

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

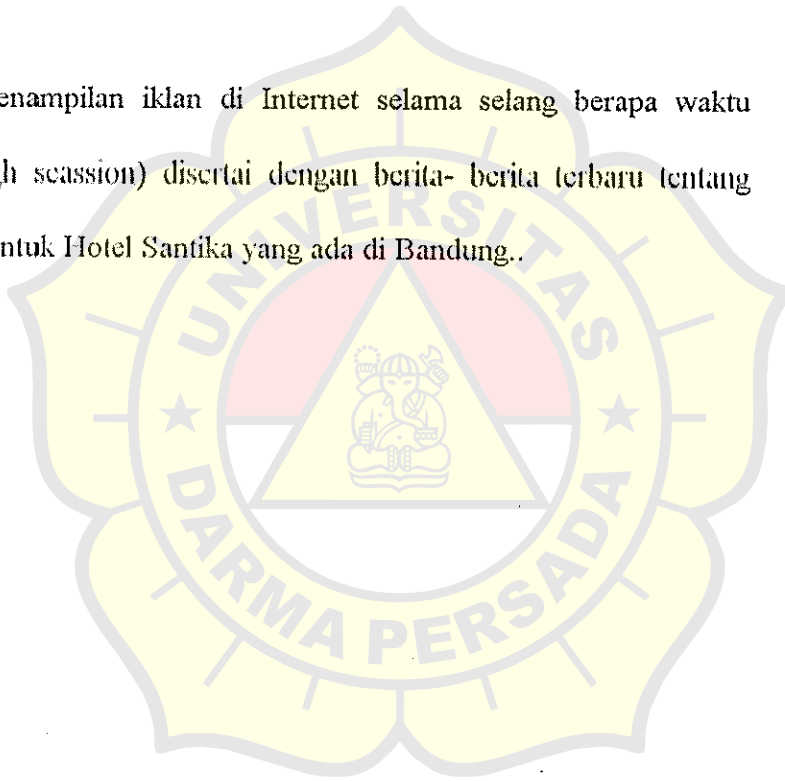
1. Analisis dari Biaya periklanan mempunyai dampak yang positif dan kuat bagi peningkatan pendapatan jasa inap (kamar) bagi Hotel Santika Bandung.
2. Periklanan yang digunakan oleh Hotel Santika Bandung sudah sangat baik hal ini terlihat dari pendapatan jasa inap (kamar) hotel yang meningkat (memperkecil nilai kerugian).
3. Keberadaan Hotel Santika Bandung mempunyai daya tarik utama yang memudahkan di dalam hal melakukan promosi periklanan karena letaknya sangat strategis. Hal ini membawa perkembangan bagi pertumbuhan kematangan hotel dan produknya.
4. Dengan adanya pertumbuhan, Hotel Santika menyertainya dengan pembangunan skill bagi sumber daya manusia, berupa diadakannya peradilan pendidikan berupa kursus-kursus bahasa asing yang menjadikan hotel ini semakin berkembang dan terkenal di pasar International.
5. Dengan kemajuan hotel berarti juga berdampak bagi pendapatan yang hasilnya meningkatkan kesejahteraan bagi karyawan Hotel Santika Bandung yang menjadikan penampilan karyawannya terlihat rapi dan juga baik. Hal

ini mendorong karyawan untuk berprestasi kerja lebih baik bagi Hotel Santika Bandung.

