

ABSTRAK

Tesis ini berjudul “Strategi Promosi Hotel Tanjung Asri Banyuwangi (Studi Empiris Sebagai Pengenalan Hotel Berbasis Islam)” yang disusun oleh Ismat Syauqi.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Perhotelan

Tesis ini diberi judul Strategi Promosi Hotel Tanjung Asri Banyuwangi (Studi Empiris Sebagai Pengenalan Hotel Berbasis Islam), dengan rumusan masalah sebagai berikut: 1). Apa tujuan dari strategi promosi hotel Tanjung Asri sebagai pengenalan hotel berbasis Islam?, 2). Hal-hal apa saja yang diinformasikan melalui strategi promosi oleh hotel Tanjung Asri Banyuwangi?,

Sedangkan tujuan penulisan tesis ini adalah 1). Untuk mengetahui secara jelas deskripsi strategi promosi pada hotel berbasis Islam. 2). Untuk mengetahui hal-hal yang diinformasikan oleh usaha perhotelan berbasis Islam.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan penulis gunakan beberapa tehnik diantaranya yaitu teknik observasi, interview dan dokumentasi. Sedangkan sumber datanya (subyek penelitian) menitik beratkan pada sumber data manusia, yaitu orang-orang yang dapat memberikan informasi tentang strategi promosi sebagai obyek penelitian secara akurat. Data yang telah terkumpul penulis analisis dengan menggunakan teknik analisis diskriptif.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah: 1). Tujuan dari strategi promosi pada hotel Tanjung Asri adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam hal strategi promosi ini lebih cenderung menekankan pada aspek penyampaian pesan yang kreatif dan persuasif. Lebih dari itu, ada beberapa tujuan utama dari strategi promosi pada hotel Tanjung Asri yaitu; a. Menjaga kontinuitas kegiatan perhotelan, b. Memperoleh *profit* yang maksimal, c. Mempertahankan nama dan citra baik di mata masyarakat. 2). Hal-hal yang diinformasikan di dalam strategi promosi pada hotel Tanjung Asri adalah penyampaian pesan dalam pemberian pelayanan yang sesuai dengan etika islam, dalam hal ini secara personal dan kelompok. Dan yang lebih utama adalah menyampaikan beberapa fasilitas yang dimiliki oleh hotel Tanjung Asri sebagai pemikat dan daya tarik calon konsumen.

Sejalan dengan kesimpulan di atas maka, dalam upaya meningkatkan tingkat *occupancy* atau tingkat hunian seharusnya pihak hotel Tanjung Asri menyusun kembali kegiatan promosi yang telah dilakukan. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan alternatif pemecahan masalah yang telah diajukan yaitu mengembangkan komunikasi yang efektif dan menerapkan pelaksanaan prioritas promosi. Bentuk kegiatan promosi lain yang perlu diterapkan dan dikembangkan oleh hotel Tanjung Asri adalah hubungan masyarakat secara *personal* dengan cara membangun komunikasi yang menyeluruh untuk mempengaruhi persepsi, opini dan keyakinan berbagai kelompok konsumen dan membangun hubungan. Salah satu caranya adalah pihak manajemen lebih menciptakan citra yang positif bagi tamu.