

**PEMILIHAN MEDIA PERIKLANAN PADA HOTEL
SUKOWATI NGAWI, JAWA – TIMUR**

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Derajat Ahli Madya

Program

D-3 Manajemen Pemasaran



Disusun oleh :

ANNY HERI ASTUTY

F 3202010

**D-3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2005

HALAMAN PERSETUJUAN

**TELAH DISETUJUI TUGAS AKHIR DEGAN JUDUL
"PEMILIHAN MEDIA PERIKLANAN PADA HOTEL
SUKOWATI NGAWI JAWA-TIMUR"**

Tanggal: 15 Agustus 2005

Disetujui dan diterima oleh:

Dosen Pembimbing
Surakarta, Juli 2005



Dra. Sri Suwarsi, MM
NIP 130516344

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh tim penguji Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ahli Madya Manajemen Pemasaran.

Pada hari : Selasa

Tanggal : 16 Agustus 2005

(BY SELF)

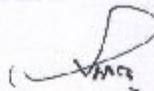
JADILAH SEORANG MAESTRO KEHIDUPAN YANG SELALU MENGATUR NADA-NADA KEHIDUPAN DENGAN KEINDAHAN.

(MY SELF)

Surakarta,

Tim penguji Tugas Akhir:

1. Dra. Sri Suwarsi, MM
Nip : 130.516.344

()

(MY SELF)

2. Siato Sunarvo, SE, M.Si.
Nip 132.281.757

()

(HR. ABU MUSA'DARI UMAR)

MOTTO

- KEGAGALAN TIDAK BERARTI SAYA TELAH MENYIA-NYIAKAN HIDUP, TAPI BERARTI SAYA HARUS MULAI DENGAN CARA LAIN DENGAN LEBIH GIAT DAN DENGAN SABAR.

(MY SELF)

- JADILAH SEORANG MAESTRO KEHIDUPAN YANG SELALU MENGATUR NADA-NADA KEHIDUPAN DENGAN KEINDAHAN.

(MY SELF)

- PERSIAPANKU HARI INI, MENENTUKAN PRESTASIKU DIHARI ESOK.

(MY SELF)

- BELAJARLAH SUATU ILMU DAN BELAJARLAH UNTUK MEMPEROLEH ILMU DENGAN RENDAH HATI DAN TENANG. TAWADHULAH TRHADAP ORANG-ORANG YANG SEKALIAN KAMU BELAJAR DARIPADANYA.

(HR. ABU NUSIMDARI UMAR)

PERSEMBAHAN

TUGAS AKHIR PENULIS PERSEMBAHKAN BUAT:

- ALLAH SWT, ATAS SEGALA RAHMAT DAN HIDAYAHNYA.
- AYAH DAN IBUKU TERSAYANG
- MY LOVE TRIE ARIE
- KELUARGAKU TERCINTA (Mas Har, mbak Tien, Mak'e & Pak'e dan semuanya aja)
- ADIKKU SAYANG, Acnes, Si kembar (Robby & Robert), Ari, Benny.
- SAHABAT-SAHABATKOE
- ALMAMETERKU.

KATA PENGANTAR

Ucapan puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul "PEMILIHAN MEDIA PERIKLANAN PADA HOTEL SUKOWATI NGAWI JAWA-TIMUR" disusun sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran Universitas Sebelas Maret.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih kepada:

- 1 Ibu Dra. Salamah Wahyuni SU selaku dekan Fakultas Ekonomi UNS.
- 2 Ibu Dra. Sri Suwarsi MM selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan tanggung jawab dalam memberikan bimbingan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
- 3 Bpk Drs. Djoko Purwanto, MBA selaku ketua program D3 Manajemen Pemasaran.
- 4 Pihak-pihak Hotel Sukowati, terutama Pak Pudjianto dan Ibu Srini dan seluruh karyawan hotel.
- 5 Ayah dan Ibuku, terima kasih atas segala perhatian dan kasih sayangmu serta doa restu kalian hingga aku bisa selesaikan Tugas Akhir ini.
- 6 Trie Ariekoe tercinta, terima kasih dengan kesabaranmu dan ketulusan hatimu aku bisa cepet lulus.

- 7 Adikku Acnes, Kamu inspirasi dalam setiap langkah yang akan mbak lakukan. Pertahankan prestasimu.
- 8 Keluargaku tercinta (Mas Har, Mbak Tien, Mak'e, Pak'e dan semuanya aja). Tanpa support dari kalian aku tidak akan bisa jadi seperti ini. Terima kasih atas jasa dan budi baik kalian terhadap keluargaku. Maaf sudah merepotkan....
- 9 Sikembar Robby & Robert, Ari, Benny, Qois, Adit.
- 10 Dek Icka, Maju terus ya... Terima kasih udah jadi teman setiaku disaat suka dan duka.
- 11 Sahabatku tersayang, Roma&Dany, Puji, Dewie, Dessy, Mbak Dewi, Sari&Elsa, Lia, Yani, Dina dan Vindo.
- 12 Yang datang dan pergi hingga jadi bagian dari masa lalu..... Tanpa kalian takkan pernah kusadari bahwa tanpa masa lalu takkan ada masa depan.

Semoga semua pihak yang penulis sebutkan ataupun tidak disebutkan selalu mendapat Rahmat dan Hidayah-Nya. Mudah-mudahan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan juga pembaca. Amin.

Surakarta, Agustus 2005

PENULIS

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A Latar Belakang Masalah	1
B Perumusan Masalah	3
C Tujuan Penelitian	4
D Manfaat Penelitian	4
E Metode Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
1. Pengertian dan Tujuan Pemasaran Hotel	7
2. Klasifikasi Produk Dan Jenis Hotel	8
3. Media Periklanan	9
4. Tujuan Periklanan	10
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Media Periklanan	12
KERANGKA PEMIKIRAN	19

BAB I I I DISKRIPSI OBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	21
	1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	21
	2. Lokasi Perusahaan	22
	3. Visi dan Misi Hotel Sukowati	24
	4. Tujuan Pendirian Hotel Sukowati	24
	5. Struktur Organisasi Perusahaan	24
	6. Fasilitas dan Jasa-Jasa Yang Disediakan	29
	7. Personalia	34
	8. Kegiatan Periklanan	36
B	ANALISIS DATA	37
C	PEMBAHASAN	
	1. Tingkat Hunian Kamar Berdasar Tipe Kamar	42
	2. Tingkat Hunian Kamar Dikali Dengan Harga Kamar	49
	3. Uraian Perbandingan Antara Biaya Iklan Dengan Tingkat Hunian Kamar Dikali Dengan Harga Kamar	50

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A	KESIMPULAN	54
B	SARAN	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 3.1 Denah Lokasi Hotel Sukowati	23
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Hotel Sukowati	26

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Harga Kamar Hotel Sukowati	30
Tabel 3.2 Perincian Jumlah Karyawan	34
Tabel 3.3 Biaya Iklan	39
Tabel 3.4 Tingkat Hunian Berdasarkan Tipe Kamar	44
Tabel 3.5 Daftar Harga Kamar	49
Tabel 3.6 Hasil Tingkat Hunian Kamar Dikali Harga Kamar	50
Tabel 3.7 Perbandingan Biaya Iklan Dengan Tingkat Hunian X Harga Kamar	52

PEMILIHAN MEDIA PERIKLANAN PADA HOTEL SUKOWATI NGAWI JAWA TIMUR

ABSTRAK

Anny Heri Astuty

F 3202010

Perhotelan merupakan salah satu faktor penunjang pariwisata. Dewasa ini persaingan dalam dunia bisnis perhotelan terasa semakin hebat. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan serangkaian kegiatan di bidang pemasaran, salah satunya melalui periklanan. Pada saat ini hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur menggunakan media periklanan radio, surat kabar, papan nama, spanduk, famlet, dan brosur.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pada tahun berapa tingkat penggunaan media periklanan yang paling efektif selama lima tahun dari tahun 2000 sampai tahun 2004. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan membandingkan biaya iklan dengan tingkat hunian kamar dikali dengan harga kamar selama lima tahun dari tahun 2000 sampai tahun 2004, kemudian dicari prosentase yang terkecil. Prosentase pada tahun yang terkecil inilah tingkat penggunaan media periklanan yang paling efektif. Teknik pengumpulan data adalah dengan wawancara / interview kepada asisten manager dan dep. Marketing Hotel Sukowati dan melalui observasi.

Hasil penelitian yang diperoleh setelah dilakukan penelitian adalah pada tahun 2000 dengan biaya iklan Rp 3.220.000,- dan tingkat hunian dikali harga kamar adalah Rp 928.115.000,- diperoleh prosentase perbandingan 0,34 %. Pada tahun 2001 dengan biaya iklan Rp 3.305.000,- dan tingkat hunian dikali harga kamar Rp 919.988.000,- diperoleh prosentase perbandingan 0,35 %. Pada tahun 2002 dengan biaya iklan Rp 3.431.000,- dan tingkat hunian kamar dikali dengan harga kamar Rp 957.789.000,- diperoleh prosentase 0,36 %. Pada tahun 2003 dengan biaya iklan Rp 3.965.000,- dan tingkat hunian dikali harga kamar adalah Rp 946.673.000,- diperoleh prosentase perbandingan 0,41 %. Pada tahun 2004 dengan biaya iklan Rp 4.800.000,- dan tingkat hunian kamar dikali harga kamar Rp 953.789.000,- diperoleh prosentase perbandingan 0,50%.

Dari hasil analisa data diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pemilihan media periklanan yang efektif adalah pada tahun 2000 dengan prosentase terkecil yaitu 0,34 %. Faktor-faktor dalam pemilihan media iklan adalah tujuan periklanan, sirkulasi berita, keperluan berita, waktu dan tempat dimana keputusan dibuat, biaya iklan, kerjasama dan bantuan promosi yang ditawarkan media iklan.

