



PERAN SALES MARKETING DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DI HOTEL SALAK THE HERITAGE

FIRLA AMADA

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2021



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahawa laporan akhir dengan judul “Peran *Sales Marketing* dalam Membangun Komunikasi Pemasaran Terpadu di Hotel Salak The Heritage” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2021

Firla Amada
J3A918487



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

RINGKASAN

FIRLA AMADA. 2021. Peran *Sales Marketing* dalam Membangun Komunikasi Pemasaran Terpadu di Hotel Salak The Heritage. *The Role of Sales Marketing in Building Integrated Marketing Communications at Hotel Salak The Heritage*. Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh WAHYU BUDI PRIATNA.

Hotel Salak The Heritage merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang industri perhotelan dan masuk ke dalam kelompok *hospitality industry*. Ciri dalam kelompok industri ini adalah adanya unsur pelayanan (jasa) yang ditawarkan kepada pelanggan. Mengingat semakin meningkatnya kasus COVID-19 yang terjadi hampir di seluruh belahan dunia termasuk Indonesia membuat diperketatnya persaingan hotel yang ada di Kota Bogor, dalam hal ini Hotel Salak The Heritage terus berupaya dalam meningkatkan mutu kinerja karyawan dan *service* yang sangat berpengaruh terhadap para konsumen serta hotel itu sendiri. Kegiatan *Sales Marketing* terus ditingkatkan agar perusahaan dapat mencapai target yang telah ditentukan. Peran *Sales Marketing* sangat dibutuhkan untuk mencapai target tersebut, dengan begitu perusahaan dapat dengan mudah mendapatkan keuntungan.

Tujuan dari Laporan Akhir ini adalah menjelaskan apa saja tugas, strategi, hambatan serta solusi yang di alami oleh *Sales Marketing* Hotel Salak The Heritage. Pengumpulan data yang dipakai untuk melengkapi data Tugas Akhir ini dilaksanakan di Hotel Salak The Heritage yang beralamat di Jl. Ir. H. Juanda No.8, RT.01/RW.01, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16121. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, partisipasi aktif, wawancara dan studi pustaka serta menggunakan instrumen sebagai alat pendukung untuk mendapatkan informasi.

Peran *Sales Marketing* adalah melakukan perencanaan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dengan komunikasi pemasaran terpadu yang efektif dan menentukan media apa saja untuk menyampaikan informasi secara informatif serta tindakan yang dilakukan dengan cara mengkomunikasikan kepada konsumen yang telah menjadi target agar dapat mencapai tujuan yang dicapai melalui media berupa pesan. Rasa tanggung jawab dan kerja sama tim sangat dibutuhkan oleh *sales marketing* untuk meningkatkan hunian kamar atau (*occupancy*) dan juga penjualan *meeting package* maupun *wedding package* di Hotel Salak The Heritage.

Penerapan komunikasi untuk kegiatan pemasaran disesuaikan dengan efektif. Hotel Salak The Heritage menggunakan strategi pemasaran untuk promosi berupa media online, media cetak, media elektronik, *telemarketing*, *personal selling*, *sales call* dan *event*. Hambatan - hambatan yang dialami oleh *sales marketing* di Hotel Salak The Heritage sangat berpengaruh terhadap kelancaran kegiatan pemasaran. Hambatan yang di hadapi oleh *sales marketing* tentunya terdapat solusi yang tepat dan sesuai dengan hambatan yang terjadi sehingga dapat teratasi dengan baik.

Kata kunci: Hotel Salak The Heritage, komunikasi pemasaran terpadu, *sales marketing*



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2021
Hak Cipta dilindungi Undang –Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

PERAN SALES MARKETING DALAM MEMBANGUN KOMUNKASI PEMASARAN TERPADU DI HOTEL SALAK THE HERITAGE

FIRLA AMADA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ahli Madya pada
Program Studi Komunikasi

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2021**

Bogor Agricultural University



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Penguji pada ujian Laporan Akhir : Dr. David Rizar Nugroho, SS.Msi



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Judul Laporan : Peran *Sales Marketing* dalam Membangun Komunikasi Pemasaran Terpadu di Hotel Salak The Heritage
Nama : Firla Amada
NIM : J3A918487

Disetujui oleh

Pembimbing : Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna M.Si



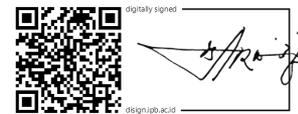
Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Diketahui oleh

Ketua Program Studi : Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna M.Si
NIP. 19670410 1991031001



Dekan : Dr. Ir. Arief Darjanto, Dip.AgEc., M.Ec.
NIP. 19610618 1986091001



Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.