

**NAMA : Derizal, M.MPar**

**LAPORAN PENGABDIAN  
MASYARAKAT PADA GALLIANO  
HOMESTAY SYARIAH BUKITTINGGI**



**GALLIANO GUEST HOUSE SYARIAH BUKITTINGGI**  
Jl. Soekarno Hatta, Manggis Gantiang, Kota Bukittinggi  
(Depan Hoki Store) Perumahan Green View  
Telp. 081267711391/085375095010

---

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Siska Rahmadani, S.Kom

Jabatan : General Manager

Dengan menerangkan bahwa :

Nama : Derizal, M.MPar

NIDN : 1024049005

Jabatan : Dosen

Bahwa telah selesai melakukan Penyuluhan sebagai Narasumber dari IAIN Bukittinggi, pada tanggal 14 Mei 2022, yang bertempat di Galliano Guest House Syariah Bukittinggi dengan Judul :  
***“Penyuluhan Strategi Promosi dalam meningkatkan pendapatan Industri Jasa Perhotelan di Galliano Guest House Syariah Bukittinggi”***

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 14 Mei 2022  
General Manager



Siska Rahmadani, S.Kom

Nomor :  
Lamp : -  
Hal : Undangan Sebagai Narasumber Penyuluhan Pada Industri Perhotelan (Homestay/Guest House)

Kepada Yth.  
Ibu Rektor IAIN – Bukittinggi  
di  
Bukittinggi

Dengan hormat,  
Bersama ini kami sampaikan bahwa, akan dilaksanakan Acara Penyuluhan Strategi Promosi dalam meningkatkan pendapatan Industri Jasa Perhotelan di Galliano Guest House Syariah Bukittinggi, yang akan dilaksanakan pada:

Hari / tanggal : Sabtu / 14 Mei 2022  
Pukul : 09.00 – 11.30 Wib  
Tempat : Galliano Guest House Syariah Bukittinggi  
Narasumber : Derizal, M.MPar

Untuk mendukung kelancaran acara tersebut, kami mohon Ibu berkenan mengutus Narasumber dari IAIN – Bukittinggi sebagaimana daftar nama nara sumber dan tema terlampir.  
Sehubungan dengan merebaknya virus corona saat ini dan penerapan era new normal maka seluruh acara yang melibatkan nara sumber dan peserta, menerapkan Tatap Muka dan Protokol Kesehatan.

Demikian undangan ini di sampaikan,atas kerjasama Ibu kami ucapkan terima kasih.

Bukittinggi, 28 April 2022  
General Manager



Siska Rahmadani, S.Kom







# MARKETING HOTEL

LAPORAN PENGABDIAN  
MASYARAKAT PADA GALLIANO  
HOMESTAY SYARIAH BUKITTINGGI



# **PENGANTAR MARKETING HOTEL**

**Pemasaran adalah kegiatan kelangsungan aliran barang-barang dan/atau jasa-jasa dari produsen kepada konsumen atau pengguna.**

**PENGERTIAN PEMASARAN**



Menurut Philip Kotler (2008), Mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

## PENGERTIAN PEMASARAN

# FUNGSI MARKETING



1. Fungsi yang menyangkut pemindahan hak milik melalui jual beli.
2. Fungsi yang menyangkut pemindahan barang-barang secara fisik
3. Fungsi pengurusan atau management dari marketing organization.

# TUJUAN MARKETING



1. Untuk memelihara keuntungan maksimal dalam jangka panjang.
2. Memelihara dan memperkuat “market share” dalam menghadapi kompetisi yang mungkin terjadi.
3. Memperkuat kesan (image) hotel kepada masyarakat umum (konsumen)

