

**STRATEGI PEMASARAN HOTEL DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
OKUPANSI**

**(Studi Kasus di Hotel Grand Surya Kediri)**

**SKRIPSI**

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)



**Disusun Oleh:**

Dhandung Heryudanto

9313.138.14

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) KEDIRI**

**2018**

**Halaman Persetujuan**

**STRATEGI PEMASARAN HOTEL DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
OKUPANSI**

(Studi Kasus di Hotel Grand Surya Kediri)

**DHANDUNG HERYUDANTO**

NIM. 9313.138.14

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

**Rofik Efendi S.Kom,MM.**

NIP. 196906171998031002

**Ali Samsuri ,M.EI**

NIP. 197610312009011003

## NOTA DINAS

Kediri, 1 Oktober 2018

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

Kepada  
Yth, Bapak Dekan Fakultas Syariah  
Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel 07 – Ngronggo  
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : DHANDUNG HERYUDANTO  
NIM : 9313.138.14  
Judul : STRATEGI PEMASARAN HOTEL DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN OKUPANSI (Studi Kasus di Hotel Grand  
Surya Kediri)

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 terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II

Rofik Efendi S.Kom,MM.

Ali Samsuri M.EI

NIP. 196906171998031002

NIP. 197610312009011003



## HALAMAN MOTTO

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ

“Nikmat Tuhan Mana Lagi yang Kamu Dustakan” (Ar – Rahman 77)<sup>1</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا

لِلَّهِ إِن كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah. (Al Baqarah 172) <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Al-Quran Surat Ar- Rahman ayat 77, Al-Quran dan terjemahannya, Depag. Ri, Jakarta, 1987, 1199

<sup>2</sup> Ibid 57

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan pemilik jiwa dan semesta alam. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Maka dengan ini kupersembahkan skripsi ini untuk :

- Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat, hidayah, rezeky dan kesabaran untukku dalam menyelesaikan Skripsi ini.
- Ibu dan Ayahku, yang selalu mendukungku dengan kasih sayang dan do'a-do'anya sehingga tugas akhir ini terselesaikan.
- Kepada Bapak Rofik Efendi S.Kom dan Bapak Ali Samsuri M.Ei. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dan mengarahkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Kepada semua pihak beserta jajaran hotel Grand Surya yang mengijinkan meneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Kepada bu Titi Indarti selaku manager marketing department hotel Grand Surya Kediri yang selalu memberi waktu, tenaga serta dapat bertukar pengalaman untuk wawancara demi menyelesaikan skripsi ini.
- Kepada bapak Adi kepala Badan Pusat Statistik Kota Kediri yang telah membantu saya dalam mencari data-data yang diperlukan.
- Alamamaterku serta teman-teman Ekonomi Syariah IAIN Kediri angkatan 2014.
- Teman-teman KKN kelompok 73 dusun Nglebak desa Klodan Kecamatan Nganjuk
- Segenap teman teman yang terlibat dalam Skripsi ini .

## **ABSTRAK**

DHANDUNG HERYUDANTO ,Dosen Pembimbing Rofik Efendi S.Kom dan Ali Samsuri ME.I : STRATEGI PEMASARAN HOTEL DALAM UPAYA MENINGKATKAN OKUPANSI (Studi Kasus di Hotel Grand Surya Kediri) Ekonomi Syari'ah , Syari'ah, IAIN Kediri , 2018

Kata Kunci :Strategi Pemasaran, Meningkatkan Okupansi

Aktivitas yang dilakukan oleh manusia sangatlah beragam, dimana dengan keragaman dari aktivias tersebut maka semakin banyak juga dibutuhkan penciptaan media sebagai sarana penunjang aktivitas manusia tersebut. Salah satu aktivitas manusia adalah dalam hal kunjungan dan wisata yang mana menyebabkan dibutuhkan jasa dari perhotelan. Hal tersebut ditandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis perhotelan dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba lomba dalam memasarkan semua produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berbagai macam strategi dan taktik perlu dikembangkan oleh setiap insan pemasaran. Tujuannya adalah agar mampu bersaing dalam setiap keadaan, dan apabila strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dapat berjalan dengan lancar, maka dapat meningkatkan okupansi dari perusahaan jasa hotel.

Pada saat ini terjadi penurunan okupansi hotel Grand Surya yang disebabkan banyaknya hotel baru dan berkembang di Kota Kediri. berangkat dari hal tersebut peneliti bermaksud menelaah lebih jauh tentang 1)Bagaimana Strategi Pemasaran yang diterapkan hotel Grand Surya Dalam Upaya Meningkatkan Okupansi? 2)Bagaimana Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasaran Hotel Grand Surya Dalam Upaya Meningkatkan Okupansi?

Penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif, dalam penelitian ini mencari bagaimana tanggapan strategi pemasaran hotel Grand Surya dalam upaya meningkatkan okupansi, Metode data dengan cara wawancara dan dokumentasi terhadap Pihak Managerial dan konsumen hotel Grand Surya Kediri.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa temuan yaitu 1)berdasarkan hasil penelitian, bahwa strategi pemasaran di hotel Grand Surya Kediri dalam meningkatkan okupansi meliputi 7P. Produk yang bermacam-macam, Lokasi pemasarannya berada di tempat yang strategis, harga yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa . Promosi yang efektif dengan memberikan layanan diskon dan paket promo terhadap pelanggannya. karyawan yang unggul dan berkompeten dalam bidangnya yang mengutamakan kenyamanan konsumen, serta fisik hotel yang terawat dengan baik. 2)Kelebihan strategi pemasaran yang diterapkan hotel Grand Surya diantaranya memaksimalkan marketing mix dan target pasar serta kekurangan dari strategi pemasaran yang terapkan oleh hotel Grand Surya adalah belum bekerja sama dengan media mancanegara untuk mempromosikan hotel. Hotel Grand Surya juga menjalankan strategi pemasaran yang sesuai syariat Islam seperti mengedepankan kualitas produk demi tercapainya visi dan misi hotel.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan raahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi pemasaran hotel dalam upaya meningkatkan okupansi (Studi Kasus di Hotel Grand Surya Kediri)

Untaian Shalawat dan salam senantiasa tersemay kepada revolusioner sejati Nabi Muhammad saw, yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke-Islaman, sehingga dapat menjadi bekal hidup kita, baik di dunia maupun di akhirat.

Adalah suatu kebanggaan tersendiri, jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Bagi penulis, penyusunan skripsi ini merupakan tugas yang tidak ringan. Penulis sadar banyak hambatan yang menghadang dalam proses penyusunan skripsi ini, dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis itu sendiri. Kalaupun akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, tentunya karena bberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM. Selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dekan Fakultas Syariah IAIN Kediri beserta stafnya atas segala kebijaksanaan perhatian dan dorongan sehingga penulis selesai studi dan tak lupa staf perpustakaan yang telah memberikan pelayanan dan bimbingan
3. Bapak Rofik Efendy S.Kom,MM dan Bapak Ali Samsuri ME.I. yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing skripsi ini.
4. keluarga tercinta yang memberikan dukungan, baik moril maupun materil dan tiada henti-hentinya mencurahkan kasih sayangnya serta mendoakanku demi kesuksesanku.
5. Semua sahabat-sahabat dan teman-teman yang telah memotivasi dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu



Penulis menyadari bahwa penulisan dan penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu penulis berharap kepada semua pihak agar memberikan kritik dan saran demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Hanya kepada Allah penulis berharap mendapat taufiq, hidayah serta inayah-nya. Dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Kediri, 1 Oktober 2018

Dhandung Heryudanto

NIM. 9313.138.14

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA PEMBIMBING.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kajian Pustaka.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Tinjauan Tentang Pemasaran Jasa .....	15
B. Karakteristik Jasa.....	18
C. Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
1. Produk .....	20
2. Harga .....	22
3. Tempat .....	24
4. Promosi.....	27
5. Orang.....	29
6. Proses.....	32
7. Fisik.....	34
D. Komponen Strategi Pemasaran .....	35

E. Perspektif Marketing Syariah.....	38
F. Hotel .....	45
G. Sales and Marketing Department .....	50

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi Penelitian.....	54
B. Pendekatan Penelitian .....	54
C. Kehadiran Peneliti.....	55
D. Data dan Sumber Data .....	56
E. Metode Pengumpulan Data.....	56
F. Analisis Data .....	58
G. Prosedur Penelitian .....	60
H. Tahap Tahap Penelitian .....	61

### **BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN..... 63**

A. Paparan Data.....	63
1. Gambaran dan Letak Geografis Hotel Grand Surya.....	63
2. Visi dan Misi Hotel Grand Surya.....	64
3. Struktur Organisasi Hotel Grand Surya.....	64
4. Kamar hotel Grand Surya.....	71
5. Okupansi Hotel Grand Surya. ....	73
6. Jumlah Hotel Kota Kediri.....	74
B. Temuan Penelitian .....	76
1. Komponen Strategi Pemasaran Hotel Grand Surya.....	76
2. Mengenai Marketing Mix Hotel Grand Surya .....	79
3. Perspektif Marketing Syariah.....	92

### **BAB V PEMBAHASAN..... 96**

A. Strategi Pemasaran Hotel Grand Surya.....	96
B. Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasaran Hotel Grand Surya.....	102
C. Perspektif Marketing Syariah.....	104