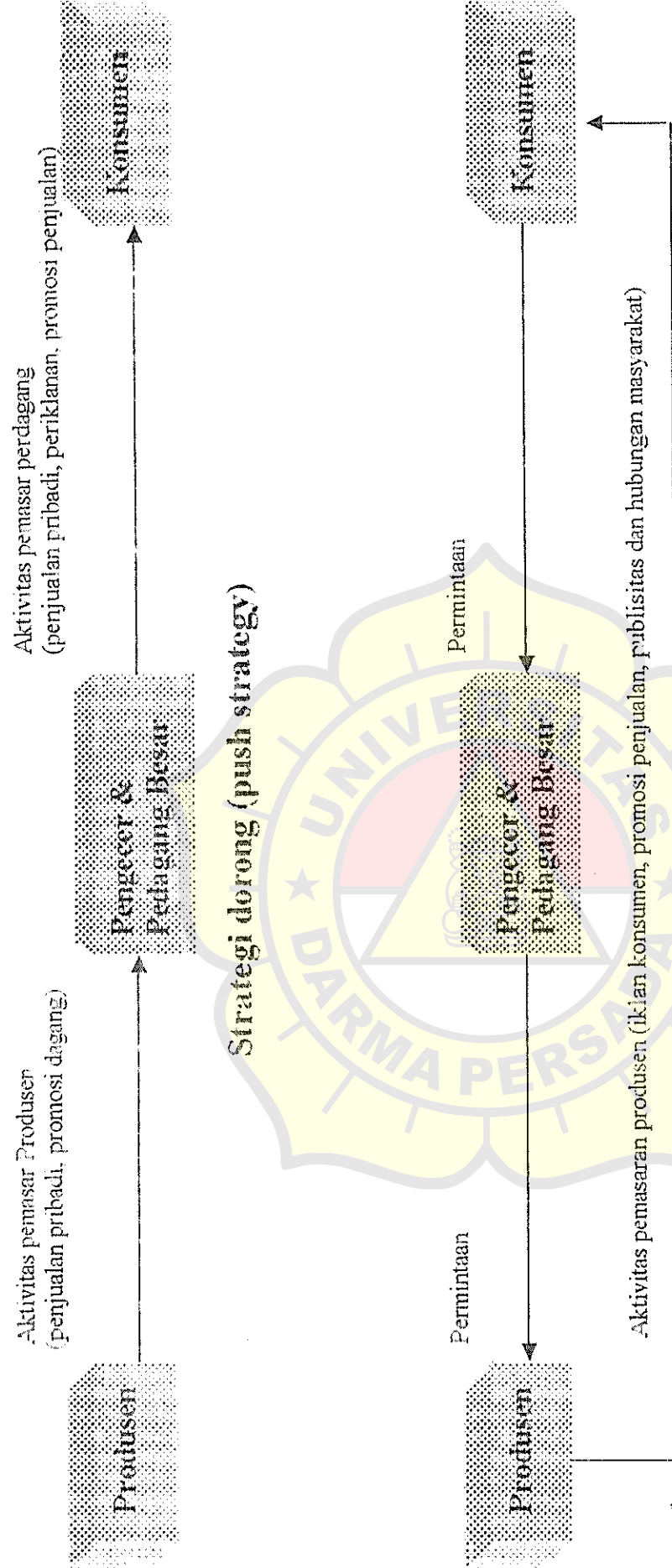
B. Saran- saran

1. Pemasangan iklan dimedia massa sebaiknya bervariasi dengan menampilkan nyamannya suasana hotel serta unsur budaya dan keindahan alam kota Bandung sehingga iklan dapat menampilkan daya tarik yang berbeda bagi pembaca.
2. Melakukan sesekali penisahan promosi periklanan dari pemasaran yang terpusat sehingga dapat terjadi permintaan yang selektif untuk Hotel Santika Bandung.
3. Tempat parkir perlu diperluas hal ini perlu diperhatikan, apabila terjadi lonjakan tamu Hotel Santika Bandung tetap dengan tatanan yang rapi dan menarik.
4. Tempat keamanan perlu diperbesar sehingga security atau satpam merasa nyaman apabila berada ditempatnya.
5. Jalan keluar dari Hotel Santika Bandung menuju kearah Bandung Indah Plaza masih terlihat beberapa pemuda yang suka duduk di daerah trotoar Santika, pemandangan ini terlihat kurang indah dan seakan kurang aman untuk tamu Hotel Santika Bandung yang akan berbelanja ke Bandung Indah Plaza atau yang ingin menikmati udara di luar Gedung hotel.

6. Bandung adalah salah satu tujuan daerah wisata di Indonesia, alangkah lebih baiknya Hotel Santika Bandung lebih menonjolkan unsur kedaerahan. Hal ini dapat juga dilakukan dengan beberapa bulan sekali dapat diadakan atraksi pertunjukan kesenian daerah. Hal ini bertujuan di samping dapat menarik wisatawan asing dan domestik juga sekaligus melestarikan budaya kota Bandung.
7. Adanya format penampilan iklan di Internet selama selang berapa waktu (low scassion/ high scassion) disertai dengan berita- berita terbaru tentang Santika terutama untuk Hotel Santika yang ada di Bandung..



Gambar Strategi Dorong (*push strategy*) dan Strategi Tarik (*pull strategy*)



Strategi tarik (*pull strategy*)

DAFTAR PUSTAKA

David W. Cravens. Pemasaran Strategis. Jilid 1 dan 2, Edisi keempat terjemahan Lina Salim, M. B. A : Penerbit Erlangga.

Drs. H. Oka, Strategi Pemasaran Hotel 1999.

Drs. Basu Swastha Dh, M.B.A dan Drs. Irawan M.B.A. Manajemen Pemasaran Modern. Cetakan keenam 1998.

Lawrence R. Jauch And William F. Glueck. Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan. Edisi ketiga: Penerbit Erlangga 1997.

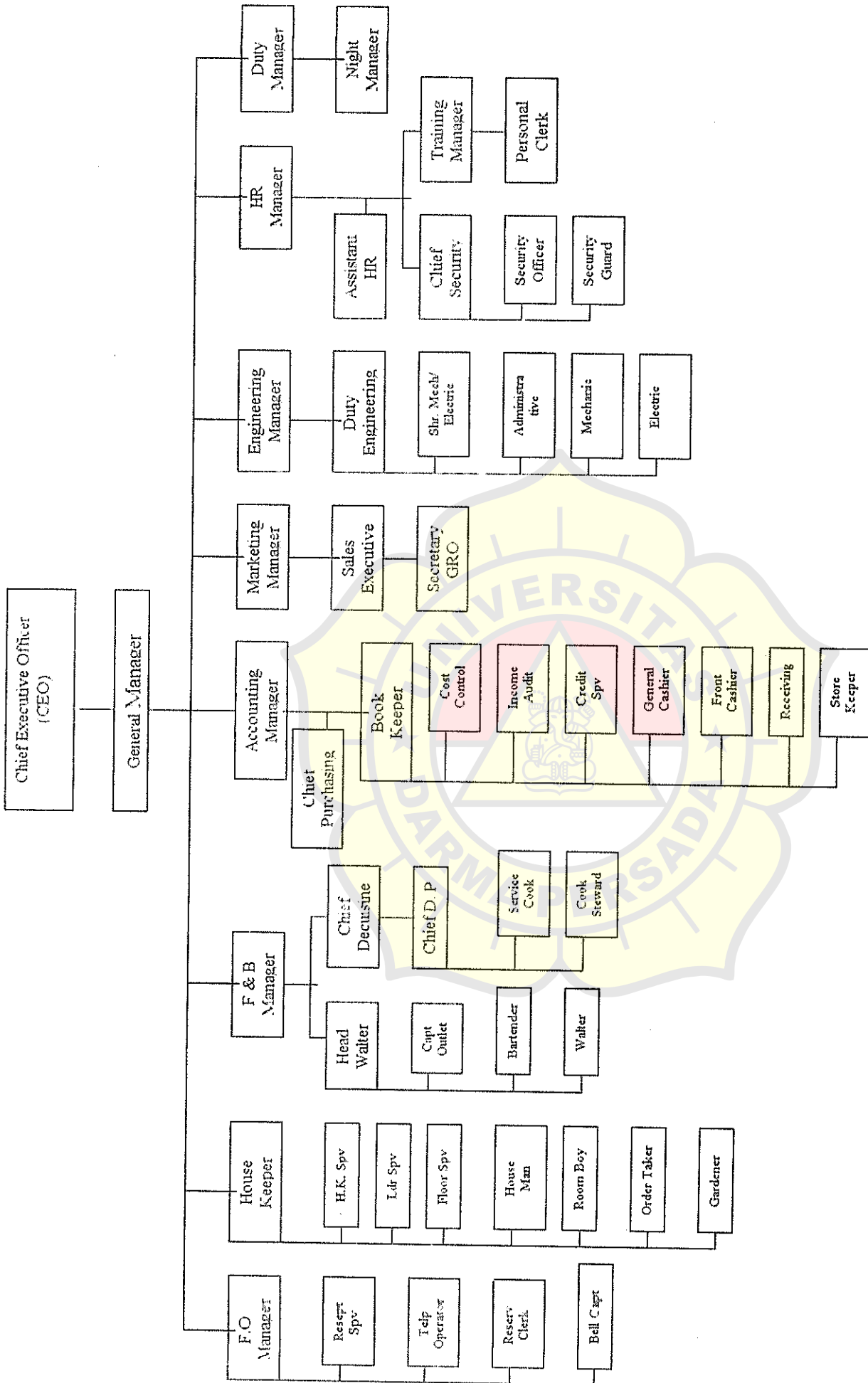
Philip Kotler, Manajemen Edisi Kelima 1994.

