

**PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
TAMU PADA INNA DHARMA DELI  
MEDAN**



**Oleh**

**Nama : Insan Marito Suryani Hasibuan  
Nomor Stambuk : 99 830 0096**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2004**

**PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
TAMU PADA INNA DHARMA DELI  
MEDAN**



**SKRIPSI**

Oleh

**Insan Marito Suryani Hasibuan**

**No. Stb : 99 830 0096**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Study Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Medan Area**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2004**

Judul Skripsi : Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah  
Tamu Pada INNA DHARMA DELI MEDAN

Nama Mahasiswa : INSAN MARITO SURYANI HASIBUAN

Nomor Stambuk : 99 830 0096

Jurusan : MANAJEMEN



Menyetujui :

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Handwritten signature of Pembimbing I.

(Drs. H. A. Azis Hasan, MM)

Pembimbing II

Handwritten signature of Pembimbing II.

(Drs. Hery Syabrial, Mai)

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Handwritten signature of Ketua Jurusan.

(Dra. H. Jon Hardy, Msi)



Dekan

Handwritten signature of Dekan.

(H. Syabriandy, Msi)

Tanggal Lulus : 6 April 2004

## RINGKASAN

INSAN MARITO SURYANI HASIBUAN, PERANAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH TAMU PADA INNA DHARMA DELI MEDAN, (Dibawah bimbingan Drs. H. A. Azis Hasan, MM selaku Pembimbing I dan Drs. Hery Syahrial, Msi, selaku Pembimbing II)

Banyaknya hotel didaerah pariwisata mengakibatkan timbulnya persaingan. Untuk menghadapi persaingan ini para pengusaha menggunakan berbagai strategi pemasaran. Dan salah satu faktor yang diperhatikan bagi keberhasilan strategi pemasaran adalah faktor promosi.

Kebijaksanaan promosi bagi perusahaan hotel merupakan faktor yang terpenting dalam menghadapi tingkat persaingan. Sasaran yang harus dituju adalah para konsumen potensial secara menyeluruh, jelas dan tepat.

Dalam memperoleh keuntungan yang direncanakan, Inna Dharma Deli Medan melaksanakan kebijaksanaan promosi antara lain :

1. Bekerjasama dengan Natour pusat untuk mengirim brosur ke KBRI (konsul RI) ke negara-negara tertentu.
2. Setiap hari mengunjungi 5 (lima) perusahaan untuk kegiatan promosi.
3. Mengirim direct mail secara rutin kepada perusahaan-perusahaan tertentu.
4. Mengadakan sales call dan sales trip
5. Memberikan informasi melalui publisitas tentang produk baru.
6. Ikut berpartisipasi dalam travel jurnalist tour operator.
7. Ikut berpartisipasi dalam travel trade antara lain :

a. Dalam negeri, seperti : Medan Fair, Jakarta Fair, Pekan Budaya, Garuda Mart dan lain-lain.

b. Luar negeri, seperti : Asian Tourist Forum (ATF), PATA, dan lain-lain.

8. Menempatkan pegawai hotel di Airport Polonia Medan untuk memberikan informasi kepada para tourist dan sekaligus memberikan brosur tentang hotel dan objek wisata yang dapat dikunjungi di daerah Sumatera Utara.

Sehubungan dengan peranan promosi dan pengaruhnya terhadap besar sedikitnya jumlah tamu yang datang pada Inna Dharma Deli Medan, penulis dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut : Peranan promosi yang dijalankan oleh Inna Dharma Deli Medan telah mampu atau belum meningkatkan jumlah tamu.

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Dan dalam penganalisaan yang dilakukan penulis menggunakan dua metode analisis, yaitu :

1. Metode deskriptif, yaitu data yang telah dikumpulkan, diklasifikasikan dan dianalisis kemudian diinterpretasikan sehingga diperoleh gambaran atau keterangan yang jelas mengenai aktivitas atau kebijaksanaan yang dilakukan perusahaan dengan benar.
2. Metode deduktif, yaitu suatu metode yang bertitik tolak dari kesimpulan umum berupa prinsip-prinsip, teori-teori atau dalil-dalil yang secara umum telah diterima sebagai suatu kebenaran, kemudian membandingkan dengan kesimpulan khusus berupa fakta yang berlaku dalam kenyataan dilapangan,



sehingga diperoleh gambaran yang jelas, baik persesuaian maupun penyimpangan yang terdapat diantara keduanya.