### **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... 107**

A. KESIMPULAN.....	107
B. SARAN .....	108

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Tabel Jumlah Hotel di Kota Kediri.....	6
Tabel 2 Data Okupansi Hotel Grand Surya Kediri.....	49
Tabel 3 Struktur Organisasi.....	57
Tabel 5 Data Kamar Hotel Grand Surya.....	63
Tabel 6 Data Harga Kamar Hotel Grand Surya.....	64
Tabel 7 Data Okupansi Hotel Grand Surya Kediri.....	65
Tabel 8 Daftar Nama dan Alamat Hotel/Akomodasi di Kota Kediri.....	67
Tabel 9 Tabel Makanan Hotel Grand Surya Kediri.....	73
Tabel 10 Daftar Menu Minuman.....	74
Tabel 11 Paket Chinese Food.....	76

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 . Pedoman Wawancara

Lampiran 2 . Surat Ijin Penelitian dari IAIN Kediri

Lampiran 3 . Surat Bukti Penelitian dari hotel Grand Surya Kediri

Lampiran 4 . Dokumentasi

Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup

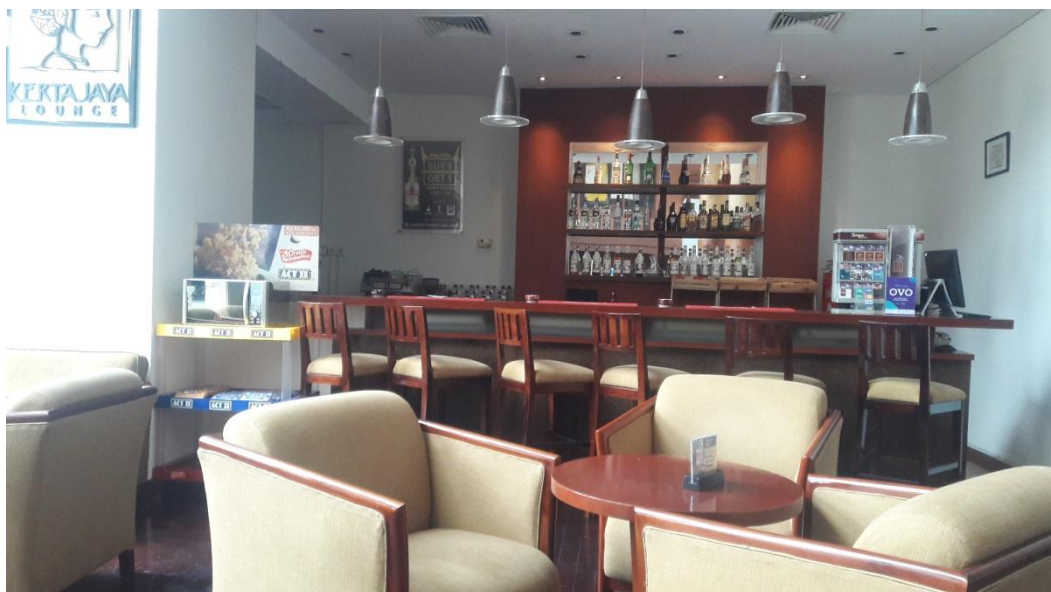
## **Pedoman Wawancara**

1. Bagaimana Gambaran hotel Grand Surya Kediri?
2. Apa visi dan misi dari hotel Grand Surya Kediri?
3. Bagaimana deskripsi kamar dari hotel Grand Surya Kediri?
4. Bagaimana okupansi hotel Grand Surya dari taun ke tahun?
5. Apa saja yang menjadi sasaran target dari hotel Grand Surya?
6. Bagaimana cara meningkatkan okupansi hotel Grand Surya melalui strategi pemasaran yang diterapkan selama ini?
7. Apakah di hotel Grand Surya menerapkan marketing mix dalam meningkatkan okupansinya?
8. Bagaimana strategi kebijakan produk yang diterapkan oleh hotel Grand Surya?
9. Bagaimana strategi kebijakan harga yang diterapkan oleh hotel Grand Surya Kediri?
10. bagaimana strategi kebijakan tempat yang diterapkan oleh hotel Grand Surya?
11. Bagaimana promosi yang diterapkan oleh Grand Surya Kediri?
12. Bagaimana kebijakan orang atau pelayanan pihak internal?
13. Bagaimana proses mekanisme hotel Grand Surya dalam melayani tamu?
14. Bagaimana merawat fisik hotel agar tetap terjaga kenyamanannya?
15. Bgaimana pelayanan hotel Grand Surya terhadap pelanggan?

## Dokumentasi











## Biografi



Dhandung Heryudanto. Kelahiran Kediri, 25 Februari 1996 anak pertama dari 2 bersaudara dari pasangan Bapak Dwi Swasana dan Ibu Kariyani. Peneliti menyelesaikan pendidikan di SDN Tawang 1 pada tahun 2008, SMPN 2 Wates pada tahun 2011, SMAN 1 Kandat pada tahun 2014, dan pada tahun 2014 melanjutkan ke pendidikan perguruan tinggi negeri, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN Kediri) program studi Ekonomi Syariah. Peneliti menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2018.