

**IMPLEMENTASI PROMOSI DAN *PERSONAL SELLING* PADA HOTEL
MERAPI MERBABU**

Laporan Praktik Kerja Lapangan

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Jenjang
Pendidikan Diploma III (D.III) Manajemen**



DISUSUN OLEH:

Winneta Putri Yuliana Solapung

212613007

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

TRI BHAKTI BUSINESS SCHOOL

BEKASI

2024



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama : Winneta Putri Yuliana Solapung
NIM : 212613007
Jurusan : Manajemen
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul LPKL : Implementasi Promosi dan *Personal Selling* pada Hotel Merapi Merbabu

Laporan tugas akhir diatas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan guna mencapai gelar Ahli Madya pada program D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi - STIE Tri Bhakti Business School.

Bekasi, 23 Agustus 2024

Mengetahui,

Wakil Ketua I

Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

NIDN: 0325107402

Dosen Pembimbing

Dr. Sofia Maulida, SE., MM.

NIDN: 0309027801

LEMBAR PENGESAHAN
IMPLEMENTASI PROMOSI DAN *PERSONAL SELLING* PADA
HOTEL MERAPI MERBABU

Oleh

WINNETA PUTRI YULIANA SOLAPUNG
212613007

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian Guna memenuhi gelar Ahli
Madya pada program D3 Manajemen Pemasaran
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah
ini

Bekasi, 23 Agustus 2024

Ketua Penguji



Drs. Widayatmoko, MM, M.Ikom

NIDN: 0303045901

Anggota Penguji



Dr. Sofia Maulida, SE, MM

NIDN: 0309027801

Ketua Program Studi



Dr. Sofia Maulida, SE, MM

NIDN: 0309027801

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI
D3 MANAJEMEN PEMASARAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik kerja Lapangan ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Akademik Ahli Madya Manajemen di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 23 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Winneta Putri Yuliana Solapung

212613007

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Nama : Winneta Putri Yuliana Solapung

NIM : 212613007

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Tri Bhakti Business School**, Hak bebas Royalti Non-Eksekutif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Strategi Promosi Dengan *Personal Selling* Pada Hotel Merapi Merbabu”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif** Ini pihak **Tri Bhakti Business School** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Tri Bhakti Business School**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 23 Agustus 2024

Yang menandatangani,

METERAI
TEMPEL
PG.32ALX254769530

Winneta Putri Yuliana Solapung

ABSTRAK

Winneta Putrin Yuliana Solapung. Implementasi Promosi *Personal Selling* Pada Hotel Merapi Merbabu Laporan ini membahas implementasi promosi dengan menggunakan metode personal selling di Hotel Merapi Merbabu Bekasi. Hotel ini dikenal dengan fasilitas bintang 4 dan lokasi strategis di Bekasi, yang menarik berbagai acara mulai dari pernikahan hingga pertemuan formal. Dalam upaya meningkatkan penjualan dan pelayanan kepada konsumen, penggunaan metode personal selling menjadi fokus utama. Studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana personal selling dapat efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan meningkatkan citra hotel. Metode yang digunakan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran di hotel tersebut. hasilnya menunjukkan bahwa personal selling mampu menyesuaikan pesan secara langsung sesuai dengan kebutuhan konsumen, membangun hubungan yang lebih dekat, dan meningkatkan respons positif terhadap produk hotel. Implikasi dari studi ini adalah bahwa implementasi strategi personal selling dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan kepuasan pelanggan di industri perhotelan.

Kata Kunci: *Personal selling*, Strategi Promosi, Pemasaran hotel.

ABSTRACT

Winneta Putrin Yuliana Solapung. Personal Selling Promotion Implementation at the Merapi Merbabu Hotel. This report discusses promotional implementation using the personal selling method at the Merapi Merbabu Hotel, Bekasi. This hotel is known for its 4-star facilities and strategic location in Bekasi, which attracts various events from weddings to formal meetings. In an effort to increase sales and service to consumers, the use of personal selling methods is the main focus. This study aims to understand how personal selling can be effective in influencing consumer purchasing decisions and improving a hotel's image. The method used is observation, interviews and documentation to gain an in-depth understanding of the hotel's marketing strategy. The results show that personal selling is able to adapt messages directly to consumer needs, build closer relationships, and increase positive responses to hotel products. The implication of this study is that implementing a personal selling strategy can be an effective strategy in improving marketing performance and customer satisfaction in the hotel industry.

