

**STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PRODUK MELALUI *CONTENT*
MARKETING DI GRAND HOTEL PREANGER BANDUNG**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi syarat menyelesaikan studi dan memperoleh
gelar Sarjana Pariwisata*



Oleh :
Rizky Nurainun Denisya
2009635

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG**

2024

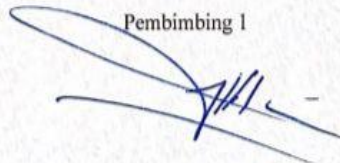
LEMBAR PENGESAHAN

RIZKY NURAINUN DENISYA

STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PRODUK MELALUI *CONTENT MARKETING*
DI GRAND HOTEL PREANGER BANDUNG

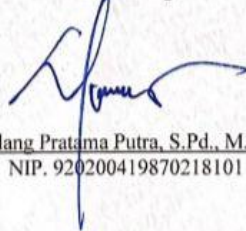
Skripsi Penelitian ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing 1



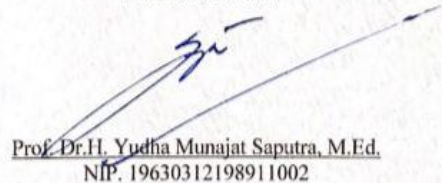
Dr. Irena Novarlia, M.Pd.
NIP. 198211232006042009

Pembimbing 2



Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd.
NIP. 920200419870218101

Mengetahui,
Plt. Ketua Program Studi
Industri Pariwisata



Prof. Dr. H. Yudha Munajat Saputra, M.Ed.
NIP. 19630312198911002

LEMBAR HAK CIPTA

STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PRODUK MELALUI *CONTENT MARKETING* DI GRAND HOTEL PREANGER BANDUNG

Oleh

Rizky Nurainun Denisya

2009635

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Industri Pariwisata

Rizky Nurainun Denisya

Universitas Pendidikan Indonesia

Kampus Daerah Sumedang

Juli 2024

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak bagian atau keseluruhan,
dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulis.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “**STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PRODUK MELALUI *CONTENT MARKETING* DI GRAND HOTEL PREANGER BANDUNG**” beserta seluruh isinya merupakan karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko yang akan dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan dalam karya yang saya buat atau terdapat klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya penelitian saya.

Sumedang, 10 Juli 2024

Yang membuat

Rizky Nurainun Denisya

NIM 2009635

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah banyak memberikan nikmat kesehatan yakni jasmani dan rohani, taufik serta hidayahnya, sehingga penelitrinan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PROMOSI PENJUALAN PRODUK MELALUI *CONTENT MARKETING* DI GRAND HOTEL PREANGER BANDUNG”** dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Adapun tujuan Skripsi ini yaitu sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Industri Pariwisata di Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Daerah Sumedang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan penulis sadar masih ditemukannya kekurangan pada penulisan penelitian ini, hal itu disebabkan adanya keterbatasan dari penulis terkait penguasaan wawasan yang dimiliki. Meskipun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar penyusunan skripsi ini berhasil dengan sebaik baiknya, maka dari itu penulis berharap adanya saran, masukan, serta kritik yang sifatnya membangun guna mencapai kesempurnaan pada skripsi ini.

Besar rasa terima kasih yang penulis ucapkan untuk semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata semoga penelitian ini dapat menjadi penambah wawasan serta dapat manfaat bagi penulis, pembaca, serta seluruh pihak khususnya di bidang Industri Pariwisata.