Saran yang penulis dapat kemukakan untuk Hotel Sukowati adalah agar Hotel Sukowati meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan tamu yang menginap. Hotel Sukowati juga bisa menambah fasilitas mobil untuk mengantar tamu yang menginap. Dan Hotel Sukowati bisa saja menyediakan paket-paket pernikahan dan paket-paket Ulang Tahun dengan harga yang terjangkau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perhotelan adalah salah satu faktor penunjang pariwisata. Di sektor perhotelan ini menjanjikan keuntungan yang besar yang dapat digunakan untuk kemajuan hotel. Pada saat sekarang ini banyak investor yang menanamkan modalnya di bidang perhotelan. Seperti yang kita lihat dewasa ini, persaingan dalam bisnis terasa semakin tajam, yaitu dengan banyaknya hotel yang didirikan. Seorang pengusaha harus harus pandai-pandai menarik pengunjung dengan memperhatikan faktor-faktor : meningkatkan promosi, bekerja sama dengan biro perjalanan, penetapan tarif kamar yang sesuai dengan fasilitas dan pelayanan kepada para tamu, lokasi yang strategis, faktor-faktor kebersihan, faktor keamanan dan kenyamanan, keramahan karyawan, kecekatan dalam melayani tamu dan sebagainya. Lokasi yang strategis juga sangat mendukung pemasaran hotel tersebut, karena dengan lokasi yang strategis akan memudahkan pengunjung untuk menjangkaunya.

Bisnis perhotelan di Ngawi pada saat ini kurang potensial untuk menjaring wisatawan yang masuk, karena kebanyakan orang-orang yang datang ke Ngawi sebagian besar berkaitan dengan urusan bisnis. Maka dari itu kualitas komoditi hotel baik dari segi fasilitas, pelayanan, maupun kenyamanan harus selalu ditingkatkan sesuai dengan perkembangan jaman. Selain itu kegiatan promosi harus dilakukan baik dalam bentuk periklanan,

promosi penjualan, maupun publisitas yang kesemuanya itu ditujukan untuk memberikan kepuasan bagi pemakai usaha jasa.

Melihat banyaknya persaingan yang terjadi pada bisnis perhotelan maka setiap hotel memiliki cara-cara tersendiri untuk dapat memenangkan persaingan tersebut. Seperti halnya dengan hotel Sukowati, hotel ini ingin memenangkan persaingan diantara hotel-hotel Ngawi dan sekitarnya. Sebagai hotel yang terhitung belum lama didirikan hotel ini mendukung pemasarannya tersebut dengan berbagai cara, salah satu melalui periklanan.

Periklanan merupakan salah satu variabel perusahaan dalam bauran pemasaran yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasa. Periklanan ini dapat digunakan sebagai alat untuk mempengaruhi pengunjung dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Dengan adanya periklanan yang tepat diharapkan bisa meningkatkan jumlah pengunjung yang menginap.

Media periklanan yang digunakan oleh hotel Sukowati Ngawi, Jawa-Timur adalah dengan radio, spanduk, brosur, famlet, papan nama, dan surat kabar. Adapun cara lain yang dilakukan oleh Hotel Sukowati adalah dengan cara menjalin kerja sama dengan biro-biro perjalanan atau agent travel, dimana biro-biro perjalanan ini memperoleh komisi 10% dari jumlah tamu yang dimasukkan ke hotel Sukowati.

Hotel Sukowati ini bekerja sama dengan radio Canbakala untuk menjangkau pendengar di wilayah Ngawi dan sekitarnya. Menggunakan brosur dan famlet yang diletakkan di tempat-tempat strategis seperti rumah

makan, lobi hotel dan agent travel. Papan nama dipasang di batas kota yang akan masuk ke kota Ngawi. Dan menggunakan surat kabar Jawa Pos untuk menjangkau wilayah Jawa-Timur, terutama Ngawi.

Promosi mempunyai pengaruh ke berbagai aspek, diantaranya masalah biaya yang ditanggung oleh perusahaan, perkembangan teknologi dan permintaan pasar. Hotel Sukowati harusnya memperhatikan strategi promosi melalui media periklanan yang telah dibuat dan dijalankan tersebut apakah memang sudah mendapat hasil yang memuaskan atau lebih baik dari sebelumnya, yaitu dengan bertambahnya tingkat pengunjung dari hotel Sukowati.

Berdasarkan uraian yang penulis uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas “PEMILIHAN MEDIA PERIKLANAN PADA HOTEL SUKOWATI NGAWI, JAWA – TIMUR”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalahnya sebagai berikut :
dari media periklanan yang digunakan hotel Sukowati selama periode lima tahun pada tahun berapakah tingkat penggunaan media periklanan yang paling efektif untuk meningkatkan tingkat hunian kamar pada hotel Sukowati Ngawi Jawa-Timur?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui selama periode lima tahun pada tahun berapa tingkat penggunaan media periklanan yang paling efektif yang digunakan hotel Sukowati Ngawi Jawa-Timur untuk meningkatkan tingkat hunian kamar.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan pengalaman dan menambah pengetahuan mengenai masalah periklanan serta mempraktekkan ilmu dan teori yang diperoleh selama mengikuti pendidikan program D-3 Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi hotel Sukowati, Ngawi, Jawa-Timur dalam mengambil kebijakan memilih media periklanan yang paling tepat.
- b. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran dan masukan bagi perusahaan dalam memilih media periklanan di waktu yang akan datang.

E. METODE PENELITIAN

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada hotel Sukowati Jl. Raya Sukowati No. 81 Ngawi, Jawa-Timur mengenai pemilihan media periklanan pada hotel Sukowati, Ngawi, Jawa-Timur.

2. Jenis Data

a. Data Primer

Menurut Hanke & Reitsch (dalam Kuncoro, 2003; 127), data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original.

Data primer dilakukan dengan wawancara dengan asisten manajer hotel Sukowati. Wawancara tersebut mengenai kegiatan periklanan dan personalia. Personalia meliputi jumlah karyawan, sistem kerja, pengupahan dan penggajian, kesejahteraan karyawan.

b. Data Sekunder

Menurut Nazir (1988; 59) data sekunder adalah catatan tentang adanya suatu peristiwa, ataupun catatan-catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber orisinal. Yang merupakan data sekunder berupa tingkat hunian kamar, sejarah berdirinya hotel, daftar harga dan struktur organisasi.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara/ Interview

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung pada asisten manajer dan marketing guna memperoleh data yang diperlukan.

b. Observasi

Pengamatan yang dilakukan adalah pengamatan tentang pemilihan media periklanan pada hotel Sukowati Ngawi, Jawa-Timur. Pengamatan ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai objek penelitian.

4. Teknik Analisis data

Semua data yang diperoleh akan dibahas dengan metode deskriptif kuantitatif yaitu dengan membandingkan antara biaya iklan dengan tingkat hunian kamar dikalikan dengan harga kamar selama lima tahun, dari tahun 2000-2004. Selanjutnya melihat tahun dengan prosentasi yang terkecil, maka prosentasi yang terkecil pada tahun itulah tingkat penggunaan media periklanan yang paling efektif.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian dan Tujuan Pemasaran hotel

Hotel merupakan salah satu perusahaan jasa yang menyediakan penginapan bagi pengunjung dengan disertai fasilitas dan pelayanan yang ada dengan balas jasa yang berupa pembayaran yang telah ditentukan. Dalam perkembangannya hotel hingga saat ini sangat mendukung dalam peningkatan pendapatan negara, karena semakin banyak warga asing yang berkunjung dan menginap di hotel.

Definisi Pemasaran hotel menurut Denney (dalam Yoeti,2001: 9)
“Pemasaran Hotel adalah aktifitas yang menggunakan strategi dan taktik yang direncana sedemikian rupa untuk menyampaikan cerita tentang pelayanan yang diberikan sebuah hotel dengan memberikan rangsangan yang bergairah pada tamu hotel, untuk memilih pesan yang disampaikan hotel untuk dibandingkan dengan pilihan lain dari hotel pesaing”

Definisi Pemasaran Hotel menurut Kotler (dalam Yoeti,2001;10)
“Pemasaran Hotel adalah ilmu yang bertujuan untuk menyenangkan tamu dan dari kegiatan itu hotel memperoleh keuntungan”

Tujuan Pemasaran Hotel

Dalam hal ini tujuan pemasaran hotel adalah penjualan kamar, makanan, minuman dan sebagainya. Bagi manajemen hotel pemasaran hotel sangatlah perlu ditingkatkan dari tahun ke tahun dengan meningkatnya penjualan berarti pendapatan juga meningkat, dan akibatnya memperoleh keuntungan yang besar.

2. Klasifikasi Produk dan Jenis Hotel

Klasifikasi produk hotel menurut Dimiyati (1992;66) adalah

a. *Tangible product* atau produk berwujud.

Adalah produk hotel yang secara nyata dapat dilihat, diraba, atau secara langsung dapat berwujud benda, seperti : kamar, minuman, kolam renang, restoran dan sebagainya yang disediakan oleh bar.

b. *Intangible product* atau Produk tidak berwujud

Adalah produk hotel yang tidak secara nyata terlihat dalam wujud benda tetapi sangat berpengaruh terhadap nilai dari *Tangible product*. Seperti pelayanan jasa yang memuaskan, suasana lingkungan, kebersihan, kenyamanan dan sebagainya.

Klasifikasi jenis hotel menurut Dimiyati (1992;70) adalah:

❖ Berdasarkan lokasinya

a. *City hotel*

Adalah hotel yang berlokasi didaerah perkotaan, biasanya di kota-kota besar terutama ibukota, dikarenakan hotel ini ditujukan oleh pengunjung yang hanya ingin beristirahat untuk jangka waktu pendek.

b. *Recidental hotel*

Adalah hotel yang berlokasi di pinggiran atau dekat kota besar, tetapi termasuk mudah dijangkau kegiatan usahanya. Ditujukan bagi tamu yang ingin beristirahat untuk jangka waktu yang lama.

c. *Resort hotel*

Hotel yang berlokasi di daerah pegunungan, di daerah pantai, atau daerah tepi danau. Ditujukan bagi keluarga yang ingin rekreasi atau isfiraht pada hari libur.

d. *Motor hotel*

Hotel yang berlokasi di pinggir kota atau sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya atau dibatas kota. Ditujukan untuk istirahat sementara setelah melakukan perjalanan jauh dengan kendaraan.

❖ Berdasarkan tamu yang menginap

a. *Family hotel*

Adalah hotel yang ditujukan bagi keluarga.

b. *Bussines hotel*

Adalah hotel yang dituiukan bagi para pengusaha.

c. *Tourist hotel*

Adalah hotel yang ditujukan bagi para turis.

d. *Transit hotel*

Adalah hotel yang ditujukan bagi para tamu yang singgah sementara.