# PENGERTIAN MARKETING HOTEL



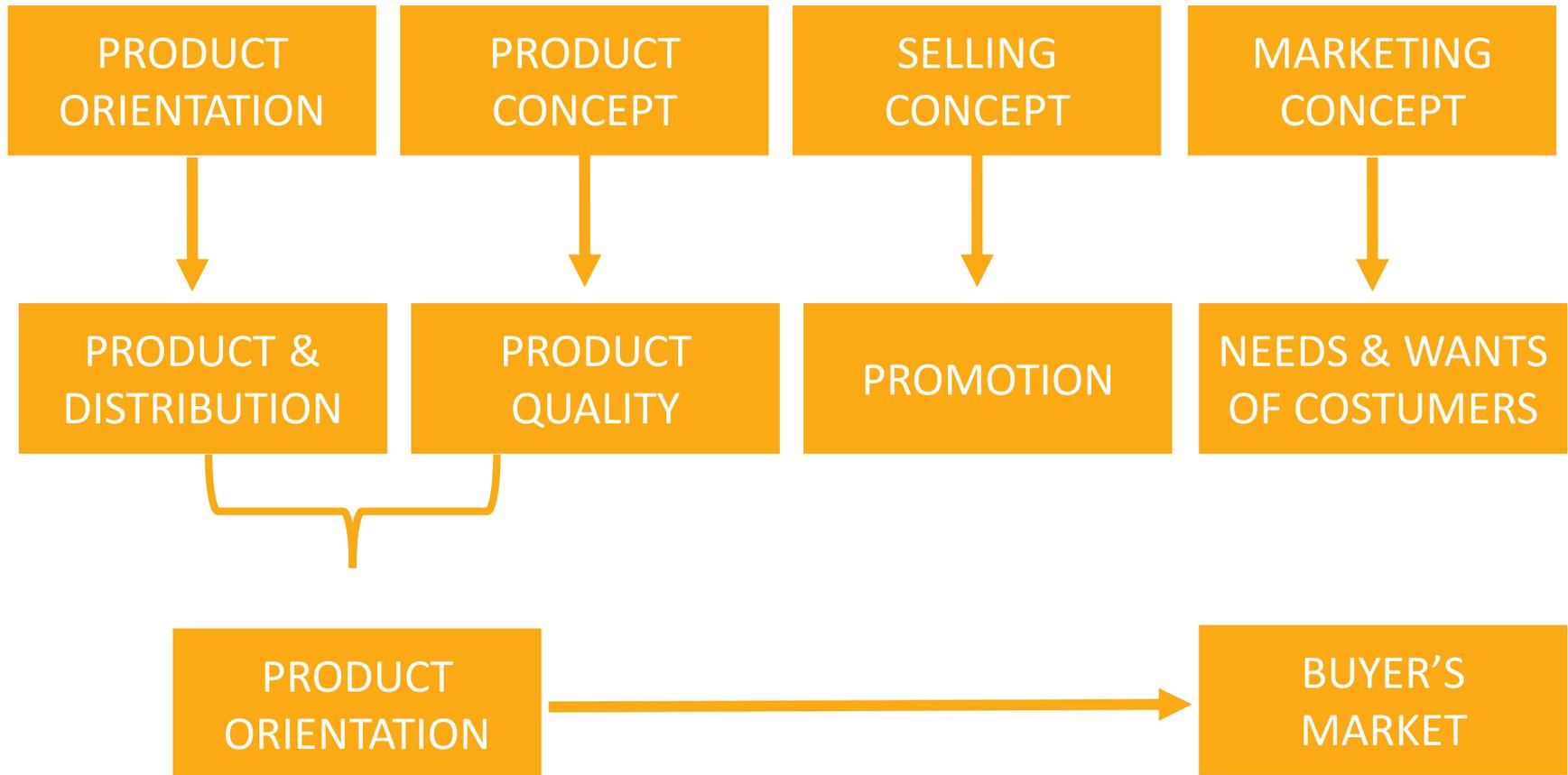
Marketing Hotel yaitu aktivitas yang menggunakan strategi dan taktik, yang direncanakan sedemikian rupa untuk menyampaikan cerita tentang pelayanan yang dapat diberikan suatu hotel, dengan memberikan rangsangan yang bergairah pada tamu untuk mau memilih pesan yang disampaikan hotel untuk dibandingkan dengan pilihan lain dari hotel pesaing.