Philip Kotler, John Bowen dan James Makens. Marketing For Hospitality and Tourism. 1996.

Philip Kotler, Manajemen Pemasaran I 1995.

Philip Kotler. Manajemen Pemasaran II : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid 2 1998, Edisi kesembilan terjemahan Hendra Teguh, SE, Ak dan Ronny A. Rusli, SE., Ak.

Prof. S.H. Rewoldt. Strategi Promosi Pemasaran 1995.



Sumber : Hotel Santika Bandung

Tabel 5
Perkembangan Jumlah Kamar Hotel Bintang
Dikelompokkan Berdasarkan Wilayah/ Propinsi
Tahun 1997 - 2000

NO	PROPINSI	1997		1998		1999		2000	
		Unit	Kamar	Unit	Kamar	Unit	Kamar	Unit	Kamar
1.	D.I Aceh	15	543	15	543	15	543	15	543
2.	Sumut	59	4.863	59	4.863	59	4.863	59	4.863
3.	Sumbar	20	1.321	21	1.283	21	1.283	21	1.283
4.	Riau	42	3.981	44	4.195	44	4.195	44	4.212
5.	Sumsel	16	983	16	983	16	983	16	983
6.	Jambi	7	334	7	334	9	497	7	497
7.	Lampung	6	457	6	457	6	457	6	457
8.	Bengkulu	3	88	3	86	3	86	3	86
	Jumlah Sumatera	168	12.963	174	12.744	173	12.907	181	12.924
9.	DKI Jakarta	104	20.294	105	20.456	105	20.456	114	22.458
10.	Jawa Barat	110	9.099	119	10.615	119	10.615	124	10.626
11.	Jawa Timur	51	5.316	51	5.316	51	5.315	53	6.316
12.	Jawa Tengah	83	4.553	83	5.132	89	5.102	93	6.071
13.	DI. Jogjakarta	29	2.915	29	2.915	35	3.671	37	3.791
	Jumlah Jawa	377	138.111	397	44.483	399	45.159	421	49.262
14.	NTT	7	272	7	272	7	272	7	272
15.	NTB	22	1.323	26	1.348	30	1.764	29	1.764
16.	Bali	106	16.811	106	16.811	108	16.811	123	22.660
	Jumlah	135	16.157	136	18.431	143	18.847	159	24.424
17.	KALTIM	14	1.074	14	1.074	14	1.074	14	1.074
18.	KALSEL	8	622	8	522	8	622	8	622
19.	KALBAR	6	492	6	492	6	492	6	492
20.	KALTENG	1	27	1	27	1	27	1	27
	Jumlah Kalimantan	29	2.342	29	2.215	29	2.215	29	2.215
21.	SULUT	12	1.065	13	1.217	13	1.217	13	1.217
22.	SULSEL	41	2.233	41	2.233	41	2.233	41	2.343
23.	SULTENG	3	105	3	105	3	306	3	105
24.	SULTRA	2	54	2	54	2	54	2	54
	Jumlah Sulawesi	58	3.547	59	3.609	59	3.710	59	3.714
25.	Maluku	12	458	12	458	12	458	12	458
26.	Irian Jaya	7	431	7	431	7	431	7	431
	Jumlah	19	889	19	889	19	889	19	889
	TOTAL	788	79.958	810	82.488	822	83.707	868	93.705

Sumber : Kantor Meneg Parseni

KUISIONER PENELITIAN

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI PERIKLANAN
TERHADAP VOLUME PENJUALAN JASA INAP
PADA HOTEL SANTIKA BANDUNG**

Responden Yang Terhormat,

Dalam rangka menyusun skripsi Saya mengenai “Pengaruh Strategi Promosi dalam meningkatkan Volume Jasa Inap di Hotel Santika Bandung”, Saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuisisioner berikut ini.

Kerahasiaan identitas Anda dari hasil penelitian ini dijamin hanya dipergunakan untuk memberikan masukan bagi kepentingan Hotel.

Atas kesediaan Anda untuk mengisi kuisisioner ini,

Saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Novi Ikawati
95410008

Mahasiswa Program Strata Satu Manajemen
Universitas Dharma Persada

PETUNJUK PENGISIAN

1. Pilihan jawaban dapat dipilih lebih dari satu pilihan dari untuk masing-masing nomor. Beri tanda silang pada pilihan yang telah disediakan.
2. Pilihan tersebut hendaknya seobjektif mungkin.
3. Kuisisioner ini dapat digunakan secara optimal apabila seluruh pertanyaan telah terjawab. Mohon teliti kembali untuk memastikan bahwa seluruh pertanyaan telah terjawab.