Bandung, 30 juni 2024

Rizky Nurainun Denisya

NIM 2009635

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis sadar bahwa terlaksananya penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, doa, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang mendukung segala proses penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yaitu Allah SWT yang telah memberikan nikmat berupa kemampuan, kekuatan dan kemudahan dalam bertindak dan berfikir untuk penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ibi Satibi, S.E dan Ibu Dewi Nuryanti A.Md selaku Orang Tua yang selalu memberikan banyak kasih sayang, doa, semangat dan dukungan baik secara mental maupun materi dengan sangat baik, juga selalu bersedia membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Yudha Munajat Saputra, M.Ed. selaku direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus daerah Sumedang yang telah memberikan izin serta fasilitas sehingga terlaksana dan terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd. selaku ketua program studi Industri Pariwisata yang telah menyediakan berbagai macam fasilitas dan pelayanan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Della Maghfira Napu, MM.Par dan Bapak Dally Nur Arif, S.Pd., M.Pd. selaku dosen wali yang telah membantu melancarkan penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Irena Novarlia, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Gilang Pratama Putra, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis dengan meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan membagikan ilmu wawasan dan dorongan serta semangat dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh tenaga pendidik dan staff Program Industri Pariwisata yang telah membekali penulis dengan banyak ilmu baru juga bermanfaat dan sangat membantu dalam mengarahkan administrasi selama perkuliahan penulis.
8. Bapak Benny selaku General Manager yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Grand Hotel Preanger Bandung.
9. Ibu Maulida Ayu selaku HRD yang telah membantu dalam proses perizinan penelitian di Grand Hotel Preanger Bandung.

10. Ibu Senny, Bapak Fajar, Bapak Ayep, dan Bapak Ricky selaku staff yang ada di Grand Hotel Preanger Bandung yang bersedia sebagai Narasumber yang telah banyak membantu, memberikan informasi juga nasihat dan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman Teman “bestieh” yaitu Anindia Harmonika, Nasywa Dita Haura, Rere Zahra, Renaza Salsabila, Tirza Rema, Silvia Wandanita dan Sri Utari yang sudah banyak memberikan bantuan serta dukungan dan semangat serta mendengarkan, menemani, bertukar pikiran melalui ilmu yang sering dibagikan bersama dalam penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh Mahasiswa Industri Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia angkatan 20 yang sudah banyak membantu dari berbagi hal kecil hingga hal besar, juga memberikan banyak pengalaman yang baik kepada penulis selama masa perkuliahan.
13. Kepada teman teman yang baik dan selalu ada di sekeliling saya yaitu Aini Fuji Insani, Gina Warapsari Agustina, Firyal Humaria, Melati Taufan Putri, Azkannisa Sekar Qaomy, dan Dede Sariah Fitriyani yang selalu mendukung, menyemangati agar skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
14. Kepada Serda POM Mohammad Alif Faqih, yang selalu memberikan semangat untuk menjadi lebih kuat apapun masalahnya, menjadi lebih lembut bagaimanapun situasinya, dan tetap menjadi tenang dan sabar pada suatu yang tak diduga. terimakasih sudah menjadi sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu upaya dalam memantaskan diri. Karena penulis percaya bahwa sesuatu yang di takdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita bagaimanapun caranya.

ABSTRAK

Pengembangan teknologi digital pada saat ini sangat berperan penting bagi suatu promosi penjualan produk, banyak yang perlu diperhatikan dalam suatu *content marketing* yang ada dalam perusahaan salah satunya yaitu di bidang industri perhotelan. Grand Hotel Preanger merupakan sebuah hotel bintang 5 yang berada di pusat kota Bandung yang memiliki ciri khas yang *heritage* dan sangat mempertahankan keasliannya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan penjualan produk melalui *content marketing* yang ada di Grand Hotel Preanger. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan menggunakan analisis SWOT yaitu menghitung serta memperdalam matriks EFAS dan IFAS. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa posisi strategi promosi penjualan produk melalui *content marketing* yang ada di Grand Hotel Preanger berada pada posisi kuadran I artinya sangat menguntungkan bagi sebuah perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan sebagai peluang bagi peningkatan jumlah produk yang dihasilkan yaitu tetap mempertahankan *brand image* kepada para *customer* dan ciri khas hotel yang *heritage* dengan memanfaatkan keasriannya serta peluang yang strategis berada di tengah pusat kota Bandung.

