

ABSTRAK

Perkembangan industri pariwisata menyebabkan meningkatnya penyedia jasa akomodasi perhotelan sehingga persaingan pasar semakin ketat. Setiap hotel memiliki metode pemasarannya sendiri untuk meningkatkan pendaparan pada saat hotel sepi pengunjung. Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta mengadakan *event* sebagai salah satu metode untuk meningkatkan *revenue* saat hotel mengalami *low season*. Tujuan dilakukannya penelitian dalam tugas akhir ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran *event* Imlek dilakukan oleh Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta. Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipatori, wawancara, dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara tidak terstruktur kepada pihak terkait di Hotel Horison Urip Sumoharjo Yogyakarta, sedangkan data sekunder diperoleh dari *press release* dan hasil promosi. *Event* Imlek berjalan dengan baik diawali dengan pembukaan oleh MC, pengadukan *yeeshang*, pembagian *door prize*, dan makan malam yang diiringi *live music*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah tamu yang datang pada *event* Imlek adalah 25 orang yang menghasilkan Rp 2,500,000 yang belum signifikan dalam meningkatkan *revenue* hotel pada saat *low season*.

Kata Kunci : Startegi, Pemasaran, Event, Low Season, Revenue, Hotel Horison Yogyakarta

ABSTRACT

The development of the tourism industry has led to an increase in hotel accommodation service providers so that market competition is getting tougher. Every hotel has its own marketing method to increase exposure when the hotel is on a low season. Horison Hotel Urip Sumoharjo Yogyakarta held an event as one of its method to increase revenue when hotels is on low season. The purpose of the research in this final project is to find out the Chinese New Year event marketing strategy carried out by Horison Hotel Urip Sumoharjo Yogyakarta. Research conducted by the author uses qualitative research. Data collection techniques are participatory observation, interviews, and documentation. The types of data used are primary data and secondary data. Primary data are collected through observations and unstructured interviews with related parties at Horison Hotel Urip Sumoharjo Yogyakarta, while secondary data is obtained from press releases and promotion. Chinese New Year events went well beginning with the opening of the MC, yeeshang stirring, door prize distribution, and dinner accompanied by live music. Based on the results of the study, it was found that the number of guests who came to the Chinese New Year event was 25 people who produced Rp 2,500,000 which had not been significant in increasing hotel revenue during low season.

Key words : Marketing, Strategy, Event, Low Season, Revenue, Hotel Horison Yogyakarta