3. Media Promosi

Promosi merupakan sebuah aktifitas komunikasi yang bertujuan untuk memperlancar arus produk servis atau ide tertentu pada sebuah saluran distribusi. Media promosi itu ada berbagai macam yang kemudian dikenal dengan istilah bauran promosi atau promotional mix, yang terdiri dari 5 macam (Kotler, 1995;704)

- a. Publisitas dan Hubungan Masyarakat adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya.
 - b. Pemasaran Langsung adalah penggunaan surat, telephone, dan alat penghubung non personal lainnya untuk berkomunikasi dengan atau mendapatkan respon dari pelanggan dan calon pelanggan tertentu.
 - c. Penjualan Personal adalah interaksi langsung antara satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.
 - d. Periklanan adalah semua bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang/jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran.
 - e. Promosi Penjualan adalah insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau pembelian produk/jasa.
4. Media Periklanan

Unsur periklanan masuk kedalam elemen promosi. Pengiklan terdiri dari semua kegiatan yang terlibat dalam penyajian suatu pesan yang non personal, disuarakan atau visual dan di biayai secara terbuka untuk suatu produk, jasa. atau ide. Pesan ini disebut iklan disiarkan lewat media. (Stanton,1984:186)

- a. Fungsi Periklanan
 - 1) Memberikan informasi
 - 2) Membujuk atau mempengaruhi

- 3) Menciptakan kesan
- 4) Memuaskan keinginan
- 5) Sebagai alat komunikasi

b. Definisi Periklanan

Definisi Periklanan menurut Institut Periklanan (dalam Jefkins,1996;5) *“Periklanan adalah pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada para calon pembeli yang potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya semurah-murahnya”*

Definisi Periklanan menurut Nickels (dalam Swastha,1996;245) *“Periklanan adalah komunikasi non individu dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba, serta individu-individu”*

c. Media periklanan secara garis besar dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Media Lini Atas

Merupakan jenis media periklanan yang menggunakan pembayaran komisi kepada pihak yang telah di tunjuk.

Yang termasuk media lini atas adalah:

- a) Media pers: surat kabar, majalah
- b) Media elektronik: TV, radio
- c) Bioskop
- d) Iklan luar ruang: spanduk, baliho

2) Media Lini Bawah

Merupakan jenis media periklanan yang tidak menggunakan pembayaran komisi.

Yang merupakan media lini bawah:

- a) Brosur

- b) Pamlet
- c) Stiker

5. Tujuan Periklanan

Tujuan periklanan yang dikemukakan oleh Swastha (1996:252) dapat dikelompokkan menjadi 8 macam, yaitu:

- a. Mendukung program personal selling dan mencapai kegiatan promosi yang lain.
- b. Mencapai organisasi-organisasi yang tidak dapat dicapai oleh tenaga penjualan atau salesman dalam jangka waktu tertentu
- c. Mengadakan hubungan dengan para penyalur, misalnya dengan mencantumkan nama dan alamatnya.
- d. Memasuki daerah pemasaran baru atau menarik langganan baru
- e. Memperkenalkan produk baru
- f. Menambah penjualan industri
- g. Mencegah timbulnya barang-barang tiruan
- h. Memperbaiki reputasi perusahaan dengan memberikan pelayanan umum melalui periklanan.

6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Media Periklanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam pemilihan media periklanan yang dikemukakan oleh Swastha (1996;253-256) adalah:

a. Tujuan Periklanan

Dari berbagai tujuan periklanan yang ada, misalnya hotel Sukowati, Ngawi Jawa-Timur ingin memasuki daerah

pemasaran yang baru dengan menarik pelanggan baru. Untuk itu hotel Sukowati Ngawi, Jawa-Timur menggunakan radio, brosur, famlet, spanduk, papan nama dan surat kabar sebagai media periklanannya.

b. Sirkulasi Media

Sirkulasi yang digunakan harus sesuai atau seluas pola distribusi produknya, baik distribusi geografis, maupun distribusi pada segmen pasar yang dituju. Apabila produknya hanya meliputi daerah lokal saja, maka yang digunakan cukup dengan media yang mencakup sirkulasi daerah sekitarnya.

c. Keperluan Berita

Ada beberapa produk yang periklanannya disertai dengan gambar maupun tulisan. Untuk itu perusahaan bisa menggunakan radio, brosur, famlet, spanduk, baliho dan katalog sebagai media periklanannya.

d. Waktu dan Tempat Dimana Keputusan Dibuat

Sering terjadi setelah seseorang melihat sebuah iklan dalam waktu jangka pendek mengambil keputusan untuk membeli. Keputusan membeli itu tidak hanya dilakukan dirumah saja, tetapi bisa terjadi dijalan, ditempat wisata, ataupun ditempat kerja.

e. Biaya Iklan

Pertimbangan biaya ini dihubungkan dengan jumlah dana

yang tersedia dan sirkulasi media iklan yang digunakan. Makin luas sirkulasi media yang digunakan, makin tinggi pula biaya pemasangan iklannya.

Bagian dari biaya iklan antara lain:

1) Biaya iklan perseribu (Cost per thousand)

Biaya perseribu dapat dihitung untuk media apa saja, untuk setiap kelompok demografis dan untuk jumlah biaya. Biaya perseribu dengan mudah menunjukkan biaya relatif dari suatu media dibandingkan dengan media lainnya.

2) Biaya per rating point

Biaya per rating point adalah biaya pembelian suatu rating point dalam media siar. Fungsi utama dari biaya rating point adalah untuk memperkirakan jumlah biaya dari jadwal TV atau radio yang direncanakan dalam suatu pasar atau secara nasional.

f. Kerjasama dan Bantuan Promosi yang Ditawarkan oleh Media

Perusahaan lebih condong untuk media iklan yang bersedia untuk mengadakan kerjasama dengan baik.

g. Karakteristik Media

1) Radio

- a) Jangkauannya luas
- b) Informasinya lebih lengkap

2) Brosur

- a) Berukuran Kecil
- b) Sifatnya fleksibel (mudah ditekuk/dilipat)
- c) Tersedia dalam berbagai macam jenis dan ukuran

3) Famlet

- a) Berukuran sedang
- b) Bersifat tidak fleksibel (tidak mudah ditekuk/dilipat)
- c) Terbuat dari kertas yang agak kasar
- d) Tersedia dalam berbagai macam jenis dan ukuran kertas

4) Spanduk

- a) Terbuat dari kain
- b) Tersedia dalam berbagai bentuk dan ukuran kain
- c) Pesan yang disampaikan singkat

5) Papan nama

- a) Berukuran besar
- b) Terbuat dari papan
- c) Warnanya lebih mencolok

6) Surat Kabar

- a) Jangkauannya luas
- b) Pada umumnya kertas yang digunakan adalah kertas buram

h. Kelebihan dan Kelemahan Media Iklan

1) Radio

- a) Kelebihan

- Ketajaman penetrasi
- Program siaran radio bisa 24 jam non stop
- Penggunaan suara, manusia dan musik merupakan sarana iklan yang hidup
- Tidak memerlukan perhatian terfokus
- Merupakan teman setia

b) Kelemahan

- Tidak semua orang mendengar
- Biaya relatif mahal

2) Brosur

a) Kelebihan

- Mudah dibawa kemana-mana, bisa disimpan, bisa dibaca kapan saja dan tidak terikat oleh waktu
- Informasi yang disajikan lengkap
- Tahan terhadap cuaca

b) Kelemahan

- Biaya relatif mahal
- Jangkauannya kurang luas

3) Pamflet

a) Kelebihan

- Sebagai sarana untuk event-event tertentu
- Sebagai sarana untuk menarik perhatian khalayak umum

b) Kelemahan

- Tidak memberikan informasi tentang produk yang dijual
- Hanya mampu menjangkau masyarakat sekitar saja

4) Spanduk

a) Kelebihan

- Mampu membenarkan ukuran yang sesuai dengan tuntutan pesan iklannya
- Mempunyai kesinambungan dalam menyampaikan pesan sesuai tuntutan strategi periklanan perusahaan
- Mampu menyajikan tata rupa yang diinginkan saat pesan iklan disampaikan.
- Mampu menjangkau khalayak sasaran yang bersifat lokal, artinya, mampu menjangkau masyarakat sekitar

b) Kelemahan

- Tidak mampu memuat banyak pesan sekaligus
- Kurang konsentrasi penonton untuk mengingat pesan iklan karena melihatnya sambil lalu saja.
- Rentan terhadap cuaca

5) Papan nama

a) Kelebihan

- Mampu memberikan ukuran yang sesuai dengan tuntutan pesan iklannya.

- Mempunyai kesinambungan dalam menyampaikan iklan sesuai tuntutan strategi periklanan perusahaan.
- Mampu menyajikan tata warna yang diinginkan saat pesan iklan disampaikan.
- Mampu menjangkau khalayak sasaran yang bersifat lokal, artinya mampu menjangkau masyarakat sekitar.

b) Kelemahan

- Tidak mampu memuat banyak pesan sekaligus.
- Kurang konsentrasi penonton untuk mengingat pesan iklan karena melihatnya sambil lalu saja.
- Rentan terhadap cuaca

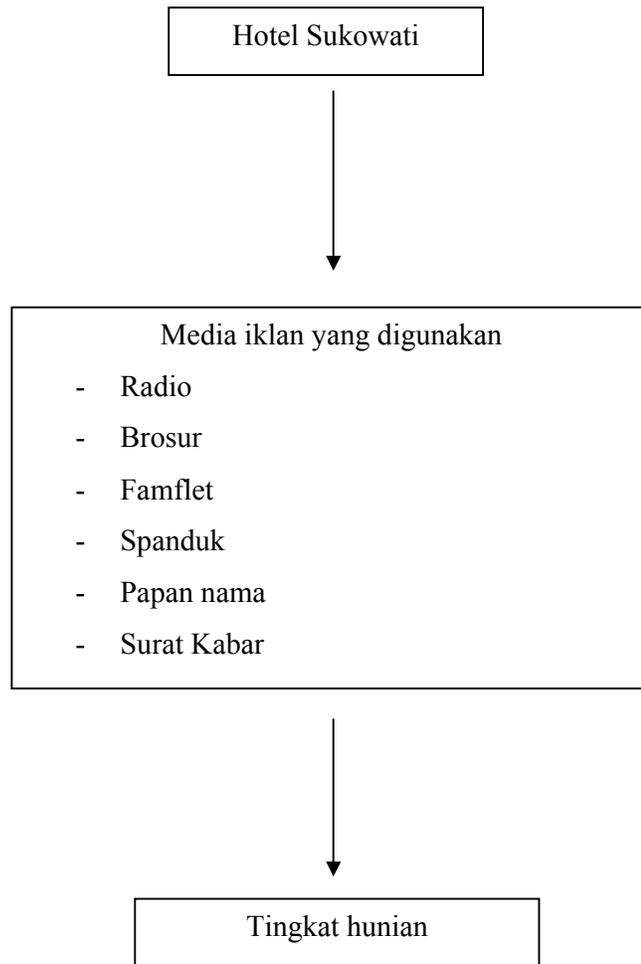
6) Surat Kabar

a) Kelebihan

- Kedalaman liputan pemberitaan dan ketepatan koran dalam memberikan laporan.
- Variasi subyek yang diliput koran bersifat umum

b) Kelemahannya

- Masa hidup relatif singkat
- Merupakan medium pasif karena orang harus membaca
- Merupakan medium statis karena tidak memiliki kesan hidup.
- Kesalahan cetak dan salah penempatan ruang iklan.



