PERAN MARKETING DALAM PROMOSI PRODUK DI HOTEL NEO PURI INDAH JAKARTA BARAT

LAPORAN MAGANG

Syamil Zalfa Fadhillah

33123010012

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

PERAN MARKETING DALAM PROMOSI PRODUK DI HOTEL NEO PURI INDAH JAKARTA BARAT

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Diploma

Syamil Zalfa Fadhillah

33123010012

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

lib.mercubuana.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama	:	Syamil Zalfa Fadhillah
NIM	:	33123010012
Program Studi	:	D3 Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir	:	Peran Marketing Dalam Promosi Produk Di Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Laporan Tugas Akhir yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari penulisan Laporan Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Mercu Buana.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14-08-2026



Syamil Zalfa Fadhillah, TTD

lib.mercubuana.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Syamil Zalfa Fadhillah
NIM	:	33123010012
Fakultas/Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis/D3 Manajemen
Judul Tugas Akhir	:	Peran Marketing Dalam Promosi Produk Di Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 23 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing

Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M
NIDN/NUPTK: 0330118402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi D3 Manajemen
Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA	Dr. Catur Widayati, SE., MM
NIDN/NUPTK: 0307036901	NIDN/NUPTK: 0314127301

LPTA-08266597

Scan QR or https://feb.mercubuana.ac.id/document-verification/lpta/?id=LPTA-08266597 to Verification

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRAK

Berdasarkan hasil kegiatan magang di Departemen Sales and Marketing Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat, dapat diketahui bahwa marketing memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan promosi produk hotel. Peran tersebut tidak hanya berfokus pada pemasaran kamar, tetapi juga mencakup promosi berbagai produk hotel seperti meeting package, manasik package, birthday package, dan gathering package yang ditujukan kepada berbagai segmen pasar, seperti perusahaan, instansi, travel agent, dan tamu individu. Kegiatan promosi dilakukan melalui berbagai cara, antara lain promosi langsung, telemarketing, media sosial, serta kerja sama dengan Online Travel Agent (OTA) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk hotel. Selain kegiatan promosi, Departemen Marketing juga berperan dalam mendukung operasional hotel melalui pembuatan Banquet Event Order (BEO), penyusunan agreement letter, pembaruan data agency, serta koordinasi dengan berbagai departemen untuk memastikan kelancaran penyelenggaraan acara. Melalui aktivitas tersebut, marketing berfungsi sebagai penghubung antara kebutuhan pelanggan dan operasional hotel sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelayanan, efektivitas promosi produk, dan keberhasilan kegiatan hotel secara keseluruhan.

Kata Kunci: *Marketing, Promosi Produk, Strategi Pemasaran, Industri Perhotelan, Hotel Neo Puri Indah Jakarta*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

ABSTRACT

Based on the internship conducted at the Sales and Marketing Department of Hotel Neo Puri Indah, West Jakarta, it is evident that marketing plays a crucial role in promoting the hotel's products. This role extends beyond room sales to encompass the promotion of various offerings such as meeting packages, manasik (pilgrimage simulation) packages, birthday packages, and social gathering packages targeted at diverse market segments, including corporations, institutions, travel agencies, and individual guests. Promotional activities are carried out through various channels, including direct promotion, telemarketing, social media, and partnerships with Online Travel Agents (OTAs) to expand market reach and enhance public awareness of the hotel's products. In addition to promotional efforts, the Marketing Department supports hotel operations by preparing Banquet Event Orders (BEOs), drafting agreements, updating corporate client data, and coordinating with other departments to ensure the smooth execution of events. Through these activities, the marketing function acts as a bridge between customer needs and hotel operations, thereby contributing to improved service quality, effective product promotion, and the overall success of the hotel's activities