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH STRATEGI PROMOSI PERIKLAMAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN JASA INAP PADA HOTEL SANTIKA BANDUNG

Responden Yang terhormat,

Dalam rangka menyusun skripsi Saya mengenai "Pengaruh Strategi Promosi dalam meningkatkan Volume Jasa Inap di Hotel Santika Bandung". Saya memohon kesediaan anda untuk mengisi kuisisioner berikut ini.

Kerahasiaan identitas Anda dari hasil penelitian ini dijamin dan hanya dipergunakan untuk memberikan masukan bagi kepentingan Hotel.

Atas kesediaan Anda untuk mengisi kuisisioner ini,

Saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Novi Ikawati
95410008

Mahasiswa Program Strata Satu Manajemen
Universitas Dharma Persada

PETUNJUK PENGISIAN

Bagian 1:

1. Pilihan jawaban dapat dipilih lebih dari satu pilihan dari untuk masing-masing nomor. Beri tanda silang pada pilihan yang telah disediakan.
2. Pilihan tersebut hendaknya seobjektif mungkin.

Bagian 2 :

1. Pertanyaan bersifat essay sehingga jawaban diisi sesuai dengan pertanyaan yang diajukan
- #: Kuisisioner ini dapat digunakan secara optimal apabila seluruh pertanyaan telah terjawab. Mohon teliti kembali untuk memastikan bahwa seluruh pertanyaan telah terjawab.

Bagian I :

Pada tahap apakah , produk Hotel Santika Bandung saat ini :

- a. Tahap pengenalan
- b. Tahap pertumbuhan
- c. Tahap kejenuhan
- d. Tahap penurunan

Pada tahap siklus daur produk yang bagaimanakah Hotel Santika saat ini:

- a. Pemimpin pasar
- b. Penantang pasar
- c. Pengikut pasar

Strategi dasar pemasaran Hotel Santika Bandung diarahkan kepada :

- a. Wisatawan domestic
- b. Wisatawan non domestic

Konsentrasi pemasaran Hotel Santika Bandung adalah pada segmentasi pasar:

- a. Kelas atas
- b. Kelas menengah keatas
- c. Kelas menengah kebawah
- d. Kelas menengah (rata- rata)

Bagaimanakah Hotel Santika Bandung dapat mempertahankan pasar, strategi apa yang digunakan didalam menghadapi pesaingnya:

- a. Menurunkan harga
- b. Mengurangi biaya periklanan dan iklan dan membuat urutan promosi
- c. Memperbaiki ciri- ciri produk
- d. Memperbesar jaringan produk

Berasal dari daerah manakah tamu yang paling banyak berkunjung ke Hotel Santika Bandung?

- a. Luar Negeri
- b. Jakarta
- c. Jawa Tengah
- d. Di luar Jawa

Berapakah besarnya persentase dari tiap- tiap daerah itu dalam mengkonsumsi jasa di Hotel Santika Bandung ?

- | | | | |
|----------------|-------|-----------------|------|
| a. Luar Negeri | (10%) | c. Jawa Tengah | (7%) |
| b. Jakarta | (75%) | d. Di luar Jawa | (8%) |

Tamu yang sangat mendominasi didalam mengkonsumsi jasa Hotel Santika Bandung adalah:

- a. Dewasa putri
- b. Wanita berkeluarga
- c. Dewasa Putera
- d. Pria berkeluarga

Sudah berapa kali Hotel Santika Bandung mengalami perubahan/ penambahan produk

- a. 1 – 3 kali
- a. 3 – 5 kali
- b. 5 – 7 kali
- d. 7 – 9 kali
- e. lebih daripada 9 kali

Lama proses didalam perkembangan produk tersebut adalah (lama proses perkembangan tersebut dari HS Bandung berdiri sampai dengan penambahan/ perubahan produk yang sudah dapat tawarkan) :

- a. 1 – 3 tahun
- a. 3 – 5 tahun
- b. 5 – 7 tahun
- d. 7 – 9 tahun
- e. lebih dari pada 9 tahun

Bagaimanakah kunjungan para tamu setelah mengetahui adanya penambahan fasilitas yang baru :

- a. biasa saja
- b. banyak
- d. sangat banyak
- e. berkesinambungan dan banyak

Media promosi atau periklanan yang paling banyak digunakan di Hotel Santika Bandung adalah :

- a. Surat khabar
- a. Internet
- b. Majalah
- d. Televisi
- e. Radio
- f. Guide book

Bagaimanakah loyalitas tamu yang berkunjung di Hotel Santika Bandung :

- a. Kurang loyal
- b. Biasa saja
- c. Loyal
- d. Sangat loyal

Pernahkah Hotel Santika Bandung mengadakan kerjasama (sponsorship) dengan media/ organisasi lainnya didalam penyelenggaraan suatu event, dengan disertai potongan kupon atau voucher untuk mengkonsumsi jasa di Hotel Santika Bandung :

- a. 5 – 10 kali
- b. 10 – 15 kali
- c. 15 – 20 kali
- d. lebih daripada 20 kali

Dalam mengikuti perkembangan Informasi Tehknologi perkembangan informasi apasaja yang sudah dilaksanakan oleh Hotel Santika Bandung :

- a. Cara reservasi yang mudah dengan menggunakan telepon, fax dan internet
- b. Membuka Home Page di Internet
- c. Cara pembayaran yang mudah dengan Credit Card
- d. Dengan memodernisasi perlengkapan dan peralatan yang ada di hotel
- e. Dll semua yang berada diatas

Bagaimanakah kunjungan tamu yang sangat mendominasi kunjungan selama setahun:

- a. Januari sampai dengan Juni
- b. Juni sampai dengan Desember
- c. Setiap event keagamaan
- d. Setiap pekan didalam setahun

Essay

Modal pertama bagi Hotel Santika Bandung dalam memulai usahanya ?