Gambar 2.1

KERANGKA PEMIKIRAN

Keterangan :

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, hotel Sukowati menggunakan media periklanan sebagai alat promosinya. Media periklanan yang digunakan oleh hotel Sukowati Ngawi adalah melalui radio, brosur, famflet, spanduk, papan nama dan surat kabar. Media periklanan melalui radio ini, hotel Sukowati bekerja sama dengan radio Canbakala yang ditujukan untuk menjangkau masyarakat Ngawi dan sekitarnya. Menggunakan brosur yang diletakkan ditempat-tempat strategis seperti Rumah Makan, lobi hotel dan agen trevel. Famflet diletakkan di tempat-tempat strategis seperti Rumah Makan, lobi hotel dan agen trevel. Papan nama dipasang di batas kota ini diharapkan ketika orang akan masuk ke kota ngawi dapat membaca lalu menginap di hotel Sukowati. Media periklanan yang digunakan Hotel Sukowati ini ditujukan untuk meningkatkan tingkat hunian kamar yang tersedia.

BAB III

DISKRIPSI OBJEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Sebelum Hotel Sukowati berdiri, awalnya masih berupa tanah kosong dan area persawahan, yang kemudian tanah dibuat lapangan. Setelah dijadikan lapangan kemudian tanah tersebut dibeli oleh orang Bali yang rencananya akan dibuat sebuah Hotel. Pembeli tanah yang berasal dari pulau Dewata tersebut tidak lain adalah Bp Nyoman Sukenada, sedangkan istrinya bernama Ny. Nilo Supeni. Kemudian pada tahun 1989 tepatnya pada tanggal 28 Desember dimulai pembangunan hotel berkelas Melati oleh Bapak Nyoman Sukenda yang kemudian diberi nama "Hotel Aldian".

Pada tahun 1995 Hotel Aldian pemiliknya dijual kepada Bp. Prof Dr (HC) H. Sabar Broto Suhardjo seorang pengusaha yang bergerak di bidang usaha perhotelan dan SPBU dari Surakarta Jawa Tengah. Karena ganti pemilik, maka hotel Aldian namanya diganti dengan nama menjadi "Hotel Aldian".

Sekarang Hotel Sukowati setelah menjadi Hotel Berbintang, oleh karena itu Management Hotel melakukan evaluasi guna kemajuan atau perkembangan yang baik, terutama dalam bidang kebersihan, keindahan,

ketenangan dan keamanan. Sehingga tamu yang menginap akan senang dan nyaman.

Pada saat ini Hotel Sukowati beroperasi dengan jumlah total kamar 56 kamar yang terdiri dari atas:

Deluxe	1 kamar
Jr. Deluxe	2 kamar
Motel	8 kamar
Superior	15 kamar
Jr. Superior	12 kamar
Standart	15 kamar
Jr. Standard	3 kamar

Mengingat pemilik hotel dan semua karyawan Hotel Sukowati sangat mementingkan mutu pelayanan demi kemajuan hotel Sukowati, serta ditunjang Fasilitas, sarana dan pra sarana yang lengkap maka Hotel Sukowati merupakan stu-satunya Hotel Berbintang yang ada dikota Ngawi.

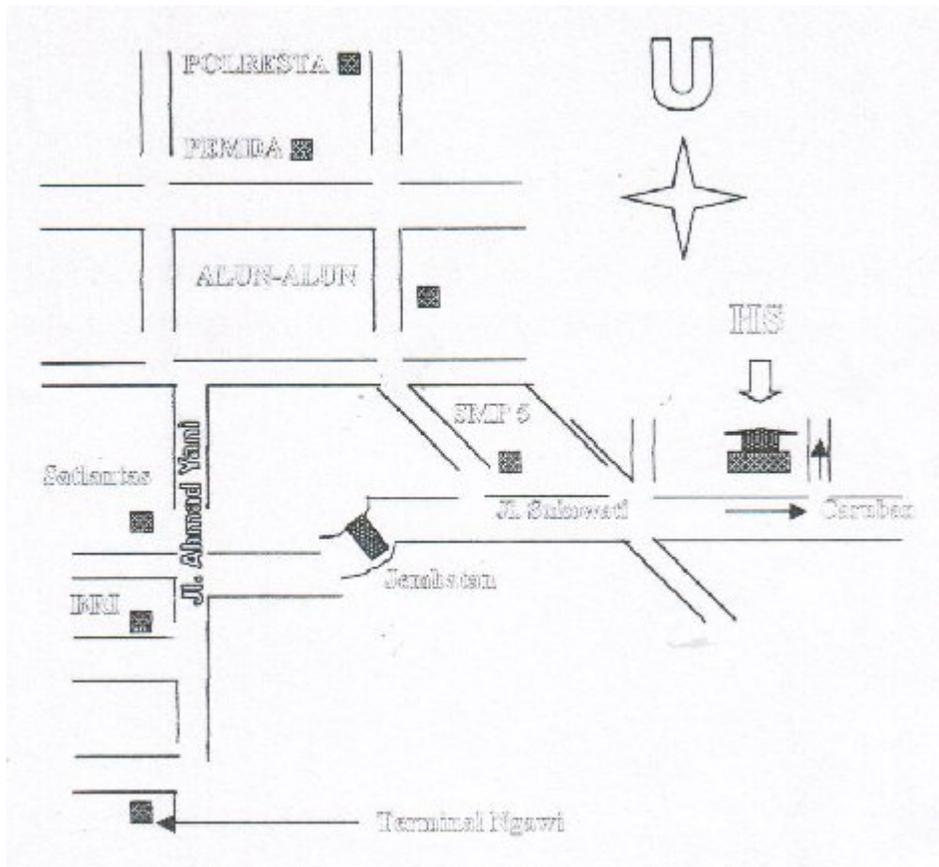
2. Lokasi Perusahaan

Hotel Sukowati ini berlokasi di Jl Raya Sukowati no 81 Ngawi luas bangunan dari hotel Sukowati ini adalah 4500 m2. Hotel ini sangat strategis karena berlokasi dipinggir jalan raya.

Berikut adalah denah lokasi Hotel Sukowati

Gambar 3.1

Denah Lokasi Hotel Sukowati



3. VISI dan MISI Hotel Sukowati

VISI : Memberikan kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan kepada tamu

MISI : 1. Siap memajukan dan meningkatkan kualitas hotel
2. Siap bersaing menghadapi globalisasi dunia

4. Tujuan Pendirian Hotel Sukowati

Hotel Sukowati didirikan dengan tujuan antara lain:

- a. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan tempat penginapan
- b. Mendapatkan keuntungan yang maksimal
- c. Membantu pemerintah dalam penyediaan lapangan kerja
- d. Membantu pemerintah dalam sektor pariwisata
- e. Menambah pendapatan dan devisa negara

5. Struktur Organisasi Perusahaan

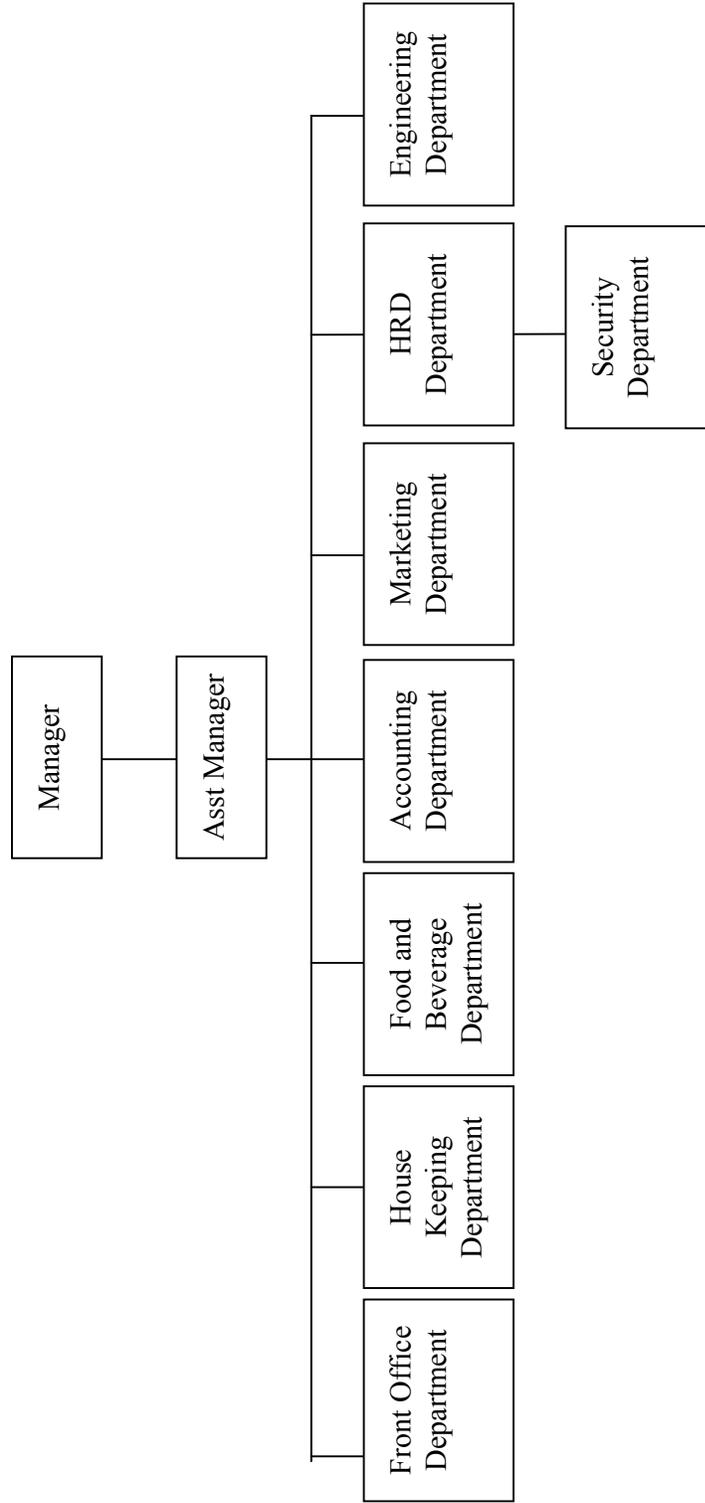
Perusahaan adalah di dalam mencapai tujuannya memerlukan suatu organisasi yang baik. Dengan organisasi yang baik, maka usaha yang dilaksanakan akan menjadi efisien dan efektif. Dengan struktur organisasi yang jelas, dalam perusahaan maka karyawan akan mengetahui tugas dan tanggung jawab serta wewenang di perusahaan.

