

KIC  
Fis Pw 22/02  
Wib  
S

# STRATEGI PEMASARAN HOTEL

(STUDI DESKRIPTIF TENTANG STRATEGI PENETAPAN  
HARGA KHUSUS PADA PERIODE SEPI  
DI SHERATON SURABAYA HOTEL & TOWERS)

## TUGAS AKHIR



MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

OLEH :

*Yulia Octaviana Wibisono*

NIM : 079810510-S

PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
S U R A B A Y A

Semester Gasal Tahun 2001/2002

## LEMBAR PERSETUJUAN

Setuju untuk diujikan,

Surabaya, 16 Januari 2002

Dosen Pembimbing



(Sri Endah Nurhidayati, S. Sos)

NIP : 132 208 715

## ABSTRAK

Industri Perhotelan saat ini telah berkembang dengan pesatnya . Di kota – kota besar seperti Jakarta, Medan ataupun Surabaya, telah banyak bermunculan hotel – hotel berbintang. Hal ini disebabkan karena fungsi utama hotel adalah menyediakan sarana akomodasi dan restaurant untuk para tamu yang menginap. Sebagai kota industri, Surabaya merupakan salah satu kota industri dan untuk tujuan *business*, oleh sebab itu Sheraton Surabaya Hotel & Towers salah satu hotel *business* berbintang lima yang terletak di tengah – tengah kota Surabaya menawarkan sarana akomodasi yang bertaraf internasional dengan pelayanan yang memuaskan. Sheraton Surabaya Hotel & Towers sebagai salah satu hotel *business* dikarenakan lokasinya yang terletak di tengah – tengah kota Surabaya, sehingga dekat dengan berbagai kegiatan *business* yang ada di Surabaya.

Dalam penelitian di Sheraton Surabaya Hotel & Towers, penulis melakukan penelitian di dalam strategi pemasaran hotel yang dalam hal ini berhubungan dengan *Sales & Marketing Department*. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu berdasarkan pengamatan manusia beserta aktifitasnya dalam lingkup tertentu. Artinya penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan secara terperinci strategi pemasaran hotel, yang dalam hal ini adalah bagaimana pengaruh penetapan harga khusus untuk kamar hotel pada saat *quiet periods*. Dari data – data yang berhasil dikumpulkan, maka tahap selanjutnya adalah penyusunan data dengan melalui proses analisa data. Proses analisa data tersebut antara lain adalah penyederhanaan data dan penarikan kesimpulan.

Dalam penelitian ini penulis mengamati strategi pemasaran hotel yang ada di Sheraton Surabaya Hotel & Towers yang dalam hal ini adalah penetapan harga khusus. Strategi yang digunakan adalah dengan mengadakan *Family Weekend Package* yang diharapkan dapat meningkatkan tingkat hunian kamarnya pada periode sepi yang berpengaruh juga terhadap tingkat pendapatan. Selain itu *Family Weekend Package* dapat digunakan sebagai alat untuk bersaing dengan para pesaingnya, yaitu hotel – hotel yang lain yang sejenis. Pihak Manajemen Sheraton Surabaya Hotel & Towers yang dalam hal ini *Sales & Marketing Department* harus dapat melakukan promosi yang tepat agar promosi tersebut tidak merugikan dan dapat berhasil menarik para tamu hotel agar mau menginap. Tetapi semua itu juga tidak bisa dilepaskan dari kerjasama antara departemen yang satu dengan departemen yang lain, untuk menarik para tamu lebih banyak lagi dan tamu merasa nyaman dan aman untuk memilih hotel sebagai tempat tinggal sementara.