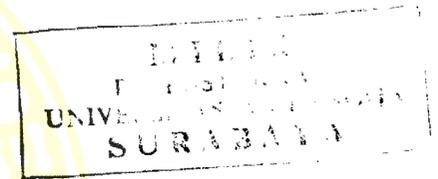


# PENINGKATAN PERAN SALES AND MARKETING DEPARTMENT HOTEL

(Studi Mengenai Tugas Dan Fungsi Sales And Marketing Hotel  
Majapahit Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar)

## TUGAS AKHIR

KK  
Fis. Pu. 50/99  
Pna  
P



*Disusun oleh :*

**IKE DYAH PRANAYA**

**079610207 - S**

**PROGRAM STUDI D - 3 ILMU PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
1999**

# **PENINGKATAN PERAN SALES AND MARKETING DEPARTMENT HOTEL**

**(Studi Mengenai Tugas Dan Fungsi Sales And Marketing Hotel  
Majapahit Dalam Menaikkan Tingkat Hunian Kamar)**

## **TUGAS AKHIR**

**Maksud : Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
studi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



***Disusun oleh :***

**IKE DYAH PRANAYA**

**079610207 - S**

**PROGRAM STUDI D - 3 ILMU PARIWISATA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
1999**

Setujui Untuk Diujikan  
Surabaya 25 Juni 1999



Tugas akhir ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji pada tanggal : 17 Juli 1999

Panitia penguji terdiri dari :



**DENY ARNOS KWARY, SS.**

**NIP : 132230684**



**M. SADIQ**

**NIP : 154801069**

## ABSTRAK

Di dalam situasi persaingan yang semakin ketat dewasa ini peran pemasaran sebagai salah satu ujung tombak perusahaan semakin mendapat porsi yang utama. Di dalam hotel yang berfungsi sebagai pemasar produk hotel yaitu Sales and Marketing Department. Peran dari Sales and Marketing Department sangatlah penting untuk meningkatkan pendapatan hotel. Menurunnya laju pertumbuhan penjualan mengakibatkan kelebihan fasilitas dalam industri. Dalam Industri Perhotelan, meningkatnya jumlah penawaran kamar akan meningkatkan persaingan. Dampak yang timbul kemudian adalah munculnya perang tarif, persaingan layanan dan turunnya omset atau tingkat hunian. Apalagi dengan keadaan krisis ekonomi sekarang ini, Industri Perhotelan mengalami penurunan tingkat hunian kamar yang sangat tajam. Oleh karena itu para staff sales and marketing department harus menjalankan tugasnya secara maksimal. Diperlukan beberapa strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan tingkat hunian kamar. Untuk itu dalam penelitian ini penulis menggunakan teori – teori dari Philip Kotler, E. Jerome McCarthy, Henry Assael dan William J. Stanton. Sedangkan metode penelitian penulis menggunakan tehnik analisa data kualitatif yaitu dengan menganalisa dan menguraikan secara deskriptif kualitas dari variabel yang diteliti sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Untuk memudahkan sales and marketing department dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya, sebaiknya melakukan perluasan kerja sama guna meningkatkan pendapatan, kegiatan promosi dan penghematan. Sales and Marketing department dapat menjalin kerja sama dengan Travel Agent, Media Radio, Media Cetak ataupun dengan media Televisi. Selain itu pihak hotel juga dapat merencanakan program khusus untuk menunjang kegiatan promosi.