Dengan demikian dari hasil perbandingan ini dapat ditarik kesimpulan dan memberikan saran. Untuk menanggulangi masalah yang dihadapi oleh Hotel Pardede Internasional Medan sesuai dengan kesimpulan, penulis menggunakan saran sebagai berikut:

1. Promosi yang dijalankan oleh Inna Dharma Deli Medan sudah cukup baik, tetapi walaupun demikian masih ada dijumpai peluang promosi yang belum dilakukan seperti promosi yang dilakukan melalui periklanan pada media elektronik (televisi/radio).
2. Peranan promosi cukup berperan akan meningkatnya jumlah tamu tetapi itu semua tidak terlepas dari faktor-faktor yang lain yang dapat menimbulkan berbagai masalah seperti faktor keamanan politik, faktor pelayanan, dll . Walaupun biaya promosi yang dikeluarkan cukup besar itu tidak menjamin jumlah tamu akan meningkat tanpa adanya kestabilan dan keamanan, sebaliknya biaya promosi yang sedikit dapat saja menimbulkan kenaikan jumlah tamu dengan dibarengi kestabilan dan keamanan yang terjamin

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas rahmat-Nya serta bimbingan-Nya dan shalawat berangkaikan salam atas junjungan Nabi Besar Muhamadin SAW, sehingga penulis diberikan kesehatan dan ketabahan untuk mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **"Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Pada Inna Dharma Deli Medan"**.

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk penyelesaian studi pada tingkat sarjana (S-1) dengan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berupaya dengan seluruh kemampuan dan ilmu pengetahuan yang ada untuk menyelesaikannya, namun penulis tetap menyadari sepenuhnya bahwa isi maupun susunan kalimat atau tata bahasanya masih belum begitu sempurna, mengingat kemampuan dan pengetahuan yang sangat terbatas. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Untuk menyelesaikan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan-bantuan, baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini izinkanlah penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Syariandy, Msi. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.
2. Bapak Drs. H. Jhon Hardy, Msi. selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.

3. Bapak Drs. H. A. Azis Hasan, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membenkan waktunya untuk membimbing dan membenkan Pengarahan serta petunjuk demi kesempumaan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Hery Syahrial, Msi selaku dosen Pembimbing II yang membimbing dan memberikan pengarahan serta petunjuk demi kesempumaan skripsi ini.
5. Ayahanda dan Ibunda tercinta, yang telah banyak memberikan dorongan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini (teristimewa).
6. Terima kasih pula penulis ucapkan kepada suami tercinta yang telah bnyak memben dorongan serta dukungan yang diberikan selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih pula penulis ucapkan kepada seluruh karyawan-karyawati Inna Dharma Deli Medan yang telah banyk membantu selama pengambilan data-data dalam penulisan skripsi ini.
8. Rekan-rekan yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis, terutama ditujukan kepada Hatma, Ai, Sari, Mamet, Rifo, Lili, Leni, Melda

Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya membenkan kepada kita semua. Amin ya Robbal A' lamini.

Medan, 6 April 2004

Penulis,

(Insan Marito Suryani Hasibuan)



## DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Alasan Pemilihan Judul .....	1
B. Perumusan Masalah .....	2
C. Hipotesis .....	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian .....	3
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data .....	4
F. Metode Analisis .....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Arti dan Pentingnya Promosi Bagi Pelayanan Jasa Dalam Menarik Tamunya .....	6
B. Kegunaan Promosi Bagi Dunia Usaha .....	9
C. Bentuk-bentuk Promosi .....	12
D. Pengertian Wisatawan .....	22
E. Fungsi-fungsi Promosi dan Hubungannya Dengan Tamu ...	24

### **BAB III INNA DHARMA DELI MEDAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan Inna Dharma Deli Medan ...	26
B. Peranan Inna Dharma Deli Medan Dalam Mengembangkan Dunia Usaha Pariwisata di Sumatera Utara .....	40
C. Promosi Yang Dijalankan Inna Dharma Deli Medan.....	40
D. Jumlah Tamu Tahun 1998-2002 .....	42
E. Service Yang Dijalankan Oleh Inna Dharma Deli Medan Untuk Menarik Minat Tamu .....	44
F. Hambatan-hambatan dan Usaha Untuk Mengatasinya .....	45

### **BAB IV ANALISIS DAN EVALUASI** ..... 47

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	54
B. Saran .....	57

### **DAFTAR PUSTAKA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Alasan Pemilihan Judul

Hotel merupakan salah satu perusahaan penghasil jasa, yang berguna untuk menarik tamu, yang mana tamu yang datang diharapkan dapat menghasilkan pendapatan bagi hotel serta dapat menghasilkan devisa bagi negara dan juga dapat membuka lapangan kerja di daerah pariwisata tersebut.