Untuk struktur organisasi di Hotel Sukowati mempergunakan struktur organisasi bentuk garis, di mana setiap atasan memiliki sejumlah bawahan tertentu yang masing-masing memberi pertanggungjawaban atas pelaksanaan

kerja kepada masing-masing atasannya, sehingga menimbulkan rasa solidaritas yang tinggi.

Bentuk keterangan ini lebih jelas tentang tugas dan tanggungjawab masing-masing jenjang jabatan dalam departemen, yaitu:

Gambar 3.2
Struktur Organisasi Hotel Sukowati Ngawi
Jawa-Timur



Sumber Hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur

TUGAS DARI MASING-MASING DEPARTEMEN ADALAH:

a. Manager

Tugas-tugas dari Manager adalah sebagai berikut:

- 1) Menyambut dan menerima tamu terutama para pejabat atau rombongan.
- 2) Memeriksa kelengkapan fasilitas atau sarana agar tetap dalam kondisi yang baik.
- 3) Mengawasi penampilan karyawan agar tetap mempunyai citra yang baik.
- 4) Mengawasi dan memeriksa karyawan yang sedang bertugas.
- 5) Mengadakan rapat harian, mingguan, bulanan, tahunan.

b. Asst. Manager

- 1) Mewakili Manager sewaktu Manager tidak ada di tempat.
- 2) Memeriksa kelengkapan fasilitas atau sarana agar tetap dalam kondisi yang baik.
- 3) Tidak menciptakan Dualisme kepemimpinan.
- 4) Menyambut dan menerima tamu terutama para pejabat atau rombongan.
- 5) Melakukan penawaran ke instansi atau swasta lewat surat dan media.

c. Accounting Manager

- 1) Membuat laporan keuangan hotel setiap 1 bulan sekali.
- 2) Mengontrol jumlah pengaturan hotel obor tidak melebihi standart yang ditentukan.
- 3) Mengeluarkan uang untuk keperluan operasional Hotel.
- 4) Menghitung dan membagikan gaji karyawan.

d. Front Office Department

Tugas-tugas dari front office dept:

- 1) Menjual akomodasi hotel
- 2) Menyambut dan mendata tamu yang akan check in (atau melayani pemesanan kamar)
- 3) Menangani semua surat yang masuk dan keluar hotel
- 4) Menangani fasilitas komunikasi
- 5) Membuat log book untuk dilakukan kepada manager

e. Food and Beverage Dept.

- 1) Penyediaan makanan dan minuman sesuai dengan tingkat hunian kamar
- 2) Membuat dan menyajikan makanan untuk tamu hotel.
- 3) Memberikan pelayanan kamar ke kamar (room service)
- 4) Mencatat dan membeli stock minibar dan restaurant setiap hari
- 5) Membuat log book untuk dilaporkan ke Manager.

f. Engineering Dept

Tugas-tugas dari engineering dept

- 1) Bertanggungjawab atas semua peralatan yang berhubungan dengan listrik.
- 2) Mempersiapkan peralatan untuk acara-acara yang berlangsung di hotel.
- 3) Penanganan working order sehubungan dengan kerusakan yang terjadi di hotel.
- 4) Merawat alat-alat hotel yang berhubungan dengan tugas dan tanggung jawabnya.
- 5) Membuat log book untuk dilaporkan kepada manager.

g. Security Dept

Tugas-tugas dari security dept

- 1) Bertanggungjawab atas keamanan dan kenyamanan di lingkungan hotel
- 2) Mencatat nomor kendaraan tamu yang menginap di hotel
- 3) Bertanggungjawab atas parkir kendaraan tamu
- 4) Selalu mengontrol/ mengecek keamanan area hotel
- 5) Membuat laporan juga untuk dilaporkan kepada Manager

h. House Keeping Dept

Tugas-tugas dari House Keeping Dept

- 1) Bertanggungjawab atas kedatangan dan keberangkatan tamu
- 2) Memberikan pelayanan kepada tamu dengan sebaik-baiknya
- 3) Bertanggungjawab atas kebersihan kamar dan lingkungan hotel
- 4) Senantiasa menjaga penampilan dan kebersihan badan serta pakaian
- 5) Membuat log book untuk dilaporkan kepada Manager

6. Struktur Organisasi Perusahaan

a. Fasilitas

Hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan, hidangan, serta fasilitas lain yang bersifat menyenangkan, menghibur dan dikelola secara komersial.

1) Fasilitas Fisik

Fasilitas fisik meliputi: Restourant, kamar, tempat tidur, front office, tempat parkir, gudang.

2) Fasilitas Operasional

Fasilitas operasional meliputi: organisasi, tenaga kerja, keamanan, pelayanan makanan dan minuman, laundry, asuransi jasa raharja.

Tabel 3.1

Daftar Harga Kamar Hotel Sukowati

Jl. Raya Sukowati No. 81 Ngawi, Jawa-Timur

Type Kamar	Jumlah Kamar	Harga
Deluxe	1	338.000
Junior Deluxe	2	286.000
Motel	8	220.000
Superior	15	135.000
Junior Superior	12	115.000
Standard	15	100.000
Junior Standard	3	76.000
Ekstra Bed	-	45.000

Sumber: Hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur

b. Jasa-Jasa

Adapun jasa-jasa yang ditawarkan oleh Hotel Sukowati dan fasilitas yang tersedia adalah:

1) Kamar

Kamar yang tersedia di Hotel Sukowati dan fasilitas yang tersedia sebanyak 56 kamar tidur terdiri dari:

- a) AC
- b) Telephone
- c) Music
- d) Televisi
- e) Bath Tub
- f) Shower
- g) Makan pagi atau siang
- h) Mini Refrigerator

2) Restaurant

Restaurant ini dikelola oleh Hotel Sukowati dan buka selama 16 jam mulai pukul 16.00 – 22.00 WIB. Restaurant juga bias digunakan untuk penjamuan pesta, jamuan makan atau minum dan pertemuan lainnya.

3) Laundry

Jasa Hotel yang menambah pemasukan hotel dan menambah nilai terhadap hotel, karena dengan adanya jasa laundry ini tamu hotel tidak perlu bersusah payah mencari jasa laundry di luar hotel dan kenyamanan tinggal di hotel meningkat.

4) Lobby

Digunakan untuk duduk para tamu, khususnya untuk para tamu yang menunggu jemputan dll.

5) Ruang Meeting

Ruang meeting ini berguna untuk mengadakan pertemuan-pertemuan dengan kapasitas 400 orang.

Hotel Sukowati juga menyediakan paket meeting yang terdiri dari:

a) Paket A Rp. 65.000,- /Paks

Lunch/Dinner + Air Putih

Coffe Break 2 x (3 macam Snack Coffe + Teh)

OHP + Screen

White Board + Board Marker

Wireless + Mix

Pemakaian Meeting Room + AC / 5 jam

Minimal peserta 50 orang

b) Paket B Rp. 68.000,-/Paks

Lunch / Dinner + Air Putih

Coffe Break 2 x (3 macam Snack Coffe + Teh)

OHP + Screen

White Board + Board Marker

Wireless + Mix

Pemakaian Meeting Room + AC / 5 jam

Minimal peserta 30 orang

c) Paket C Rp. 120.000,-/Paks

Menginap 1 (satu malam)

Lunch/Dinner + Air Putih

Coffe Break 2 x (3 macam Snack Coffe + Teh)

OHP + Screen

White Board + Board Marker

Wireless + Mix

Pemakaian Meeting Room + AC / 5 jam

Minimal peserta 50 orang.

d) Paket D Rp. 97.000,-/Paks

Menginap 1 (satu) malam

Lunch/Dinner + Air Putih

Coffe Break 2 x (3 macam Snack Coffe + Teh)

OHP + Screen

White Board + Board Marker

Wireless + Mix

Pemakaian Meeting Room + AC / jam

Minimal peserta 50 orang

e) Paket E Rp. 116.000,- / Paks

Menginap 1 (satu) malam

Lunch / Dinner + Air Putih

Coffe Break 3 x (3 macam Snack Coffe + Teh)

OHP + Screen

White Board + Board Marker

Wireless + Mix

Pemakaian Meeting Room + AC / 5 jam

Minimal peserta 70 orang

f) Paket F Rp. 124.000,- / Paks

Menginap 1 (satu) malam

Lunch / Dinner + Air Putih

Coffe Break 3 x (3 macam Snack Coffe + Teh)

OHP + Screen

White Board + Board Marker

Wireless + Mix

Pemakaian Meeting Room + AC / 8 jam

Minimal peserta 50 orang

7. Personalia

a. Jumlah karyawan

Pada saat ini hotel Sukowati memiliki karyawan berjumlah 40 orang. Karyawan tersebut bekerja sesuai dengan bidang dan jabatan. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat di tabel:

Tabel 3.2
Perinci jumlah karyawan yang bekerja pada
Hotel Sukowati Ngawi Jawa-Timur
Tahun 2005

No.	Jabatan	Karyawan		Jumlah
		Pria	Wanita	
1.	Manager	1	-	1
2.	Ass. Manager & Marketing Exc.	-	1	1
3.	Supervisor	1	2	3
4.	Receptionist	3	2	5
5.	Accounting	3	-	3
6.	House Keeping	10	3	13
7.	Food & Beverage	4	5	9
8.	Engineering	2	-	2
9.	Security	3	-	3
	Jumlah Karyawan	27	13	40

Sumber: Hotel Sukowati Ngawi Jawa-Timur

b. Sistem Kerja

Hotel Sukowati mempunyai hari kerja yaitu senin sampai dengan minggu dengan menggunakan sistem kerja yaitu:

Shift Pagi mulai pukul 07.00 WIB – 15.00 WIB

Shift Siang mulai pukul 15.00 WIB – 23.00 WIB

c. Shift Malam mulai pukul 23.00 WIB – 07.00 WIB

Hotel Sukowati juga memberikan jam istirahat bagi karyawannya tetapi mempunyai peraturan khusus karena sewaktu-waktu karyawan tersebut dibutuhkan untuk melayani tamu.

d. Pengupahan dan Penggajian

Mengenai besarnya upah yang diberikan untuk tiap-tiap karyawan berbeda-beda berdasarkan golongan atau jabatan. Adapun pemberian gaji karyawan pada Hotel Sukowati diberikan tiap bulan dengan mengacu pada UMR (Upah Minimum Regional) yang merupakan gaji pokok. Disamping gaji pokok tersebut karyawan juga menerima bonus.

e. Kesejahteraan Karyawan

Hotel Sukowati juga memberikan kesejahteraan bagi karyawan yang terdiri dari:

1) Asuransi Tenaga Kerja

Yang bertujuan untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi bagi tenaga kerja pada saat mengalami resiko kecelakaan guna menciptakan ketenangan kerja dan yang berhak menerima adalah setiap karyawan yang bekerja pada Hotel Sukowati.