# MARKETING PRODUK HOTEL



Dalam bisnis perhotelan ada banyak hal yang dapat ditawarkan kepada tamu. Semua yang ditawarkan itu merupakan produk hotel. Produk hotel tersebut dapat dibagi dalam beberapa bentuk seperti kamar hotel, layanan makanan dan minuman, dan fasilitas lainnya. Namun demikian, pada dasarnya produk dalam hotel dapat dinikmati tamu pada saat registrasi, sehingga jasa hotel lebih banyak menekankan pada citra hotel.

# KONSEP MARKETING HOTEL



# 1. Orientasi Hotel terhadap Pasar

Terdapat 5 Konsep yang terdapat pada orientasi perusahaan terhadap pasar, antara lain : Konsep Produksi, Konsep Produk, Konsep Menjual/Penjualan, Konsep Pemasaran, dan Konsep needs and wants.

## 2. Konsep Produksi

Dalam konsep ini. Konsumen lebih tertarik untuk mendapatkan produk daripada keistimewaan produk tersebut, dan para pemasar akan memusatkan perhatian pada usaha untuk meningkatkan produksi. Hotel harus berfokus pada pelayanan akan penjualan kamar.

### 3. Konsep Produk

Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Tiap tiap hotel akan berusaha memberikan nilai tambah yang berbeda atas produk dan jasa serta pelayanan yang diberikan kepada tamunya.

## 4. Konsep Menjual/ Penjualan

Di industri perhotelan, penjualan dapat disamakan dengan hunian kamar karena bisnis utama hotel adalah bisnis kamar, disamping fasilitas lainnya yang disediakan di hotel tersebut. Dalam bisnis ini faktor proses penjualan sangat penting bagi perusahaan demi kemajuan usahanya untuk meningkatkan penghasilannya.

## 5. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran khususnya di sektor perhotelan menganut pandangan dari luar ke dalam. Hotel memulai pasar yang didefinisikan dengan baik, harus selalu mencari inovasi, memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui pemusatan pelanggan. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang setia.

Dalam pemasaran hotel banyak dilakukan kombinasi pelayanan yang diberikan kepada tamunya, termasuk didalamnya pengembangan aktivitas khusus, event-event, dan program-program yang bertujuan untuk meningkatkan perusahaan dari pengeluaran para wisatawan.

Morrison (2002:339) menyebutkan dua konsep pemasaran, yaitu pemasaran langsung (direct distribution) dan pemasaran tidak langsung (indirect distribution). Pemasaran langsung terjadi ketika organisasi/hotel mengambil keseluruhan tanggung jawab untuk promosi, melayani dan menyediakan pelayanan kepada pelanggan/wisatawan. Misalnya paket weekend bisa di booking langsung ke hotel tersebut, sedangkan pemasaran tidak langsung diserahkan ke pihak ketiga.

11. Sistem Reservasi (Online)
12. Sistem Pembayaran (Cash atau Kredit)
13. Rincian Negara asal tourist
14. Transportasi setempat dapat dijangkau
15. Objek Wisata Setempat
16. Cuaca/Lingkungan