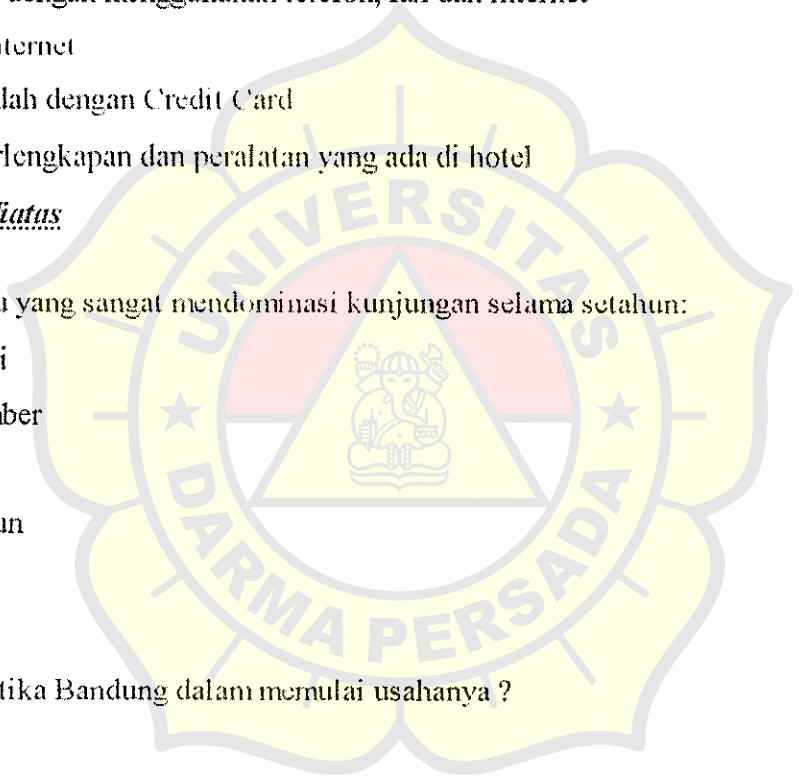
* Rp. 150.000.000,-

Misi Hotel Santika Bandung ?

- * Kepuasan tamu/ guest satisfacton
- * Memperoleh laba

Tantangan yang dihadapi oleh Hotel Santika Bandung saat ini ?

- * Adanya hotel yang baru
- * Sarana Informasi semakin canggih
- * Industri textile dan garmen memurun tajam



20. Kendala yang dihadapi oleh Hotel Santika Bandung saat ini ?

* Adanya kamar yang belum direnovasi

* Tempat parkir kurang besar

* Persaingan yang sangat ketat

21. Peluang yang dimiliki oleh Hotel Santika Bandung saat ini ?

* Bandung sebagai pusat pemerintahan pendidikan, penelitian dan perdagangan

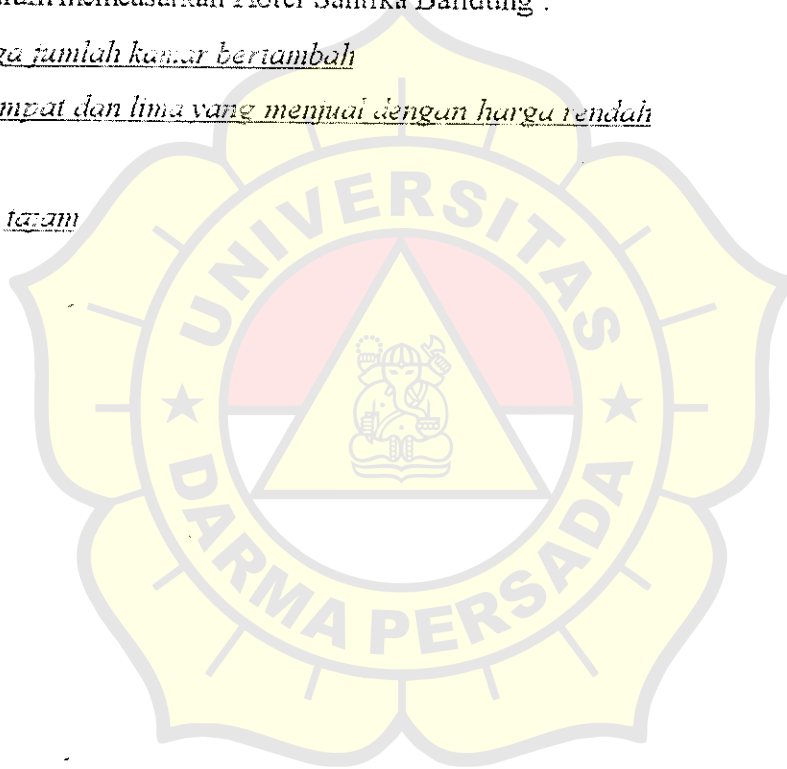
2. Ancaman yang dihadapi didalam memasarkan Hotel Santika Bandung ?