2) Jaminan Makan dan Minum

Makan dan minum diberikan 2 kali dalam sehari selain itu karyawan juga diberikan kebebasan untuk mengambil minum sendiri.

3) Ijin / cuti

Ijin / cuti diberikan untuk karyawan yang ingin menikah, ada keperluan keluarga dan cuti hamil. Ijin diberikan 1 minggu dalam setahun, terkecuali cuti hamil.

8. KEGIATAN PERIKLANAN

Periklanan merupakan salah satu alat penting yang digunakan perusahaan untuk melancarkan komunikasi terhadap pengunjung dan masyarakat yang ditargetkan. Arti penting periklanan adalah periklanan dapat menambah informasi pada suatu penawaran produk atau jasa. Periklanan dapat digunakan sebagai alat untuk membujuk masyarakat agar mencoba untuk menginap di hotel Sukowati.

Media periklanan yang digunakan oleh hotel Sukowati adalah:

a. Surat kabar

Hotel Sukowati menggunakan media periklanan surat kabar untuk menjangkau wilayah Ngawi dan sekitarnya. Hotel Sukowati ini menggunakan surat kabar Jawa Pos.

b. Radio

Hotel Sukowati bekerja sama dengan radio Canbakala untuk bisa menjangkau pendengar di wilayah Ngawi dan sekitarnya.

c. Papan nama

Papan nama hotel Sukowati dipasang dilokasi-lokasi strategis. Papan nama dipasang dibatas kota yang akan masuk ke kota Ngawi.

d. Spanduk

Spanduk dipasang di wilayah-wilayah yang strategis seperti alun-alun terminal dan agent trevel.

e. Brosur

Brosur dipasang ditempat-tempat yang strategis seperti rumah makan, lobi hotel dan agent trevel.

f. Famlet

Famlet dipasang ditempat-tempat yang strategis seperti rumah makan, lobi hotel dan agent trevel.

B. ANALISIS DATA

Hotel Sukowati merupakan salah satu badan usaha yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan. Produk utama yang dihasilkan oleh hotel Sukowati berupa sewa kamar dan fasilitas-fasilitas penunjang seperti restorant, meeting room dan lain-lain. Dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan yang bergerak di bidang usaha sejenis, hotel Sukowati mempertimbangkan faktor-faktor yaitu :

1. Tujuan Periklanan

Tujuan dari diadakan periklanan oleh hotel Sukowati ini antara lain :

- a. Untuk memperkenalkan produk jasa hotel Sukowati kepada konsumen.
- b. Untuk menarik konsumen agar tertarik pada hotel Sukowati
- c. Untuk membujuk konsumen agar mau mencoba produk jasa hotel Sukowati.

Berdasarkan tujuan tersebut, maka dipilihlah surat kabar, radio, famlet. Brosur, papan nama, spanduk sebagai media periklanannya.

2. Sirkulasi Media iklan

Hotel Sukowati ini berada di kota Ngawi. Untuk menjangkau masyarakat Ngawi dan sekitarnya, hotel Sukowati menggunakan media periklanan radio, brosur, famlet dan spanduk dan papan nama

Sedangkan untuk wilayah di luar Ngawi hotel Sukowati menggunakan surat kabar sebagai media periklanannya. Surat kabar ini mampu mencakup masyarakat yang berada di kota Ngawi maupun di luar kota Ngawi.

3. Keperluan Berita

Hotel Sukowati dalam membuat iklan menekankan pada fasilitas dan harga kamar.

4. Waktu dan tempat dimana Keputusan Membeli dibuat

Iklan luar ruang yang dipasang pada media periklanan tersebut hanya berlangsung dalam jangka pendek, sehingga agar informasi yang dipasang ditempat yang lokasinya strategis yang sering dilewati orang.

Dalam hal ini hotel Sukowati menggunakan media periklanan spanduk dan papan nama agar orang yang melihat di jalan tertarik dengan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh hotel Sukowati dalam beriklan.

5. Biaya Iklan

Biaya iklan yang dikeluarkan oleh Hotel Sukowati selama periode lima tahun pada tahun 2000-2004 penulis sampaikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Biaya Iklan Hotel Sukowati Jawa – Timur

Tahun 1999 – 2003

Tahun	Media Periklanan						Total Biaya Iklan
	Radio	Surat Kabar	Papan Nama	Spanduk	Brosur	Famlet	
1999	875.000	560.000	737.000	390.000	390.000	268.000	3.220.000
2000	895.000	560.000	785.000	405.000	395.000	268.000	3.305.000
2001	1.045.000	595.000	650.000	540.000	315.000	268.000	3.431.000
2002	1.120.000	725.000	805.000	465.000	450.000	400.000	3.965.000
2003	1.330.000	850.000	860.000	790.000	565.000	405.000	4.800.000

Sumber : Hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur

Keterangan :

Dari tabel 3.3 di atas menunjukkan bahwa total biaya iklan pada tahun 1999 adalah sebesar Rp. 3.220.000. Untuk total biaya iklan pada tahun 1999 sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada tahun 2000. Total biaya iklan pada tahun 2000 adalah sebesar Rp. 3.305.000. Untuk total biaya iklan pada tahun 2000 sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada tahun 2001. Total biaya iklan pada tahun 2001 adalah sebesar Rp. 3.431.000. Total biaya iklan pada tahun 2001 sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada tahun 2002. Total biaya iklan untuk tahun 2002 adalah sebesar Rp. 3.965.000. Total biaya iklan pada tahun 2002 sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada tahun 2003. Total biaya iklan untuk tahun 2003 adalah sebesar Rp.

4.800.000. Total biaya iklan untuk tahun 2003 sangat berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada tahun 2004. Dari tahun 2000 sampai tahun 2004 hotel Sukowati selalu meningkatkan jumlah biaya iklan. Hal ini ditujukan agar meningkatkan tingkat hunian kamar pada hotel Sukowati.

6. Kerjasama dan bantuan Promosi yang ditawarkan Media Iklan Sukowati juga mempertimbangkan kerjasama dan bantuan kerjasama yang dilakukan hotel Sukowati dengan pihak lain berupa kerjasama Semi barter. Kerjasama semi barter adalah Jenis kerjasama yang dilakukan hotel Sukowati dengan pihak lain dimana kedua belah pihak saling menguntungkan tetapi tidak membayar penuh pada hotel Sukowati hanya sebagian saja tergantung kesepakatan. Dalam kerjasama ini hotel Sukowati bekerjasama dengan agen trevel dengan memberikan komisi 10 % dari setiap tamu yang menginap di hotel Sukowati.

7. Kelebihan dan kelemahan Media Iklan

Setiap media periklanan banyak sekali kelemahan dan kelebihan dari media tersebut kelebihan dan kelemahan media periklanan tersebut antara lain:

a. Radio

Hotel Sukowati bekerjasama dengan radio Canbakala untuk menjangkau masyarakat Ngawi dan sekitarnya. Kelebihan dari media ini adalah dapat menjangkau masyarakat ngawi dan sekitarnya, program siaran radio yang terus menerus selama hampir 24 jam. Sedangkan kelemahan dari media periklanan radio adalah biaya iklan yang dikeluarkan hotel Sukowati lebih banyak, Setiap orang belum tentu mendengar siaran radio.

b. Surat Kabar

Hotel Sukowati menggunakan surat kabar Jawa Pos untuk menjangkau masyarakat di kota Ngawi dan sekitarnya. Kelebihan dari media periklanan ini adalah surat kabar dapat dibaca berulang-ulang, banyak orang yang membaca. Sedangkan kelemahan dari media periklanan ini adalah jangka waktu untuk memuat iklan tersebut relatif singkat.

c. Papan nama

Papan nama dipasang dikota yang akan masuk kekota Ngawi. Kelebihan dari media ini adalah setiap orang yang akan masuk kekota Ngawi akan bisa membaca iklan tersebut, ukuran dari papan nama yang lumayan besar akan mampu menarik perhatian konsumen. Sedangkan kelemahan dari media ini adalah jika orang kurang konsentrasi maka melihatnya hanya sambilalu saja.

d. Spanduk

Spanduk dipasang ditempat yang strategis, misalnya terminal, alun-alun dan agent trevel. Kelebihan dari media ini adalah orang akan lebih fokus terhadap spanduk karena warna yang ada dalam spanduk lebih terang. Sedangkan kelemahan dari media ini jika cuaca tidak menentu spanduk akan lebih cepat rusak.

e. Brosur

Brosur dipasang ditempat-tempat strategis seperti rumah makan, agent trevel dan lobi hotel. Kelebihan dari media ini adalah brosur mudah dibawa kemana-mana, bisa disimpan, orang akan bisa membaca kapan saja dan tidak terikat oleh waktu. Sedangkan kelemahan dari media ini

adalah jangkauan orang untuk membaca kurang luas, karena hanya diletakkan ditempat-tempat tertentu.

f. Famlet

Famlet di pasang ditempat-tempat strategis seperti rumah makan, agent trevel dan lobi hotel. Kelebihan dari media ini adalah tidak mudah terlipat karena terbuat dari kertas yang agak tebal. Sedangkan kelemahan media ini adalah hanya ditujukan untuk orang atau masyarakat tertentu saja.