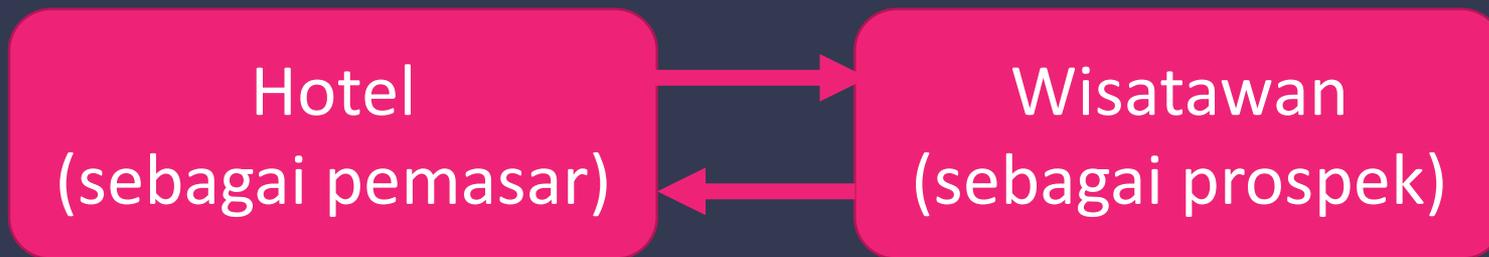


Proses dari tamu check in hingga check out merupakan suatu transaksi. Dalam situasi transaksi tersebut yang paling sederhana ada dua pihak, yakni pemasar dan prospek.

## Konsep transaksi Tamu

# Model Transaksi pada Hotel

- a. Kamar yang nyaman
- b. Fasilitas olahraga
- c. Pelayanan yang cepat
- d. Harga yang pantas
- e. Syarat pembayaran yang cepat



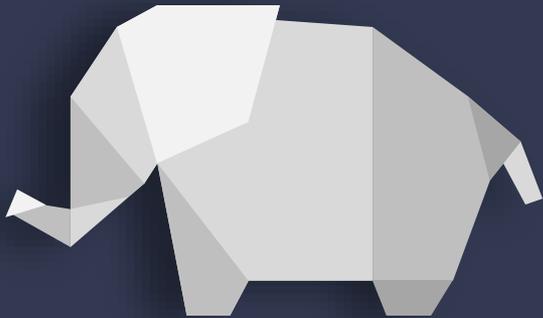
# Sebagai **Ilustrasi** adalah sebagai berikut :

- a. Pada saat tamu masuk hotel untuk menginap, hal ini sudah merupakan suatu ukuran transaksi. Apakah tamu langsung membayar di awal atau setelah check out, semuanya tergantung dari kebijakan hotel tersebut. Pada umumnya hotel menerapkan proses transaksi dengan sistem deposit kepada tamunya.
- b. Pada saat tamu menggunakan fasilitas penunjang hotel lainnya seperti restaurant, gym center, laundry, kesemuanya merupakan kebutuhan tamu di hotel tersebut.



**ORGANISASI SALES &  
MARKETING HOTEL DAN  
TUJUAN MARKETING HOTEL**

Marketing suatu hotel memiliki tujuan dan fungsi dasar dan sangat penting dalam menginformasikan dengan menyediakan berbagai macam informasi dengan format yang mudah dimengerti kepada manajemen hotel tersebut dan juga melakukan pemasaran secara teratur dan efektif serta efisien kepada publik, baik internal dan eksternal.



Sales dan marketing departement tidak bekerja sendirian, ada beberapa departement yang membantu yaitu revenue departement dan room division.