Kata kunci: Strategi, Promosi Penjualan, Produk, *Content marketing*, Grand Hotel Preanger, Analisis SWOT

ABSTRACT

The development of digital technology at this time plays a very important role for a product sales promotion, there are many things that need to be considered in a content marketing in a company, one of which is in the hospitality industry. Grand Hotel Preanger is a 5-star hotel located in the center of Bandung which has heritage characteristics and strongly maintains its authenticity. The purpose of this study is to determine how promotional strategies in increasing product sales through content marketing at Grand Hotel Preanger. In this study the authors used a qualitative descriptive research method with a case study approach and used SWOT analysis, namely calculating and deepening the EFAS and IFAS matrices. Data collection in this study used observation, interview, and documentation techniques. From the research results, it is found that the position of the product sales promotion strategy through content marketing at Grand Hotel Preanger is in quadrant I position, which means that it is very profitable for a company by utilizing strengths as opportunities for increasing the number of products produced, namely maintaining the brand image to customers and the characteristics of a heritage hotel by utilizing its beauty and strategic opportunities in the middle of downtown Bandung.

Keywords: *Strategy, sales promotion, product, content marketing, grand hotel preanger, SWOT analysis*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR HAK CIPTA	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Struktur organisasi skripsi	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Bauran Strategi Promosi.....	8
2.1.1 Pengertian dan Peran Strategi	8
2.1.2 Langkah Langkah dalam Strategi	8
2.1.3 Promosi dan Bauran Promosi	9
2.1.4 Tujuan Promosi.....	11
2.2 <i>Content Marketing</i>	12
2.2.1 Definisi <i>Content Marketing</i>	12
2.2.2 Faktor Pembuat <i>Content marketing</i>	13
2.2.3 Indikator <i>Content Marketing</i>	13
2.2.4 Manfaat <i>Content Marketing</i>	14
2.3 Konsep Perhotelan.....	16
2.3.1 Definisi Hotel	16
2.3.2 Jenis Jenis Hotel	16
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	22
3.2.1 Partisipan Penelitian	22

3.2.2 Tempat Penelitian	23
3.3 Jenis dan Sumber data	23
3.3.1 Jenis Data.....	23
3.3.2 Sumber Data	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Teknik Analisis Data	25
3.6 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	28
3.7 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS)	29
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Lokasi penelitian.....	31
4.1.1 Sejarah Berdirinya Grand Hotel Preanger Bandung.....	31
4.1.2 Visi dan Misi Grand Hotel Preanger Bandung	32
4.1.3 Stuktur Organiasi Grand Hotel Preanger Bandung	33
4.2 Hasil Analisis Faktor Internal dan Eksternal Strategi Promosi Penjualan melalui Content Marketing di Grand Hotel Preanger Bandung.....	33
4.3 Hasil Analisis SWOT	43
4.4 Matriks IFAS dan EFAS	45
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	55
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Impkikasi	55
5.3 Rekomendasi	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT	26
Gambar 4. 1 Lokasi Penelitian.....	31
Gambar 4. 2 Struktur Oranisasi Grand Hotel Preanger Bandung	33
Gambar 4. 3 Posisi Kuadran	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Partisipan dan karakteristik Informan.....	23
Tabel 3. 2 Matiks SWOT	27
Tabel 3. 3 EFAS.....	29
Tabel 3. 4 IFAS.....	29
Tabel 4. 1 Hasil Analisis SWOT.....	44
Tabel 4. 2 Matriks IFAS	46
Tabel 4. 3 Matriks EFAS	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian Observasi.....	61
Lampiran 2. Kisi Kisi Pertanyaan Wawancara.....	61
Lampiran 3. Instrumen Penelitian Wawancara.....	62
Lampiran 4. Jadwal Penelitian.....	65
Lampiran 5. Daftar Informan.....	66
Lampiran 6. Transkrip Data Hasil Wawancara.....	67
Lampiran 7. Transkrip Jawaban Responden.....	82
Lampiran 8. Poster Promosi di Grand Hotel Preanger.....	84
Lampiran 9. Dokumentasi Penelitian.....	85
Lampiran 10. Data Bukti Audio Wawancara.....	86
Lampiran 11. SK Pembimbing Skripsi.....	87
Lampiran 12. Monitoring Bimbingan Skripsi.....	90
Lampiran 13. Surat Izin Penelitian.....	91
Lampiran 14. Biodata Penulis.....	92