Sedemikian pentingnya peranan sektor pariwisata saat ini dan juga masa yang akan datang. Sehingga kepala negara meminta agar semua Departemen Intansi Aparatur Pemerintah, pihak swasta serta kalangan masyarakat luas untuk secara bersama-sama dan secara terpadu memusatkan perhatian pada peningkatan kegiatan pariwisata. Seminar-seminar mengenai pariwisata juga digalakkan, diskusi diselenggarakan, semua tujuannya adalah positif.

Untuk pengembangan sektor pariwisata ini, justru peningkatan pelayananlah yang dijadikan untuk menarik minat tamu, agar mau berkunjung ke hotel tersebut, karena peningkatan pelayanan merupakan sikap utama yang harus diperlihatkan kepada tamu. Pelayanan tidak hanya diberikan kepada tamu asing saja, tetapi juga diberikan kepada tamu domestik yang potensinya dua kali lipat bahkan lebih.

Banyaknya hotel mengakibatkan timbulnya persaingan. Untuk menghadapi persaingan ini, para pengusaha menggunakan berbagai strategi

pemasaran dan salah satu faktor yang diperhatikan bagi keberhasilan strategi pemasaran adalah faktor promosi.

Kebijaksanaan promosi bagi perusahaan hotel merupakan faktor yang terpenting dalam menghadapi tingkat persaingan. Dimana sasaran yang harus dituju adalah para tamu potensial secara menyeluruh, jelas dan tepat.

Jika promosi dapat dilakukan dengan baik maka tujuan perusahaan akan dapat tercapai dan sebaliknya jika promosi tidak dapat dilaksanakan dengan baik maka kegiatan perusahaan akan merugi, sehingga kelangsungan hidup perusahaan terancam.

Dari uraian diatas penulis sangat tertarik untuk menulis skripsi dan melakukan penelitian pada Inna Dharma Deli Medan, dengan mengambil judul "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Pada Inna Dharma Deli Medan".

## **B. Perumusan Masalah**

Setiap perusahaan tentu mempunyai dan menghadapi masalah yang berbeda, masalah ini perlu mendapatkan perhatian dan harus diatasi. Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang penulis lakukan di Inna Dharma Deli Medan, dapat dirumuskan sebagai berikut: "Peranan promosi yang dijalankan oleh Inna Dharma Deli Medan telah mampu atau belum meningkatkan jumlah tamu".

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Azis Hasan, **Marketing dan Strateginya**, Penerbit Bali, Medan, 2002.
- Alex S. Nitisemito, **Marketing**, Cetakan kelima, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1984.
- Basu Swastha DH., dan Irawan. **Manajemen Pemasaran Modern**, Cetakan keempat, Edisi kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1990.
- \_\_\_\_\_, dan Ibnu Sukotjo W., **Pengantar Bisnis Modern**, Cetakan ketiga, Edisi ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1993.
- Faisal Affif, **Strategi Pemasaran**, Cetakan kedua, Penerbit Angkasa, Bandung, 1993.
- Gainal Suwanto, **Dasar-dasar Pariwisata**, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 2002.
- Happy Marpaung, **Pengetahuan Kepariwisata**, Edisi Revisi, Penerbit Alfabeta, Bandung, 2002.
- Oka A. Yoeti, **Strategi Pemasaran**, Cetakan kedua, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- Sofjan Assauri, **Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi**, Cetakan keenam, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1992.
- Winardi, **Promosi dan Reklame**, Cetakan pertama, Edisi kedua, Penerbit cv. Mandar Maju, Bandung, 1992.
- J. Supranto, **Metode Riset dan Aplikasinya Dalam Pemasaran**, Cetakan pertama, Edisi keenam, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 1997.
- S. Nasution dan M. Thomas, **Buku Penuntun Membuat Tesis, Skripsi, Disertasi, Makalah**, Cetakan ketujuh, Edisi kedua, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2001.