* Adanya hotel baru sehingga jumlah kamar bertambah

* Adanya hotel berbintang empat dan lima yang menjual dengan harga rendah

* Situasi politik

* Industri Garmen menurun tajam



KUISIONER PENELITIAN

Mengenai

Media Promosi Periklanan Hotel Santika Bandung

Responden yang terhormat,
Dalam rangka menyusun Skripsi saya mengenai
"Pengaruh Promosi Periklanan
Terhadap Volume Penjualan Jasa Inap
Pada Hotel Santika Bandung"
Saya memohon kesediaan Anda,
Untuk mengisi Kuisioner ini berikut ini.
Kerahasiaan Identitas anda dari hasil penelitian ini
dijamin dan hanya dipergunakan untuk memberikan
masukkan bagi kepentingan Hotel
Atas kesediaan anda untuk mengisi kuisioner ini
saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Novi Ikawati
95410008

**Mahasiswa Program Strata Satu Manajemen
Universitas Darma Persada**

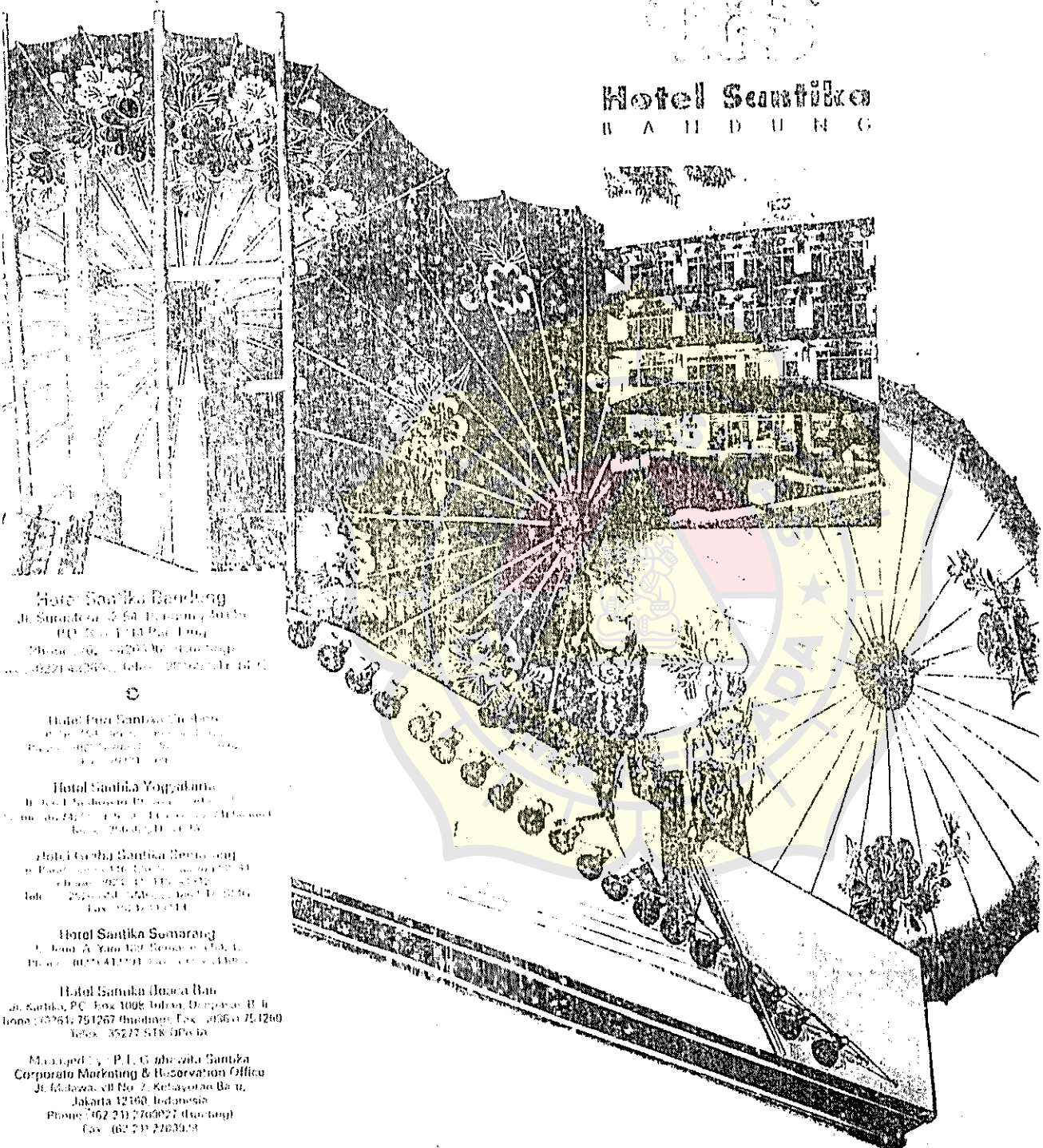
Media Promosi Hotel Santika Bandung

Tabel
 Persentase Penggunaan Media Periklanan
 Semester I dan Semester II

NO	MEDIA	PRESENTASE
4	Majalah	
	<i>Dalam Negeri</i>	
	Galra	
	Matra	
	Tempo	
	SWA	
	Kosmopolitan	5%
	Femina	
	Dewi	
	Femina	
	Gadis	
	Hai	
	<i>Luar Negeri</i>	
	Newsweek	
	Asia Week	
	TV. Guide	
	US. News	
5	Internet	3%
6	Yellow Pages	2%
7	Bill Board	4%
8	Neon Sign	4%
9	Direct Mail (Famplet, brosur dll)	15%
10	Guide Book	2%
11	Perlengkapan Hotel	30%
	TOTAL	65%
	MUTASI LEMBAR I	35%
	TOTAL	100%

Sumber : Hctei Santika Bandung

Hotel Santika
B A N D U N G



Hotel Santika Bandung
 Jl. Sumedura No. 64 Bandung 40132
 P.O. Box 1113 Bandung
 Phone: (022) 5420106 (4 lines)
 Telex: 94221 4424751 Gdlns ID 200000000000

Hotel Pura Santika Cihampel
 Jl. Pura No. 100 Cihampel Bandung
 P.O. Box 1113 Bandung
 Phone: (022) 5420106 (4 lines)

