

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
BISNIS CONVENTION CENTER DI KOTA PALEMBANG
(Studi Kasus Pada Perusahaan *Grand Atyasa Convention Center*)



Dibuat untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya

Disusun Oleh:
Dania Trilestari
0613 4061 1553

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2017

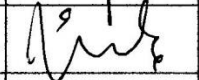
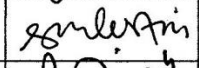
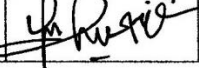
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Dania Trilestari
NPM : 061340611553
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Usaha Perjalanan Wisata
Mata Kuliah : *Convention* dan Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Convention
Center di Kota Palembang (Studi Kasus Pada
Perusahaan *Grand Atyasa Convention Center*)

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Pada Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan Dinyatakan **LULUS**

Pada Hari : Jumat
Tanggal 4 Agustus 2017

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanggal	Tanda Tangan
1.	<u>Esya Alhadi, S.E., M.M</u> Ketua	4 Agustus 2017	
2.	<u>Nirwan Rasyid, S.E., M.M</u> Anggota	4 Agustus 2017	
3.	<u>Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.EC.</u> Anggota	4 Agustus 2017	
4.	<u>Yusleli Herawati, S.E., M.M</u> Anggota	4 Agustus 2017	

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
BISNIS CONVENTION CENTER DI KOTA PALEMBANG
(Studi Kasus Pada Perusahaan *Grand Atyasa Convention Center*)



SKRIPSI

Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata 1
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya

Disusun Oleh

Nama : Dania Trilestari

NPM : 0613 4061 1553

Menyetujui,

Palembang, 01 Agustus 2017

Pembimbing I,

Pembimbing II,

A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M
NIP. 196008061989101001

Lisnini, S.E., M.Si.
NIP. 195904211989102001

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata

A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.HumRes.M
NIP. 196008061989101001

Heri Setiawan, S.E., M.A.B
NIP. 197602222002121001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dania Trilestari
N.P.M : 061340611553
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Convention Center
di Kota Palembang (Studi Kasus Pada *Grand Atyasa Convention Center*).

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

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

Palembang, 05 Juli 2017

Penulis,



Dania Trilestari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

1. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada mereka sendiri. (Qs.AR Ra'd:11)
2. Bersabarlah, segala sesuatu itu awalnya sulit sebelum menjadi mudah. (Saadi, Penyair Iran).
3. Ilmu itu lebih baik dari pada harta.
Ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta.
Ilmu itu penghukum harta dan harta terhukum.
Harta itu kurang apabila dibelanjakan, tapi ilmu bertambah bila dibelanjakan. (Ali bin Abi Thalib).
4. *Success does not suddenly come to you, you have to go out and work hard to get it.* (Dania).

Persembahan

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Mama dan Papa.
2. Kepada orang-orang terkasih yaitu Kakak, Adik, dan Pacar.
3. Para Dosen Jurusan Administrasi Bisnis Polsri.
4. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013.

PRAKATA

Puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah banyak membantu, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan dan penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya telah membantu dan membimbing penulis selama menjadi mahasiswa.
3. Bapak Divianto, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dan membimbing penulis selama menjadi mahasiswa.
4. Bapak Heri Setiawan, S.E., MAB., selaku Kepala Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dan membimbing penulis selama menjadi mahasiswa.
5. Bapak A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penulisan skripsi hingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
6. Ibu Lisnini, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan membantu penulis dalam penulisan skripsi hingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
7. Seluruh pihak Manajemen dan karyawan perusahaan *Grand Atyasa Convention Center* yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data, serta memberikan berbagai kemudahan dan kelancaran selama proses penelitian berlangsung.

8. Kedua orang tua yaitu mama, papa, kakak, adik, pacar, dan keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil serta doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat pada waktunya.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013 Prodi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan, do'a serta perhatian yang telah diberikan kepada penulis. Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan dari Allah SWT. Aamiin yaarabbalalamin.

