

MICE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN HOTEL GRAND ZURI YOGYAKARTA



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya
pada Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Oleh:

Brilian Sisanti

C9412009

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

TAHUN 2015
commit to user

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Judul Laporan Tugas Akhir

:

MICE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
HOTEL GRAND ZURI YOGYAKARTA

Nama Mahasiswa

: Brilian Sisanti

NIM

: C9412009

Telah Disetujui Oleh Pembimbing Tugas Akhir

Pembimbing I

Sri Winarno, SE, M.H

Pembimbing II

Drs. Suharyana, M.pd

NIP:195801131986031002

Mengetahui

Ketua DIII Usaha Perjalanan Wisata

Umi Yuliati, S.S., M.Hum

NIP:197707162003122002

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

Judul Laporan Tugas Akhir : MICE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN
HOTEL GRAND ZURI YOGYAKARTA

Nama Mahasiswa : Brilian Sisanti

NIM : C9412009

Tanggal Ujian : 3 Agustus 2015

DITERIMA DAN DISETUJUI PANITIA PENGUJI

KETUA PENGUJI

Drs. Sri Agus, M.pd

NIP. 195908131986031001

SEKRETARIS PENGUJI

Dra. Sawitri Pri Prabawati

NIP.195806011986012001

PENGUJI UTAMA

Sri Winarno, SE, M.H

NIP.

PENGUJI KEDUA

Drs. Suharyana, M.Pd.

NIP. 195801131986031002



Dekan Fakultas Ilmu Budaya

Prof. Drs. Riyadi Santosa, M.Ed., Ph.D.

NIP: 196009281986011001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Brilian Sisanti

NIM : C9412009

Jurusan / Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Menyatakan bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul ” **MICE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN HOTEL GRAND ZURI YOGYAKARTA**” ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Selain itu , sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Tugas Akhir ini hasil jiplakan saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Surakarta, Agustus 2015



Brilian Sisanti

MOTTO

Melihat kebawah untuk bersyukur dan melihat keatas untuk menjadi lebih baik

(Aditya Wahyu Nugraha)



commit to user

PERSEMBAHAN



Dengan Rahmat Tuhan YME, Tugas Akhir

dipersembahkan untuk :

Bapak, Ibu, kakakku dan teman-temanku yang senantiasa memberikan dukungan motivasi dan senantiasa mendoakan untuk keberhasilanku hingga dapat menyelesaikan Tugas akhir ini dengan baik.

commit to user

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan Hikmat dan Penyertaan-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“STRATEGI SALES MARKETING DALAM PEMASARAN HOTEL GRANDZURI YOGYAKARTA SEBAGAI PENDUKUNG MICE”**.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan keterbatasan yang ada, sehingga terbuka kemungkinan terjadinya ketidaksempurnaan dalam proses penulisan Tugas Akhir ini. Dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan, dan bimbingan serta motivasi dari semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Riyadi Santoso M.Ed, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret Surakarta, yang telah memberi kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Umi Yuliati, S.S., M.Hum. Kepada Ketua Program Dipolma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberi petunjuk dan saran-saran dan pengarahan dalam menyusun Tugas Akhir.
3. Bapak Sri Winarno, SE, M.H selaku Pembimbing Utama yang telah memberi saran serta pengarahan dan masukan yang sangat berharga bagi penulis sehingga bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

4. Bapak Drs. Suharyana,M.Pd selaku Pembimbang Kedua yang telah memberi saran serta pengarahan dan masukan yang sangat berharga bagi penulis sehingga bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Segenap Dosen pengajar Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Budaya yang telah memberi bimbingan selama masa perkuliahan.
6. Bapak, Ibu dan Kakakku yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan senantiasa mendoakan keberhasilanku hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
7. Ibu Lusia Dian Prasasti selaku Asisten Human Resource Departement yang telah membantu memberikan data yang dibutuhkan penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Bapak Kuncara selaku Sales Excutive yang telah bersedia untuk diwawancarai penulis untuk dapat memperoleh data dan menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Ibu Cheryl Harnita selaku Sales Admin yang telah bersedia untuk diwawancarai penulis untuk dapat memperoleh data dan menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Ibu Ami Nur Ami selaku Sales Senior yang telah bersedia untuk diwawancarai penulis untuk dapat memperoleh data dan menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Bapak Nanang Wijayanto, S.ST.Par selaku petugas Lab Tour Diploma III Usaha Perjalanan Wisata dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya.
12. Ibu Ifah selaku petugas Administrasi Tata Usaha Diploma III Usaha Perjalanan Wisata.