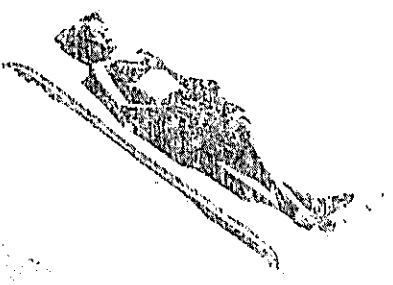
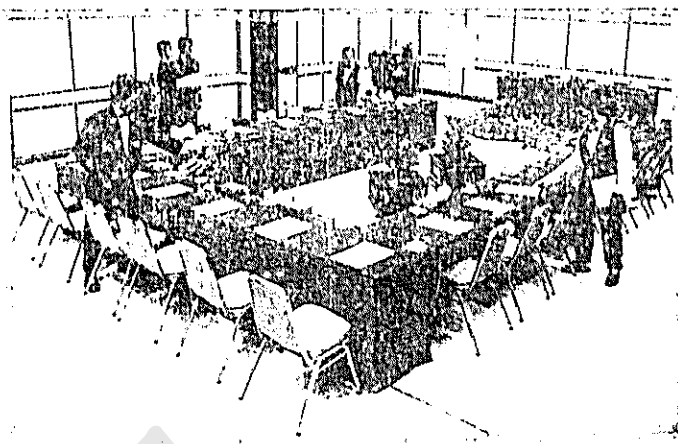
Hotel Santika Yogyakarta
 Jl. Kral. Jayabaya P. 100 Yogyakarta
 P.O. Box 1113 Bandung
 Phone: (0271) 421111 (4 lines)
 Telex: 94221 4424751 Gdlns ID 200000000000

Hotel Garuda Santika Semarang
 Jl. Pemuda No. 116 Semarang 50131
 P.O. Box 1113 Bandung
 Phone: (061) 421111 (4 lines)
 Telex: 94221 4424751 Gdlns ID 200000000000

Hotel Santika Semarang
 Jl. Pemuda No. 116 Semarang 50131
 P.O. Box 1113 Bandung
 Phone: (061) 421111 (4 lines)

Hotel Santika Bona Bona
 Jl. Santika, P.O. Box 1009 Bona, Denpasar B.I.
 Phone: (0361) 751267 (4 lines) Telex: 94221 4424751 Gdlns ID 200000000000
 Telex: 35277 518 0Pria

Managed by P.T. Garuda Santika
Corporate Marketing & Reservation Office
 Jl. Melawai, 48 No. 2, Kebayoran Baru,
 Jakarta 12160, Indonesia
 Phone: (021) 770927 (4 lines)
 Fax: (021) 770933

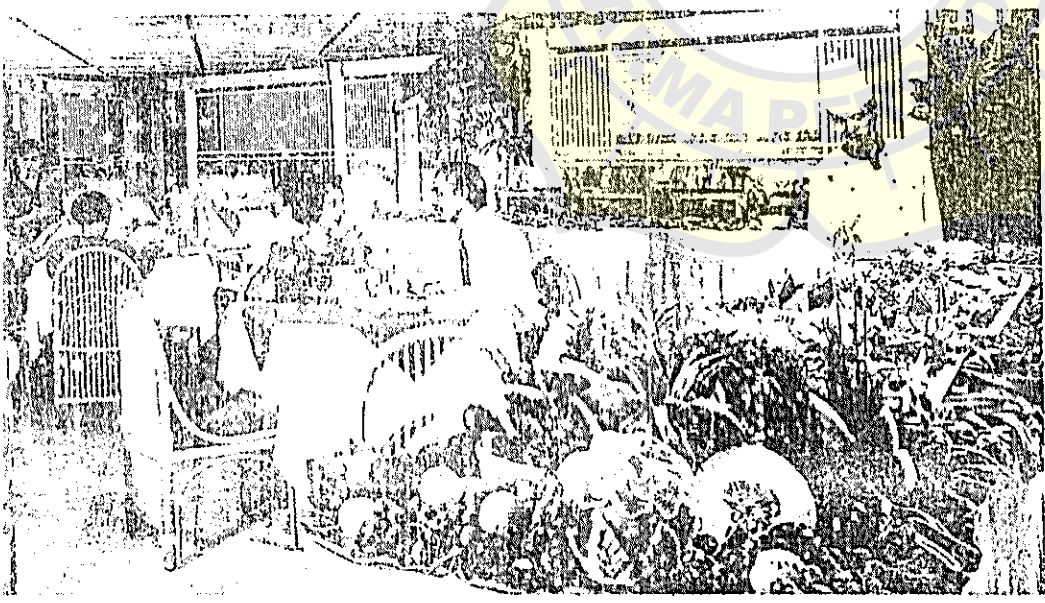


SPT MANGALTI FUNCTION ROOM

We feature also a function room for private occasions, small parties or even for seminar or reception. It can accommodate up to 150 persons.



...ing pool on the second floor garden terrace and health
... ideal for those seeking relaxation for the fitness buff.
...de a basement parking space which can be accommodated
... (60) cars and also some driver's Rooms.



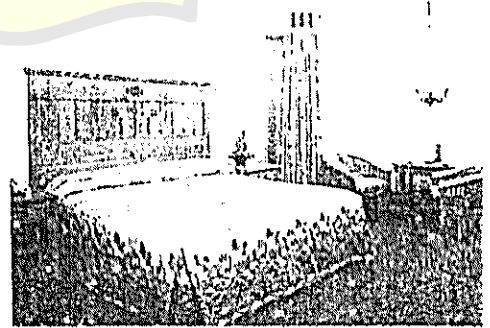
Place Where Business And Pleasure Is A Perfect Blend.



BAR

The 70 centrally air conditioned guest room and suites all are equipped with color TV with in house movie and world net program, music radio system and mini bar. Guest convenience include 24 hour room service and same-day laundry.

Coffee shop, an informal restaurant on 11 lobby level featuring European and Indonesian cuisine. Adjacent is the SANTIKA BAR, a comfort place to relax, meeting people, at while having drinks you will be entertained with live music.



"Kalau Liburan, kami pasti ke Santika" ...