Palembang, 04 Agustus 2017

Dania Trilestari

ABSTRAK

Research at Grand Atyasa Convention Center aims to: 1) Determine the Strength, Weaknesses, Opportunity, and Threat especially from marketing strategy side. 2) Determine the right alternative strategy to develop the market share of Grand Atyasa Convention Center. This study tested using SWOT analysis is to identify the various factors of internal and external analysis of the company are internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) are then formulated in Internal External Matrix and obtained alternative strategy by Matrix SWOT. The result were obtained on IFAS matrix is worth 3,77 and EFAS matrix is worth 3,63. After gaining value IFAS and EFAS then known the position of Grand Atyasa Convention Center is also on the first cell that is in a position to grow and develop or be vertical integration is a competitive position in the market is very strong hospitality business is highly competitive. At the end of analysis can gave the alternative strategy by using SWOT matrix. There are four alternative strategy it can be used for Grand Atyasa Convention Center management is SO, WO, ST, dan WT.

Keyword: *Marketing strategy, SWOT Analysis, Internal External Matrix, SWOT Matrix.*

ABSTRAK

Penelitian pada *Grand Atyasa Convention Center* bertujuan untuk: 1) dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan terutama dari sisi strategi pemasarannya. 2) mengetahui alternatif strategi yang tepat dalam upaya pengembangan pangsa pasar di *Grand Atyasa Convention Center*. Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis SWOT yaitu dengan mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal perusahaan yaitu analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan), serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang kemudian dirumuskan matrik internal-eksternal, dan diperoleh alternatif strategi melalui matrik SWOT. Hasil yang diperoleh pada matrik IFAS yaitu senilai 3,77 dan matrik EFAS yaitu senilai 3,63. Setelah memperoleh nilai IFAS dan EFAS, maka diketahui diketahui posisi *Grand Atyasa Convention Center* melalui matrik internal-eksternal yang berada pada sel I yaitu pada posisi tumbuh dan kembangkan atau berada integrasi vertikal yang merupakan posisi kompetitif pasar yang sangat kuat dalam bisnis *convention center* yang berdaya saing tinggi. Pada tahap akhir analisis dapat melahirkan alternatif strategi yaitu melalui matrik SWOT. Terdapat empat alternatif strategi yang dapat diterapkan pihak manajemen perusahaan *Grand Atyasa Convention Center* yaitu SO, WO, ST, dan WT.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Analisis SWOT, Matrik Internal Eksternal, Matrik SWOT

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	0
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pariwisata	10
2.2 Pengertian MICE.....	11
2.3 Bentuk Kegiatan MICE.....	12
2.4 Pengertian Pemasaran	13
2.5 Strategi Pemasaran	15
2.6 Bauran Pemasaran.....	17
2.7 Analisis SWOT	18
2.8 Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)	20
2.9 Matrik Faktor Strategi eksternal (IFAS)	21
2.10 Matrik Internal-Eksternal	23
2.11 Pemilihan Alternatif Strategi.....	26
2.12 Penelitian Terdahulu	28
2.13 Kerangka Koseptual Penelitian	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	30
3.3 Informan Kunci	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Instrumen Penelitian.....	33
3.6 Uji Coba Instrumen	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	43
4.2 Pembahasan.....	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Jumlah Client di <i>Grand Atyasa Convention Center</i>	6
Tabel 2.1 Bauran Pemasaran	18
Tabel 2.2 Matrik IFAS	20
Tabel 2.3 Matrik EFAS	22
Tabel 2.4 Matrik Internal-Eksternal	23
Tabel 2.5 Matrik SWOT	27
Tabel 3.1 Skor Alternatif Jawaban Positif pada Faktor Kekuatan dan Peluang...	34
Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban Negatif pada Faktor Kelemahan dan Ancaman	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas IFAS.....	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas EFAS	35
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	36
Tabel 3.6 Matrik IFAS	37
Tabel 3.7 Matrik EFAS	38
Tabel 3.8. Matrik Internal-Eksternal	40
Tabel 3.9. Matrik SWOT.....	41
Tabel 4.1 Matrik IFAS	51
Tabel 4.2 Matrik EFAS	54
Tabel 4.3 Matrik Internal-Eksternal	57
Tabel 4.4 Matrik SWOT.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Model Sederhana Proses Pemasaran	15
Gambar 2.2 Menata Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	16
Gambar 2.3 Analisis SWOT	19
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	29