



RINGKASAN

ZHULFA AULIA FITRI. Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi *Sales* dan *Marketing* dalam Promosi dan Pelayanan Kepada *Customer* di Cozzy Kostel Bogor. *Marketing Communication Strategy Sales and Marketing Division in Promotion and Service to Customers at Cozzy Kostel Bogor*. Dibimbing oleh IKA SARTIKA.

Strategi pemasaran memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan perusahaan dalam menarik pelanggan. Cozzy Kostel Bogor dalam menjalankan promosinya membutuhkan komunikasi pemasaran untuk dapat berkomunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Dalam komunikasi pemasaran diperlukan strategi pemasaran dalam menyusun rencana agar berjalan lebih terstruktur dan efektif.

Tujuan dari penulisan Laporan Tugas Akhir ini ialah untuk menjelaskan mengenai strategi komunikasi pemasaran divisi *sales* dan *marketing*. Laporan Akhir ini disusun berdasarkan data yang diperoleh saat melakukan Praktik Kerja Lapangan di Cozzy Kostel Bogor yang beralamat di Jl Guntur No.36, RT.01/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat, 16128, Indonesia. Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data pada Laporan Akhir ini adalah observasi langsung, partisipasi aktif, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Cozzy Kostel Bogor menggunakan bauran pemasaran, bauran pemasaran yang terdapat didalamnya yaitu, *product, price, place, promotion, participants, physical evidence, dan process*. Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Cozzy Kostel Bogor salah satunya menggunakan promosi yaitu membuat konten di media sosial, media cetak, *telemarketing, personal selling, dan sales call*. Alasan strategi pemasaran dilakukan karena persaingan di bidang dan jasa perhotelan semakin tinggi terutama di hotel bintang dua lainnya.

Setelah bauran pemasaran dilakukan diperlukan adanya analisis pasar yang bertujuan untuk mengetahui segmentasi pasar jasa, target pasar jasa, dan posisi pasar jasa di Cozzy Kostel Bogor. Divisi penjualan dan pemasaran akan bekerja sama dengan *front office* dalam mendapatkan informasi seputar produk dan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang baik akan memberikan akan memberikan *branding image* yang baik. Pelayanan yang dilakukan melalui beberapa tahapan mulai dari penerimaan reservasi data *room* atau *meeting room* dari *sales* dan *marketing* atau pun reservasi secara langsung, memberikan dan menjelaskan informasi produk pada lampiran penawaran harga kamar berupa surat/brosur, mengisi buku/menyalin data tamu, melakukan pemeriksaan KTP/SIM, memberikan lampiran surat konfirmasi berupa data dan tanda tangan kepada *customer*, pelayanan transaksi keuangan, memberikan kunci kamar dan memberikan arahan tempat, menangani *lost* dan *found* serta keluhan dari tamu.

Dalam melakukan proses pemasaran, divisi *sales* dan *marketing* terkadang menemui beberapa kendala, namun kendala tersebut selalu mempunyai solusi dalam mengatasinya.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, pelanggan, strategi pemasaran.