HS

Grup Hotel Santika
I N D O N E S I A

Untuk pemesanan hubungi
biro perjalanan terdekat, langsung ke Hotel Santika
atau melalui Pusat Reservasi Santika:

Telp: 021-2700027, Fax: 021-2700028

E-mail: marketing@santika.com

santikal@rad.net.id

Website: www.santika.com

... Liburan menjadi berkesan jika menginap di Hotel Santika. Hotel Santika berada di 8 kota dan resor eksklusif di Indonesia. Dengan keramahan dan pelayanan bertaraf internasional, kami selalu ingin membuat liburan Anda menyenangkan.

Untuk liburan kali ini Grup Hotel Santika menyediakan paket khusus dengan fasilitas kamar standar yang sudah termasuk:

- Makan pagi untuk sendiri atau berdua
- 21% pajak dan pelayanan
- Penjemputan dari Bandara/Stasiun (kecuali Jakarta)

Paket berlaku sampai 31 Juli 2001, khusus bagi WNI dan pemegang KITAS & KITAS

HOTEL SANTIKA BEACH BALI • HOTEL SANTIKA BANDUNG • HOTEL SANTIKA CIREBON • HOTEL SANTIKA JAKARTA • HOTEL SANTIKA JOGJA
HOTEL SANTIKA MASARADO • HOTEL GRAHA SANTIKA SEMARANG • HOTEL SANTIKA SEMARANG • HOTEL SANTIKA SURABAYA • SANTIKA VILLAS BALI (Sep 2001)

PESTA WISATA SANTIKA

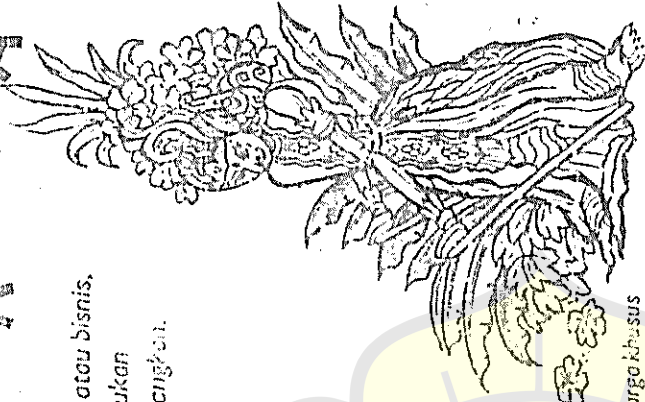
Untuk liburan, kunjungan wisata, dinas atau bisnis,
di Hotel Santika akan Anda temukan
perhatian yang ramah dan menyenangkan.

Kunjungi stand Hotel Santika
di Pameran Pesta Wisata Nusantara,
Jakarta Convention Center, 6 - 9 April 2001,
Booth no 88 & 95



Grup Hotel Santika
I N D O N E S I A

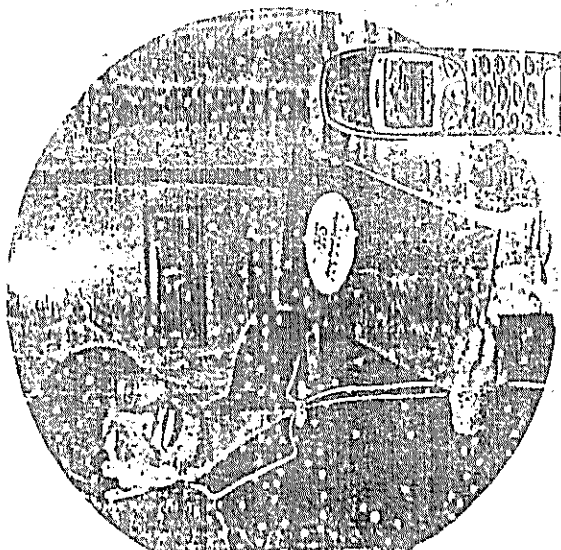
Untuk pemesanan hubungi biro perjalanan terdekat,
langsung ke Hotel atau melalui Pusat Reservasi Santika,
Jl. Melawai VIII/6-8, Jakarta 12163
Telp: (021) 2700027, Fax: (021) 2700028
E-mail: marketing@santika.com, santika@rad.net.id
Homepage: www.santika.com



ARKAWAJA

Dapatkan harga khusus
mulai Rp 225.000,-/Jam Rp 350.000,- di hotel tertentu.
Harga sudah termasuk:
• Makan pagi untuk sendiri atau berdua.
• 21% pajak dan pelayanan
• Harga berlaku 1 April - 31 Mei 2001.

HOTEL SANTIKA BEACH BALI • SANTIKA VILLAS BALI • HOTEL SANTIKA BANDUNG • HOTEL PURI SANTIKA CIREBON • HOTEL SANTIKA JAKARTA
HOTEL SANTIKA MARIADO • HOTEL GRAHA SANTIKA SEMARANG • HOTEL SANTIKA SEMARANG • HOTEL SANTIKA SURABAYA • HOTEL SANTIKA YOGYAKARTA



NOKIA
 Komunikasi Tanpa Batas

Nikmati Buka Puasa Bersama NOKIA 6210 di Hotel Santika

Mantapkan ya Ramadhan. Menyambut bulan suci Ramadhan, NOKIA menawarkan paket Buka puasa di Hotel Santika. Dengan membeli ponsel terbaru NOKIA 6210 di Nokia Professional Centre E-masakti.ca, Global Teleshop, dapatkan voucher senilai Rp 75.000,- untuk menikmati hidangan berbuka puasa di Hotel Santika. Pendaftaran istimewa ini berlaku selama bulan Ramadhan. Selamat menikmati ibadah puasa.

NOKIA Professional
 Pusat Resevasi Santika
 NOKIA 6210
 NOKIA 6210
 NOKIA 6210

GLOBAL
 NOKIA 6210
 NOKIA 6210

GTS
 Grup Hotel Santika
 N O K I A
 PUSAT RESERVASI SANTIKA
 NOKIA 6210



NOKIA 6210