Keywords: *Marketing, Product Promotion, Marketing Strategy, Hospitality Industry, Hotel Neo Puri Indah Jakarta*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Peran Marketing dalam Promosi Produk pada Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat" dengan baik dan tepat waktu. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi D3 Manajemen serta berdasarkan hasil kegiatan magang di Departemen Sales and Marketing Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat. Melalui kegiatan tersebut, penulis memperoleh pengalaman dan pemahaman mengenai peran marketing dalam mempromosikan produk hotel. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar laporan ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi para pembaca

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Catur Widayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Cut Edwina Safia Oebit, SE., MM selaku dosen pembimbing laporan tugas akhir yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya laporan tugas akhir ini.
5. Ibu Martalena selaku pembimbing di Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pada saat penulis melakukan magang.
6. Manajemen Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan magang

lib.mercubuana.ac.id

7. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami
8. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang. dukungan moral maupun material, serta motivasi yang diberikan.

Jakarta 14, Agustus 2026



Syamil Zalfa Fadhillah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 2
1.3 Tujuan Laporan Tugas Akhir 2
1.4 Manfaat Laporan Tugas Akhir 3
1.5 Metode Penelitian 3
1.5.1 Desain Penelitian 3
1.5.2 Metode Pengumpulan Data 4
1.5.3 Metode Analisis Data 4
BAB II LANDASAN TEORI **5**
2.1 Landasan Teori 5
2.1.1 Pemasaran 5
2.1.2 Promosi 8
2.1.3 Produk 10
1) Tidak Berwujud (*Intangibility)* 12
2) Tidak Terpisahkan (*Inseparability*) 12
3) Tidak Tahan Lama (*Perishability*) 12
2.2 Penelitian Terdahulu 13

lib.mercubuana.ac.id

2.3 Kerangka Berpikir Penelitian 25
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN 26
3.1 Profil Hotel Neo Puri Indah Jakarta..... 26
3.2 Sejarah Singkat Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat..... 27
3.3 Visi Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat 28
3.4 Misi Hotel Neo Puri Indah Jakarta barat..... 28
3.5 Nilai Perusahaan..... 28
3.6 Fasilitas Hotel Neo Puri Indah Jakarta 29
3.7 Fasilitas MICE..... 32
3.8 Fasilitas Lainnya..... 34
3.9 *Package* 37
3.10 Pembahasan 45
3.10.1 Pelaksanaan 45
3.10.2 Peran Marketing Dalam Promosi Produk..... 57
BAB IV KESIMPULAN & SARAN..... 62
4.1 Kesimpulan..... 62
4.2 Saran..... 63
DAFTAR PUSTAKA..... 65
LAMPIRAN..... 67

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 14
Tabel 3. 1 Jadwal Kegiatan Magang 45

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Hotel Neo Puri Indah Jakarta 26
Gambar 3. 2 *Neo Superior Room* 30
Gambar 3. 3 *Junior Suite* 32
Gambar 3. 4 *Arabica Meeting Room* 33
Gambar 3. 5 Robusta Meeting Room 34
Gambar 3. 6 Level 10 Bar& Rooftop 35
Gambar 3. 7 Selasar Cafe 36
Gambar 3. 8 Apsara Spa 36
Gambar 3. 9 Parkiran Hotel Neo Puri Indah Jakarta Barat 37
Gambar 3. 10 Meeting Package 39
Gambar 3. 11 *Pamflet Manasik* Package 40
Gambar 3. 12 Birthday Package 41
Gambar 3. 13 *Pamflet Gathering Package* 43
Gambar 3. 14 Bo*ard Update Banquet Event Order* 46
Gambar 3. 15 Banquet Event Order 48
Gambar 3. 16 Approval Banquet Event Order Approval Banquet Event Order 49
Gambar 3. 17 *Confirmation Letter Confirmation Letter* 51
Gambar 3. 18 Laporan Agency 52
Gambar 3. 19 Telemarketing 55
Gambar 3. 20 Melakukan Penawaran Produk 57

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sertifikat Magang 67
Lampiran 2 Nilai Magang 68
Lampiran 3 CV 69
Lampiran 4 Dokumentasi 70
Lampiran 5 Dokumentasi Team Sales&Marketing dan Finance 70

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id