13. Teman-teman Diploma III Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2012 atas dukungan motivasi semangat dan keseruannya selama ini, will miss you all guys.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Surakarta, Agustus 2015



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kajian Pustaka	5
F. Metode Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan	10

commit to user

BAB II POTENSI DAN STRATEGI SALES MARKETING DI GRAND ZURI

HOTEL YOGYAKARTA	11
A. Sejarah dan Gambaran Umum Grand Zuri Hotel Yogyakarta	11
B. Tujuan Didirikan Grand Zuri Hotel Yogyakarta	12
C. Departement-Departement di Hotel Grand Zuri Yogyakarta	14
D. Fasilitas Hotel	16

BAB III STRATEGI SALES MARKETING DALAM PEMASARAN

GRAND ZURI HOTEL	22
A. Potensi Yang Dimiliki Grand Zuri Hotel Yogyakarta	22
B. Peran, Tugas, Dan Tanggung Jawab Sales Marketing Departement	23
C. Deskripsi Dan Nama Meeting Room Di Grand Zuri Hotel Yogyakarta	28
D. Strategi Pemasaran Meeting Room Untuk Kegiatan Mice	30
E. Macam Dan Jenis Package Grand Zuri Hotel Yogyakarta	36
F. Kendala dan Upaya Yang Dihadapi Dalam Pemasaran Meeting Room	38

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	40
B. Saran	41

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 DaftarInforman.....	47
Lampiran 2 Gambar Data Informan	48
Lampiran 3 GambarZuri Lounge.....	49
Lampiran 4 Gambar Grand Zuri Lounge TampakDepan	50
Lampiran 5 GambarPintuMasuk Lobby.....	51
Lampiran 6 Gambar Reservation Grand Zuri Hotel.....	52
Lampiran 7 GambarCerenti Restaurant Hotel Grand Zuri	53
Lampiran 8 GambarCerenti restaurant VIP.....	54
Lampiran 9 Gambar Swimming Pool Hotel Grand Zuri	55
Lampiran 10 Gambar Fitness Center.....	56
Lampiran 11 GambarTheTripta Spa.....	57
Lampiran 12 Gambar Meeting Room.....	58
Lampiran 13 Gambar Deluxe Room	59
Lampiran 14 Gambar Executive Deluxe Room	60
Lampiran 15 Gambar Superior Room	61
Lampiran 16 Gambar Superior Twin Room.....	62
Lampiran 17 Gambar Connecting Junior Suit Room	63
Lampiran 18 Gambar Junior Suit Room	64
Lampiran 19 Gambar Peta Grand Zuri.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1 *Room TypedanPublish Rate* Grand Zuri Hotel Yogyakarta..... 17

Tabel 2 *Market Segmentation*..... 27

Tabel 3 *function configuration* 29



commit to user

ABSTRAK

Brilian Sisanti , C9412009, 2015. **MICE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN HOTEL GRAND ZURI YOGYAKARTA.** Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui **MICE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN HOTEL GRAND ZURI YOGYAKARTA** dengan tujuan untuk menjawab persoalan yang dipertanyakan dalam penelitian ini, yaitu potensi hotel, strategi pemasaran, kendala pemasaran dan upaya sales marketing dalam menghadapi kendala tersebut.

Penulisan laporan Tugas Akhir ini menggunakan teknik pengumpulan data antara lain : metode wawancara, observasi, studi pustaka, analisis data dan studi dokumen. Penulisan laporan ini disajikan secara deskriptif kualitatif untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan mice sebagai strategi pemasaran Hotel Grand Zuri Yogyakarta. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dan disajikan secara deskriptif.

Dari Hasil penelitian ini dapat disimpulkan potensi yang dimiliki oleh Hotel Grand Zuri Yogyakarta yang mendukung kegiatan *MICE* adalah letak yang strategis, suasana yang nyaman dan asri serta fasilitas yang memadai dan pelayanan yang ramah. Dalam pemasarannya strategi yang digunakan adalah *sales call, sales Blitz, sales Trip, Via web dan follow up incoming*. Strategi ini digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam memenuhi target pasar, Dalam pemasarannya tentu ada kendala yang dihadapi, kendala yang dihadapi adalah kurangnya lahan parkir, keterbatasan jumlah meeting room dan kamar , maka untuk menghadapi kendala tersebut Hotel Grand Zuri memberikan solusi dengan bekerjasama dengan hotel lain dan untuk lahan parkir pihak hotel menyewakan lahan parkir di Mcdonal atau Abubakar ali.

MICE sebagai strategi sales marketing berperan penting dalam penjualan di Grand Zuri Hotel Yogyakarta untuk meningkatkan penjualan sehingga dapat mencapai target pasar serta meningkatkan hunian kamar dan *meeting room* serta fasilitas lain yang terdapat di Grand Zuri Hotel Yogyakarta.