Berdasarkan pertimbangan faktor-faktor dalam pemilihan media periklanan di atas maka hotel-hotel Sukowati Ngawi jawa Timur menggunakan beberapa media periklanan yaitu : Radio, Surat kabar, papan nama, spanduk, brosur dan famlet sebagai media periklanannya untuk meningkatkan tingkat hunian kamar.

C. PEMBAHASAN

1. Tingkat hunian kamar berdasar tipe kamar

Dari beberapa media periklanan yang digunakan oleh hotel Sukowati yaitu Radio, surat kabar, papan nama, spanduk, brosur dan famlet. Dari media periklanan tersebut penulis ingin mengetahui penggunaan media periklanan yang paling efektif. Untuk mengetahui penggunaan media periklanan yang paling efektif yang digunakan hotel Sukowati penulis membandingkan antara biaya iklan dengan tingkat hunian kamar dikali harga kamar selama 5 tahun. Tingkat hunian kamar berdasar tipe kamar

hotel Sukowati dari tahun 2000-2004 penulis sampaikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 4 diatas dapat dilihat bahwa tingkat hunian kamar berdasarkan tipe kamar adalah sebagai berikut:

☛ Tipe kamar Deluxe, karena pada tahun itu kegiatan periklanan belum dilakukan dengan baik seperti pada tahun yang akan datang. Untuk tipe kamar ini, tingkat hunian kamar yang terendah pada tahun 2000 mencapai 16,6%, tertinggi pada tahun 2004 mencapai 21,6%. Pada tahun ini hotel Sukowati bisa memperoleh prosentase yang tinggi karena periklanan yang dilakukan hotel Sukowati dilakukan lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya. Untuk tipe kamar Deluxe fasilitas yang ada di kamar antara lain dua tempat tidur yang sudah didekorasi, disebelah tempat tidur ada telepon, meja rias, almari pakaian, AC, TV 21 inci, 1 set kursi dan meja, meja kecil disediakan 2 gelas dan 2 air minum mineral, mini bar (kulkas kecil), kamar mandi menggunakan bath tub, dan shower, serta pelayanan laundry pakaian tamu. Tipe kamar ini yang paling luas diantara tipe-tipe kamar yang lain.

☛ **Tipe kamar Junior Deluxe**

Tipe kamar ini hampir sama dengan tipe kamar deluxe, hanya saja tipe kamar ini hanya mempunyai 1 tempat tidur (single bed). Pada tipe kamar ini tingkat hunian tinggi mencapai 16,25% yaitu pada tahun 2003. sedangkan tingkat hunian yang terendah pada tahun 2000 mencapai 14,1%. Pada tahun 2003 tingkat hunyannya bisa tinggi dikarenakan pada tahun 2003 saat itu wisatawan meningkat dan wisatawan yang didatangkan agent travel yang memilih menggunakan tipe kamar junior deluxe. Untuk tipe kamar ini fasilitas yang ada di dalam kamar antara lain satu tempat tidur yang sudah didekorasi

disebelah tempat tidur ada telephone, meja rias, almari pakaian, AC, TV 20 inci, satu set kursi dan meja, disediakan 2 gelas dan 2 air mineral, minibar, kamar mandi menggunakan bath tub dan shower, serta layanan laundry pakaian tamu.

✪ **Type Kamar Motel**

Untuk type kamar ini tingkat hunian tinggi pada tahun 2004 mencapai 13,4%. Hal ini disebabkan kegiatan periklanan yang sudah berjalan dan dilakukan dengan baik. Sedangkan tingkat hunian terendah pada tahun 2002 mencapai 11,2%. Tahun 2002 wisatawan hanya sedikit yang masuk ke daerah Ngawi dan sekitarnya. Untuk type kamar ini fasilitas yang ada di dalam kamar adalah tempat tidur, meja rias, almari pakaian, TV 20inci, satu set kursi dan meja, disediakan 2 gelas dan 2 air mineral, mini bar, kama mandi menggunakan bath tub dan shower, serta layanan loundry pakaian tamu.

✪ **Type Kamar Superior**

Untuk type kamar ini tingkat hunian kamar dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 relatif naik untuk tingkat hunian kamar terendah pada tahun 2000 mencapai 38,7% dan tingkat hunian kamar tertinggi pada tahun 2004 mencapai 41,3%. Untuk type kamar ini fasilitas yang tersedia di dalam kamar antara lain 2 tempa tidur, TV 14inci, meja rias, almari pakaian, satu set meja dan kursi, meja kecil diatasnya 2 gelas dan 2 air mineral, kamar mandi yang menggunakan bath tub dan shower, layanan loundry pakaian tamu.

❖ **Type Kamar Junior Superior**

Untuk type kamar ini tingkat hunian kamar dari tahun 2000 sampai tahun 2004 relatif naik untuk tingkat hunian kamar terendah pada tahun 2000 mencapai 15,8% dan tingkat hunian tertinggi pada tahun 2004 mencapai 17,5%. Fasilitas yang tersedia di dalam kamar antara lain. 1 tempat tidur, TV ukuran 14inci, meja rias, almari pakaian, satu set meja dan kursi, meja kecil di atasnya 2 gelas dan 2 air mineral. Kamar mandi menggunakan bath tub dan shower. Layanan laundry pakaian tamu.

❖ **Type Kamar Standard**

Untuk type kamar ini meskipun harganya rendah dibandingkan type kamar yang lain dan fasilitas yang ada di dalam juga kurang di banding dengan type kamar yang lain. Kebanyakan para tamu memilih type ini karena harganya yang terjangkau untuk kalangan menengah ke bawah. Untuk type kamar ini tingkat hunian terendah pada tahun 2000 mencapai 28%. Sedangkan tingkat tertinggi pada tahun 2004 mencapai 29%. Fasilitas yang ada di dalam kamar antara lain 2 tempat tidur, meja rias, almari pakaian, TV ukuran 14inci, kamar mandi menggunakan shower. Type kamar standard ini lebih sempit diantara type kamar yang lain.

❖ **Type Kamar Junior standard**

Untuk type kamar ini harganya yang paling rendah di banding type kamar yang lain, fasilitas juga kurang di banding dengan type kamar yang lain. Para tamu memilih kamar ini karena harganya relatif murah di banding type kamar yang lain. Untuk type kamar ini tingkat hunian kamar terendah pada tahun 2003

mencapai 58,1%. Sedangkan tingkat hunian tertinggi pada tahun 2004 mencapai 75,2%. Fasilitas yang ada di dalam kamar hampir sama dengan type kamar standard, hanya saja type kamar ini hanya menyediakan satu tempat tidur.

Tabel 3.4 diatas dapat dilihat bahwa permintaan tingkat hunian kamar pada motel sukowati selalu naik dari tahun 2000 sampai tahun 2004. Ini dikarenakan kegiatan periklanan dari tahun ke tahun dilakukan dengan baik dan benar. Untuk dapat meningkatkan tingkat hunian kamarnya pihak hotel harus melakukan promosi lebih baik lagi. Antara lain kerjasama dengan biro-biro perjalanan perlu ditingkatkan lagi agar dapat mencapai tingkat hunian kamar yang tinggi.

Setelah mengetahui tingkat hunian kamar berdasar type kamar, penulis akan menghitung tingkat hunian kamar dalam rupiah selama lima tahun berdasarkan type kamar. Sebelum itu penulis sajikan daftar harga kamar hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur sebagai berikut

Tabel 3.5

Datar Harga Kamar

Hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur

Type Kamar	Harga Kamar
Deluxe	Rp. 338.000
Junior Deluxe	Rp. 286.000
Motel	Rp. 220.000
Superior	Rp. 235.000
Junior Superior	Rp. 115.000
Standard	Rp. 100.000
Junior Standard	Rp. 76.000
Exstra Bed	Rp. 45.000

2. Tingkat Hunian Kamar Dikali Harga Kamar

Setelah melihat daftar harga kamar hotel Sukowati Ngawi penulis akan menghitung jumlah tingkat hunian kamar dalam rupiah selama lima tahun dari tahun 2000 sampai tahun 2004 yang akan penulis sajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.6

Tingkat hunian kamar dalam rupiah
 Pada hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur
 Tahun 2000 – 2004

Tahun /jenis kamar	2000	2001	2002	2003	2004
Deluxe	20.2840000	18.590.000	24.336.000	22.646.000	26.364.000
Junior Deluxe	32.890.000	30.888.000	33.462.000	29.172.000	31.460.000
Motel	72.820.000	76.340.000	70.840.000	78.540.000	84.920.000
Superior	497.025.000	492.325.000	524.520.000	518.175.000	523.345.000
Junior Superior	84.640.000	92.115.000	101.085.000	101.775.000	102.465.000
Standard	151.700.000	152.900.000	153.600.000	156.200.000	157.300.000
Junior Standard	59.625.000	16.340.000	60.528.000	47.100.000	60.975.000
Exstra Bed	9.135.000	8.235.000	12.195.000	7.785.000	4.770.000
Jumlah	928.115.000	919.988.000	957.798.000	946.673.000	953.789.000

Sumber Hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur

3. Uraian Perbandingan Antara Biaya Iklan dengan Tingkat Hunian Kamar Dikali Harga Kamar

Untuk mengetahui media periklanan pada tahun yang efektif maka penulis membandingkan antara biaya iklan dengan tingkat hunian kamar dalam rupiah selama lima tahun dari tahun 2000 sampai tahun 2004 pada hotel Sukowati. Berikut ini penulis uraikan rincian perbandingan biaya iklan dengan tingkat hunian kamar dalam rupiah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Tahun 2000} &= \frac{\text{Biaya Iklan}}{\text{tk. hunian kamar} \times \text{harga kamar}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp. 3.220.000}}{\text{Rp. 928.115.000}} \times 100\% \\
 &= 0,34 \%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Tahun 2001} &= \frac{\text{Biaya Iklan}}{\text{tk. hunian kamar} \times \text{harga kamar}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp. 3.305.000}}{\text{Rp. 919.088.000}} \times 100\% \\
 &= 0,35 \%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Tahun 2002} &= \frac{\text{Biaya Iklan}}{\text{tk. hunian kamar} \times \text{harga kamar}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp. 3.431.000}}{\text{Rp. 610.030.000}} \times 100\% \\
 &= 0,36 \%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Tahun 2003} &= \frac{\text{Biaya Iklan}}{\text{tk. hunian kamar} \times \text{harga kamar}} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Rp. 3.965.000}}{\text{Rp. 957.798.000}} \times 100\% \\
 &= 0,41 \%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{Tahun 2004} &= \frac{\text{Biaya Iklan}}{\text{tk. hunian kamar} \times \text{harga kamar}} \times 100\% \\
&= \frac{\text{Rp. 4.800.000}}{\text{Rp. 953.789.000}} \times 100\% \\
&= 0,50 \%
\end{aligned}$$