## **Analisis Organisasi yang Terkait dengan Sales & Marketing Sales**

# Tanggung Jawab Revenue Department

1

**Setting rate**

Untuk mengatur tingkat harga kamar hotel

2

**Forecasting**

Mempersiapkan pada beberapa periode tertentu

3

**Positioning**

Membantu manajer penjualan dengan ide-ide posisi properti

4

**Market Area**

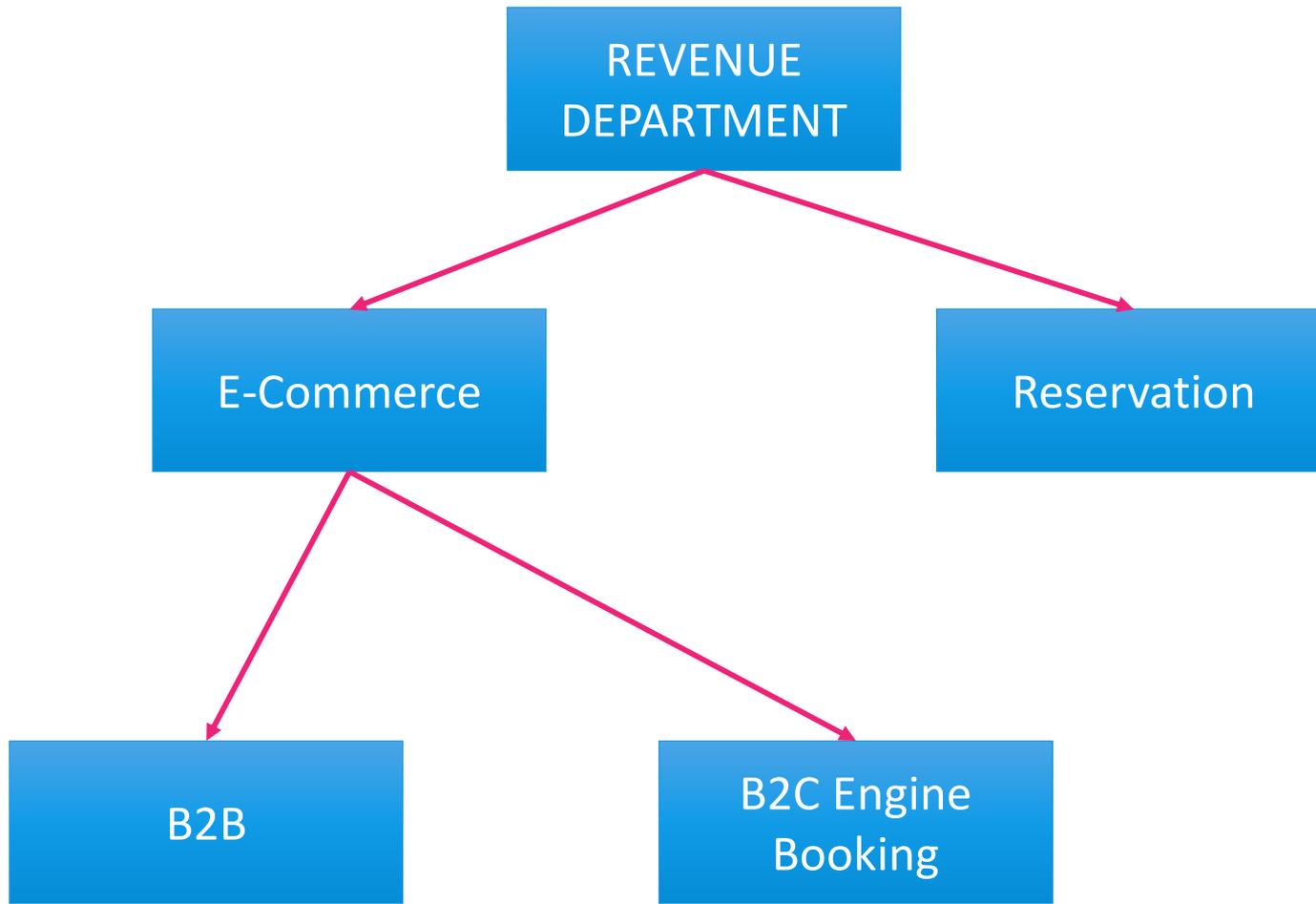
Memberikan harga yang sesuai hotel pada kawasan tertentu

5

**Managing Reservation**

Pada hotel besar, reservation langsung ditangani oleh revenue

# Struktur Organisasi Revenue Dept.



# Penjelasan ;

- a. E-Commerce : Menangani pemesanan kamar secara online melalui website hotel.
- b. Reservation : Menangani pembayaran tamu, untuk diteruskan pada setiap department terkait dan menangani pemesanan dari travel dan individual tamu hotel.
- c. B2B (Business to Business) : Menangani pemberian kode reservasi khusus pada setiap tamu dari travel agent.
- d. B2C (Business to Customer) : Menangani perusahaan engine booking reservation. Seperti [asiaroom.com](http://asiaroom.com), [traveloka.com](http://traveloka.com), [agoda.com](http://agoda.com), dll.



