

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Dasar Pemikiran Magang

Kota Yogyakarta merupakan salah satu kota yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki berbagai objek wisata dan memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Daya tarik wisata alam yang melimpah dan indah mampu menarik wisatawan untuk datang ke kota Yogyakarta. Selain memiliki wisata alam yang indah kota Yogyakarta juga memiliki daya tarik wisata yang lain seperti wisata seni dan budaya, wisata sejarah, serta surganya para pelancong untuk membeli pernak-pernik yang khas dari kota Yogyakarta untuk dijadikan buah tangan. Oleh karena itu banyak wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke kota Yogyakarta yang dikenal dengan Kota Pelajar untuk berlibur dan menginap di Kota Yogyakarta.

Kunjungan yang begitu banyak, ternyata berdampak pada pertumbuhan jasa usaha akomodasi hotel dan penginapan di sekitar Kota Yogyakarta atau bisa dikatakan di seluruh bagian Kota Yogyakarta dan sekitarnya. Salah satunya *SofyanInn Hotel Unisi* yang terletak di Jl. Ps. Kembang No. 42, Sosromenduran, Gedong Tengen, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55271, banyak hotel dan penginapan yang dapat kita jumpai di Kota Yogyakarta. Hal ini membentuk persaingan bisnis jasa dibidang perhotelan dan penginapan semakin ketat sehingga membuat pelaku bisnis perhotelan dan penginapan harus mampu melakukan inovasi terus menerus dan melakukan evaluasi kerja untuk

mengembangkan bisnis dibidang perhotelan dan penginapan agar menarik para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk menggunakan jasa hotel tersebut.

*SofyanInn* Hotel Unisi merupakan salah satu hotel bintang dua yang dikelola secara syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta, untuk itu Hotel Unisi melakukan analisa segmentasi pasar untuk menentukan target pasar sehingga dapat menerapkan strategi *marketing mix* untuk menarik para wisatawan lokal maupun mancanegara datang. Berdasarkan latar belakang yang ada, penulis mengambil judul “**Penerapan Strategi Marketing Mix Di SofyanInn Hotel Unisi**”.

## 1.2 Tujuan Magang

Dengan melihat dasar pemikiran yang sudah ada, tujuan magang di *SofyanInn* Hotel Unisi adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mempelajari penerapan strategi *marketing mix* pada *SofyanInn* Hotel Unisi.
- b. Untuk mengetahui kendala dalam penerapan strategi *marketing mix* pada *SofyanInn* Hotel Unisi.

## 1.3 Target Magang

Berdasarkan judul magang, berikut target yang akan dicapai dalam kegiatan magang :

- a. Mampu menjelaskan strategi *marketing mix* *SofyanInn* Hotel Unisi.

- b. Mampu mengidentifikasi kendala yang dialami dalam penerapan strategi *marketing mix* pada *SofyanInn* Hotel Unisi.

#### 1.4 Bidang Magang

Berdasarkan judul magang pada bidang Pemasaran yaitu pada strategi *marketing mix* *SofyanInn* Hotel Unisi.

#### 1.5 Lokasi Magang

Magang dilaksanakan di *SofyanInn* Hotel Unisi Malioboro lebih tepatnya berada di Jl. Ps. Kembang No. 42, Sosromenduran, Gedong Tengen, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55271. Peta lokasi magang dapat dilihat di Gambar 1.1



sumber : Google Maps

**Gambar 1.1 Peta Lokasi Magang**

### 1.6 Jadwal Magang

Magang dilaksanakan pada tanggal 11 Maret – 11 April 2019 dari jam 08.00-16.00. Jadwal pelaksanaan magang dapat dilihat pada Tabel 1.1

**Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Magang**

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan Magang																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey lokasi magang																				
2.	Penulisan TOR																				
3.	Pelaksanaan kegiatan magang																				
4.	Bimbingan																				
5.	Penyusunan laporan magang																				

## 1.7 Sistematika Penulisan Magang

Secara keseluruhan penulisan laporan magang ini dijabarkan dalam empat bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang ringkasan dari keseluruhan isi dalam laporan magang dan membuktikan mengapa penulis memilih judul penerapan pelayanan prima pada *SofyanInn* Hotel Unisi. Dalam bab ini penulis menjelaskan dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, serta rincian jadwal pelaksanaan magang.

### **Bab II Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang landasan yang mendeskripsikan strategi pemasaran, pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran dan pengertian strategi bauran pemasaran, strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan laporan magang.

### **Bab III Analisa Deskriptif**

Bab ini penulis menguraikan data umum seperti, sejarah, visi dan misi, filosofi perusahaan, struktur organisasi yang ada di *SofyanInn* Hotel Unisi. Data khusus menguraikan tentang aspek-aspek bauran pemasaran yang dilakukan oleh *SofyanInn* Hotel Unisi.

### **Bab IV Kesimpulan dan Saran**

Bab ini penulis menguraikan kesimpulan setelah melakukan kegiatan magang dan memberikan saran kepada perusahaan terkait hambatan-hambatan yang dialami oleh *SofyanInn* Hotel Unisi.