penguji

1. Penguji Utama  
**Siti Amanah, M.Si**  
**NIP. 197912122011012005**
2. Penguji I  
**Dr. M, Qomarul Huda, M.Fil.I**  
**NIP. 196902171999031001**
3. Penguji II  
**Lukman Hakim, M.Sos**  
**NIP. 199107102019031009**

(.....)

(.....)

(.....)

Kediri, 23 Juni 2023  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



**Dr. H. A. Han Thahir, M.H.I**  
**NIP. 19750101 199803 1 002**

## **MOTTO**

*Pekerja keras lagi kepayahan*

(Q.S. al-Ghasyiyah [88]: 3)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim.....*

Segla Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan kasih sayangNya yang senantiasa memberi kesehatan lahir dan batin. Syukur alhamdulillah atas karuni yang telah diberikan akhirnya karya kecil ini dapat terselesaikan. Karya ini kupersembahkan untuk orang – orang yang selalu mendampingi perjuanganku sampai pada titik ini hingga bisa menyelesaikan tugas akhir. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Terima kasih untuk mama dan saudara – saudaraku yang telah mendukung sampai skripsi ini selesai.
2. Terima kasih untuk para dosen IAIN Kediri terutama Dr. M, Qomarul Huda, M.Fil.I dan Lukman Hakim, M.Sos selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan agar skripsi terselesaikan
3. Rekan-rekan seangkatan KPI tahun 2016 yang berada di IAIN Kediri yang selalumemberukan dukungan sehingga memunculkan semangat saya untuk Menyusun skripsi ini.

## ABSTRAK

BAMBANG PRIYAMBODO. Dosen Pembimbing (1) Dr. M, Qomarul Huda, M.Fil.I dan Pembimbing (2) Lukman Hakim, M.Sos. Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Wisma Syafana Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. 2023

Kata kunci : **Komunikasi Pemasaran, Strategi**

Persaingan perhotelan semakin ketat, yang mengakibatkan persaingan cukup tinggi karena itu strategi pemasaran memerankan hal paling penting dalam mewujudkan keberhasilan dari sebuah perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran melalui komunikasi pemasaran yang dilakukan Hotel Syafana Syariah Kota Kediri dalam upaya meningkatkan okupansi. (2) Untuk mengetahui kendala strategi pemasaran Hotel Syafana Syariah Kota Kediri dalam upaya meningkatkan okupansi.

Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif, peneliti melihat, mengobservasi, mengumpulkan dan menafsirkan data yang ada di lapangan sebagaimana adanya untuk kemudian mengambil kesimpulan. Dalam penelitian ini adalah satu orang pemilik dan satu orang resepsionis di Wisma Syafanah Syariah. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini mencakup (1) strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Wisma Syafanah Syariah untuk meningkatkan okupansi melalui beberapa tahap perencanaan. Kemudian pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran memanfaatkan beberapa elemen komunikasi pemasaran yaitu *place, price, product* dan *promotion*. Untuk meraih dan meningkatkan minat customer Wisma Syafanah Syariah menggunakan semua media periklanan untuk bisa menarik pengunjung. Adanya kegiatan komunikasi pemasaran, membuat Wisma Syafanah Syariah mampu bertahandi dalam tengah-tengah masyarakat dan memiliki persepsi kualitas yang baik. Dengan membuat strategi komunikasi pemasaran agar Wisma Syafanah Syariah semakin meningkat dan memberikan keuntungan bagi pihak hotel.

(2) Kendala yang di alami oleh Wisma Syafanah Syariah, khususnya pada divisi marketing karena mereka yang merancang, menyusun, dan menjalankan strategi tersebut. Kendala terbesar mereka adalah semakin kesini semakin banyak hotel-hotel baru yang menyuguhkan fasilitas-fasilitas yang baik dan modern, sehingga besar kemungkinan kalah saing bisa terjadi, tetapi walaupun banyak kendala yang didapat pihak manajemen harus mampu melawan kendala tersebut

## KATA PENGANTAR

Dengan rahmat dan hidayah Allah penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dan sampai di tangan para pembaca yang berbahagia. Semoga kiranya dapat membawa manfaat yang sebesar besarnya dan menjadi sumbangsih bagi pendidikan masa kini dan masa yang akan datang. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada nabi kita Muhammad SAW. Yang telah membawa manusia bukan hanya dari zaman kejahilan tapi juga membawa manusia untuk menjadi makhluk yang beretika.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat pelantara bantuan, bimbingan, motivasi, saran, dan kerjasama dari berbagai pihak yang merupakan kehendak dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Oleh sebab itu, penulis dengan rasa senang hati menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Wahidul Anam, M. Ag, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
2. Dr. H. A. Halil Thahir, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
3. Siti Amanah, M.Si, selaku Penguji Utama dan Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
4. Dr. M, Qomarul Huda, M.Fil.I, selaku pembimbing I dan Lukman Hakim, M.Sos, selaku pembimbing II yang mengarahkan dan mengoreksi selama waktupenulisan skripsi ini sehingga skripsi ini bisa selesai pada waktu yang telah direncanakan.

5. Pegawai Hotel Wisma Syafana Syariah Kediri beserta seluruh karyawan yang telah berpartisipasi membantu kelancaran selama penelitian
6. Rekan-rekan seangkatan KPI tahun 2016 yang berada di IAIN Kediri yang selalumemberukan dukungan sehingga memunculkan semangat saya untuk Menyusunskripsi ini.
7. Dan semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu, atas segala bantuannya demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tentu masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahannya. Dengan demikian kami mohon maaf dan mengharap kritik dan saran demi penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 23 Juni 2023



Bambang Priyambodo

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
NOTA PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Definisi Istilah .....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Deskripsi Teori.....	12
1. Strategi Komunikasi.....	12
2. Komunikasi Pemasaran.....	14
3. Komunikasi Pemasaran Terpadu ( <i>Integrated Marketing         Communication</i> ).....	25
4. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Konsep IMC ( <i>Integrated         Marketing Comunication</i> ).....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Rancangan Penelitian .....	35
B. Lokasi Penelitian.....	35
C. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	36

D. Analisis Data .....	41
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....	43
A. Gambaran Umum Penelitian .....	43
B. Paparan Data .....	50
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Hotel Wisma Syafanah Syariah Kota Kediri Dalam Meningkatkan Okupansi.....	50
2. Kendala Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Hotel Wisma Syafanah Syariah Kota Kediri Dalam Meningkatkan Okupansi.....	68
C. Temuan penelitian .....	71
BAB V PEMBAHASAN .....	73
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Hotel Wisma Syafanah Syariah Kota Kediri Dalam Meningkatkan Okupansi .....	73
B. Kendala Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Hotel Wisma Syafanah Syariah Kota Kediri Dalam Meningkatkan Okupansi.....	89
BAB VI PENUTUP .....	
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA .....	94

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Jual Per Kamar dan Fasilitas yang didapatkan.....	3
-----------	---	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Tampak depan Hotel Wisma Syafana Syariah Kediri.....	45
Gambar 4.2 Kamar 1 Hotel Wisma Syafanah Syariah Kediri .....	46
Gambar 4.3 Kamar 2 Hotel Wisma Syafanah Syariah Kediri .....	47
Gambar 4.4 Kamar 3 Hotel Wisma Syafanah Syariah Kediri .....	48
Gambar 4.5 Kamar 4 Hotel Wisma Syafanah Syariah Kediri .....	49