# TUJUAN PEMASARAN HOTEL



1. Menciptakan kepuasan pelanggan melalui produk dan pelayanan yang berkualitas
2. Meningkatkan kompetensi pemasaran Hotel
3. Menjawab tantangan kompetisi dalam dunia bisnis
4. Menjalinkan relasi jangka panjang antara perusahaan dengan kompetisi.
5. Memperoleh laba melalui perubahan dunia bisnis yang pesat.



Tujuan pemasaran hotel adalah menghasilkan standar hotel yang lebih tinggi dan agar konsumen memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan produk dan pelayanan yang bernilai.

**Menurut Kotler (2007:6)**

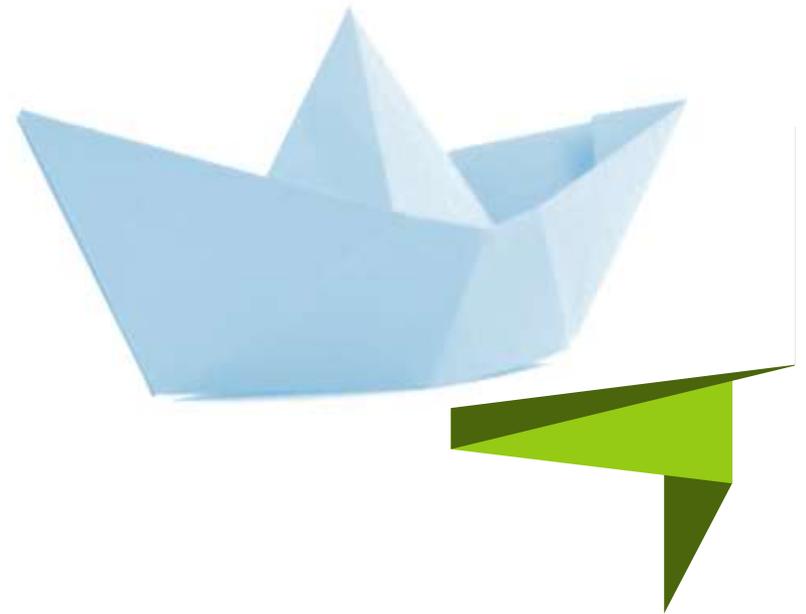
# OPERASIONAL HARIAN



Dalam operasional harian, Department sales and marketing diharapkan membentuk team untuk melakukan program inovasi (strategy selling) yang kreatif dengan menambahkan berbagai bentuk upaya penjualan langsung, diantaranya :

# 1. Exhibition (Pameran)

Berpartisipasi dalam pameran. Tujuannya untuk memperkenalkan produk hotel.



## 2. Travel Agent Workshsop

Mengadakan pelatihan/seminar yang diselenggarakan khusus untuk travel agent baik diluar ataupun didalam kota. Dengan cara ini kerjasama dengan travel agent pun dapat ditingkatkan.

### **3. Table Top**

Acara table top diselenggarakan oleh pihak ketiga yang mengundang buyers, travel agent atau calon calon pelanggan yang potensial untuk membeli produk hotel.



## 4. Sales Call

Adalah pencarian bisnis baik itu room, event (MICE) ataupun produk hotel lainnya yang dilakukan oleh team sales secara langsung datang dan bertemu dengan perusahaan yang potensial.

## 5. New Call

Sering disebut new company, adalah melakukan kunjungan ke perusahaan yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk mencari potensi baru dari perusahaan ataupun organisasi yang ada.

## 6. Sales Blitz

Memperkenalkan produk/program baru kepada pelanggan secara berkala dengan jadwal yang telah ditetapkan tanpa perjanjian.



## 7. Telemarketing

Kegiatan solisitasi bisnis staf marketing dalam memasarkan produk melalui media komunikasi yang dilakukan khusus atau tujuan dari spesifik dalam jangka waktu terbatas.