Dari uraian diatas penulis sajikan dalam bentuk tabel yang isinya tentang perbandingan biaya iklan dengan tingkat hunian kamar dalam rupiah selama lima tahun 2000 – 2004 sebagai berikut :

Tabel 3.7 Perbandingan Biaya Iklan dengan Tingkat Hunian Kamar X

Harga Kamar Hotel Sukowati Ngawi Jawa-Timur

Tahun 2000-2004

Tahun	Biaya Iklan	Tk. Hunian kamar (Rp)	Prosentase hasil perbandingan
2000	Rp. 3.220.000	Rp. 928.115.000	0,34 %
2001	Rp. 3.305.000	Rp. 919.988.000	0,35 %
2002	Rp. 3.431.000	Rp. 957.789.000	0,36 %
2003	Rp. 3.965.000	Rp. 946.673.000	0,41 %
2004	Rp. 4.800.000	Rp. 953.789.000	0,50 %

Sumber : Hotel Sukowati Ngawi Jawa Timur

Keterangan :

Dari tabel diatas hasil perbandingan antar biaya iklan dengan tingkat hunian kamar dikali harga kamar tahun 2000 sebesar 0,34 %. Pada tahun 2001 prosentase naik 0,1 % dibandingkan dengan tahun 2000 menjadi 0,35 %. Pada tahun 2002 prosentase naik 0,1 % dibandingkan tahun 2001 menjadi 0,36 %. Pada tahun 2003 prosentase meningkat 0,5 % dibandingkan tahun 2002 menjadi 0,41 %. Pada tahun 2004 prosentase meningkat 0,9 % dibandingkan tahun 2003 menjadi 0,50 %

Dari uraian diatas maka penulis dapat simpulkan bahwa tahun pada tingkat penggunaan media periklanan yang efektif adalah pada tahun 2000 dengan prosentase terkecil yaitu 0,34 %. Pada tahun 2000 prosentase perbandingannya yang paling kecil dibandingkan pada tahun yang lain.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Dalam memasarkan produk jasanya, hotel Sukowati Ngawi menggunakan berbagai sarana promosi, salah satunya melalui periklanan. Adapun media periklanan yang digunakan oleh hotel Sukowati adalah radio, surat kabar, brosur, spanduk, famlet dan papan nama
2. Dalam memilih media periklanan hotel Sukowati mempertimbangkan faktor-faktor :
 - a. Tujuan periklanan
 - b. Sirkulasi berita
 - c. Keperluan berita
 - d. Waktu dan tempat dimana keputusan membeli dibuat
 - e. Biaya iklan
 - f. Kerjasama dan bantuan promosi yang ditawarkan media iklan
3. Alasan hotel Sukowati menggunakan media iklan tersebut adalah sebagai berikut :
 - a. Radio
 - 1) Ketajaman penetrasi
 - 2) Program siaran radio bisa 24 jam nonstop
 - 3) Penggunaan suara manusia dan musik merupakan sarana iklan yang hidup
 - 4) Tidak memerlukan perhatian terfokus dan merupakan teman setia
 - b. Surat Kabar
 - 1) Kedalaman liputan pemberitaan dan ketepatan koran dalam memberikan laporan.
 - 2) Variasi subyek yang diliput koran bersifat umum
 - 3) Dapat dibaca berulang-ulang
 - 4) Mampu menjangkau masyarakat sekitar
 - c. Papan nama

- 1) Mampu memberikan ukuran yang sesuai dengan tuntutan pesan iklannya.
 - 2) Mempunyai kesinambungan dalam menyampaikan iklan sesuai strategi periklanan perusahaan
 - 3) Mampu menyajikan tata warna yang diinginkan saat pesan iklan disampaikan
 - 4) Mampu menjangkau masyarakat sekitar
- d. Spanduk
- 1) Mampu memberikan ukuran yang sesuai dengan tuntutan pesan iklannya
 - 2) Mempunyai kesinambungan dalam menyampaikan manfaat sesuai tuntutan strategi periklanan perusahaan
 - 3) Mampu menyajikan tata warna yang diinginkan saat pesan iklan disampaikan
- e. Brosur
- 1) Mudah dibawa kemana-mana
 - 2) Bisa disampaikan dan dibaca kapan saja
 - 3) Tidak terikat oleh waktu
 - 4) Informasi yang disajikan lengkap
 - 5) Tahan terhadap cuaca
- f. Pamlet
- 1) Sebagai sarana untuk event-event tertentu
 - 2) Sebagai sarana untuk menarik perhatian khalayak umum
4. Tahun yang paling efektif untuk penggunaan media periklanan yang digunakan hotel Sukowati dalam meningkatkan tingkat hunian kamar adalah pada tahun 2000 dengan presentase terkecil yaitu 252,7%

B. Saran

1. Dengan melihat persaingan yang ada sekarang ini, apalagi di Ngawi sekarang ini banyak dibangun hotel-hotel yang mewah, hotel Sukowati diharapkan untuk lebih dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan

kenyamanan tamu yang menginap, misalnya dengan meningkatkan keramahan karyawan dalam melayani tamu, karena suatu keramahan karyawan menjadi kunci utama dalam meningkatkan tamu atau pengunjung

2. Untuk kegiatan promosi, selain menyediakan paket meeting hotel Sukowati bisa saja menyediakan paket-paket pernikahan dan paket-paket ulang tahun dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat Ngawi dan sekitarnya mengingat selama ini hotel Sukowati hanya menyediakan tempatnya saja untuk disewakan dalam acara Pernikahan dan Ulang Tahun.
3. Biaya promosi setiap tahun agar lebih ditingkatkan mengingat dari tahun 2000 sampai 2004, dengan biaya promosi dari tahun ke tahun semakin meningkat diikuti dengan tingkat hunian kamar yang meningkat pula.

DAFTAR PUSTAKA

Dimiyati, Aan Surachlan; *Pengetahuan Dasar Perhotelan*; Kanisius; Yogyakarta

Jefkins, Frank; *Periklanan*; Erlangga; Jakarta; 1996

Kuncoro, Mudrajat; *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*; Erlangga; Jakarta; 2003.

Nazir, Moh; *Metode Penelitian*, Ghalia; Indonesia; 1988.

Stanton, William J; *Prinsip Pemasaran*; Erlangga; Jakarta; 1984

Swastha, Basu; *Azas-Azas Marketing*; Edisi; Liberti; Yogyakarta; 1996

Yoeti, Oka A; *Strategi Pemasaran Hotel*; PT Gramedia Pustaka Utama; Jakarta; 2001

Kotler, Philip; *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*; Terjemahan Anella Anitawati Hermawan SE, MBA, Salemba Empat; 1995.



HOTEL DAN RESTORAN SUKOWATI

Ngawi, 19 Maret 2005

Nomor : B / 14-SKWT/ III / 2005

Lampiran : -

Perihal : **Perijinan Penelitian Untuk Tugas Akhir**

Kepada

Yth Ibu. Dra. Salamah Wahyuni, SU
Dekan Fakultas Ekonomi UNS

di

SURAKARTA

1. Menunjuk Surat Ibu nomor : 294 / J27.L12 / PL.04.01 / 2005 pada tanggal 15 Maret 2005 tentang Permohonan Ijin Penelitian untuk Tugas Akhir di Hotel Sukowati Ngawi atas

Nama : ANNY BERI ASTUTY

NIM : F 3202010

Program studi : MANAJEMEN PEMASARAN

2. Sehubungan dengan hal tersebut, pada dasarnya kami terima / ijin.
3. Demikian untuk menjadikan perkara, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Manager


PUDIANTO

Tembusan :

1. Arsip

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : ANNY HERRI ASTUTY
Nomor Induk Mahasiswa : F3202010
Fakultas : Ekonomi Universitas Sebelas Maret
Jurusan / Program Studi : D3 MANAJEMEN PEMASARAN
Tempat, tanggal lahir : GROBOGAN 06 JULI 1984
Alamat rumah / no.telphone : Jl Karyawan No 3 Rt 03 Rw 04 GROBOGAN
Judul Tugas Akhir : PEMILIHAN MEDIA PERIKLAMAN PADA
HOTEL SUKOWATI NGAWI JAWA-TIMUR

Pembimbing Tugas Akhir : Dra. Sri Suwarsi M.K.

Dengan ini menyatakan bahwa :

- 1 Tugas Akhir yang saya susun merupakan hasil karya saya sendiri.
- 2 Apabila ternyata dikemudian hari diketahui bahwa Tugas Akhir yang saya susun tersebut terbukti merupakan hasil jiplakan / salinan / saduran karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa :
 - a. Sebelum dinyatakan LULUS :
 - * Menyusun ulang Tugas Akhir dan diuji kembali.
 - b. Setelah dinyatakan LULUS :
 - * Pencabutan gelar dan penarikan ijazah kesarjanaaan yang telah diperoleh.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, Agustus 2005

Yang menyatakan,



ANNY HERRI ASTUTY

NIM. F3202010

**HOTEL & RESTAURANT
SUKOWATI**

Jl. Raya Sukowati No. 81 Ngawi
Telephone (0351) 749359, Fax. (0351) 749682
Ngawi – Jawa Timur

Lokasi Hotel & Restaurant Sukowati terletak di tengah-tengah Kota Ngawi, dekat dengan Terminal Bus, Perkantoran Baik swasta maupun Pemerintah dan tempat wisata serta tempat-tempat penting lainnya.

ROOM RATES

Deluxe	Rp.	338.000,-
Junior Deluxe	Rp.	286.000,-
Motel	Rp.	220.000,-
Superior	Rp.	135.000,-
Junior Superior	Rp.	115.000,-
Standard	Rp.	100.000,-
Junior Standard	Rp.	76.000,-
Ekstra Bed	Rp.	45.000,-

Harga tersebut sudah termasuk :
Pajak, Service dan Breakfast

Jam Keluar / Check – Out Time : 13.00 WIB
Jumlah Kamar : 56 Kamar

Fasilitas :
AC, Telephone, Televisi, Mini Refrigerator,
Bath Tub + Shower.

Fasilitas Lain :
Room Service, Laundry, Telephone & Faximite

Meeting Room dengan kapasitas 400 orang
Restaurant buka pukul : 06.00 – 22.00 WIB

Harga Group / Rombongan dan mengantar dalam waktu
lama harga dapat dinegosiasikan.