Keywords: *Personal selling, Promotion Strategy, Hotel marketing.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat kasih dan karunia-Nya., sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini yang berjudul “IMPLEMENTASI PROMOSI DAN *PERSONAL SELLING* PADA HOTEL MERAPI MERBABU BEKASI”. Penyusunan ini tidak dapat berjalan tanpa bantuan, dukungan, bimbingan dari semua pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan dan menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Agustinus Lotik Solapung dan Adriana Luciana Kasakeyan yang begitu penulis cintai dan hormati serta tidak henti – hentinya memberikan dukungan, doa, nasehat, dan motivasi hingga mampu sampai detik ini dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.
2. Bapak Drs. Widayatmoko, M.M., M.I.Kom selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
3. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.,Sos., Msi selaku Wakil Ketua I STIE Tri Bhakti.
4. Ibu Keri Boru Hotang, S.E., M.Ak selaku Wakil Ketua II STIE Tri Bhakti.
5. Ibu Sofia Maulida, Dr., S.E., M.M selaku Ketua Prodi Studi Manajemen STIE Tri Bhakti dan selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu penulis untuk bisa melakukan penyusunan Tugas Akhir semester ini.
6. Seluruh dosen Prodi Manajemen dan Akuntansi serta sivitas akademik STIE Tri Bhakti Business School yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pengalaman selama mengikuti pendidikan di STIE Tri Bhakti.
7. Ibu Marmeilana, selaku *Human Resource Development* di Hotel Merapi Merbabu Bekasi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan Kerja Praktek.
8. Kepada Ka Yola selaku Pembimbing magang serta Ka Abner, Ka Yuli, Ka Nabila, Elita, Shinta dan seluruh rekan kerja di Hotel Merapi Merbabu Bekasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Kepada Pebriyanti Sitorus yang selalu memberikan semangat, nasehat, dukungan penuh serta membantu dan menemani penulis sambil ngopi dan makan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

10. Kepada Geraldo Aritonang selaku kekasih penulis yang memberikan semangat, dukungan penuh serta selalu membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Sahabat perjuangan penulis, yakni Ratu, Dian, dan Gege yang telah saling membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini dan Terima Kasih juga telah menjadi teman terbaik selama kuliah.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis atas kebaikan yang telah diberikan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
13. *Last but not least, it's not about how many times you fall, but how many times you get back up.*

Demikianlah Tugas Akhir ini disusun dan diselesaikan, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu diharapkan demi menyempurnakan laporan ini.

Akhir kata, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut berperan serta dalam penyusunan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir.

Penulis, Juli 2024



Winneta Putri Yuliana Solapung

DAFTAR ISI

IMPLEMENTASI PROMOSI DAN <i>PERSONAL SELLING</i> PADA HOTEL MERAPI MERBABU	i
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan	4
1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan.....	4
1.5 Teori Relevan	5
1.5.1 Pemasaran	5
1.5.2 Promosi	5
1.5.3 Bauran Promosi.....	5
1.5.4 Langkah – Langkah Mengembangkan Promosi Efektif.....	6
1.5.5 Tujuan dari Promosi.....	7
1.5.6 Fungsi Promosi	8
1.5.7 Strategi Promosi	9
1.5.8 Indikator promosi	10
1.5.9 Strategi Personal Selling	11
1.6 Metode Magang.....	11
1.6.1 Observasi	12
1.6.2 Wawancara.....	12

1.6.3	Dokumentasi	12
1.6.4	Studi Kepustakaan.....	12
BAB II	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	13
2.1.	Sejarah Perusahaan.....	13
2.1.1	Visi Hotel Merapi Merbabu Bekasi	14
2.1.2	Misi Hotel Merapi Merbabu Bekasi	14
2.2	Struktur Organisasi.....	14
2.3	Kegiatan Perusahaan	18
BAB III	URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN	20
3.1	Penempatan dan Jadwal Praktik Kerja Lapangan	20
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	20
3.2	Uraian Deskripsi Tugas Praktikan.....	21
3.2.1	Melakukan Periklanan menggunakan poster	21
3.2.2	Melakukan Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	22
3.2.3	<i>Personal Selling</i>	22
3.3.	Pembahasan	23
3.3.1	Strategi Pemasaran.....	23
3.3.2	Implementasi Promosi.....	24
BAB IV	PENUTUP	30
4.1	Kesimpulan.....	30
4.2	Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA		32
LAMPIRAN.....		33

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Praktik Kerja Lapangan	20
--	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	13
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan.....	15
Gambar 3.2.1 Poster periklanan	21
Gambar 3.2.2 Pemasaran langsung.....	22
Gambar 3.2.3 Personal selling	23