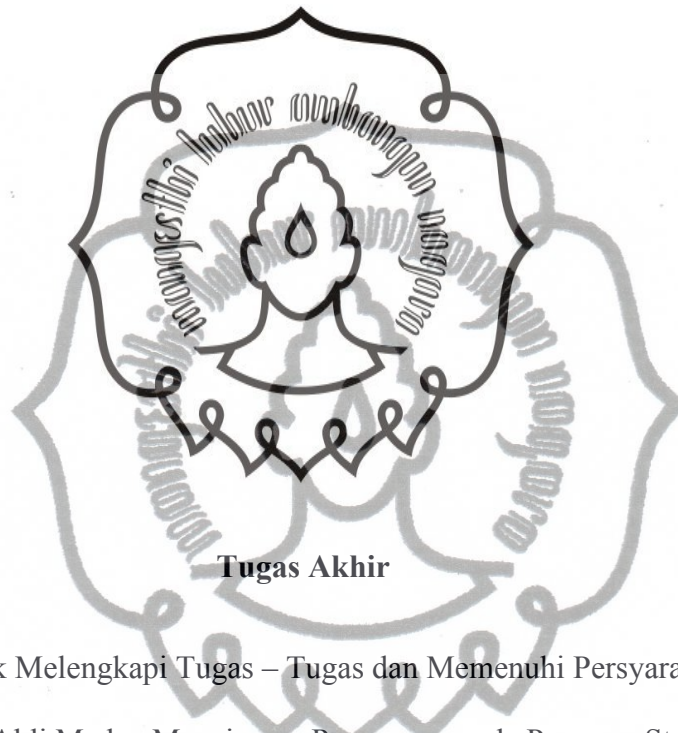


**PENERAPAN STRATEGI *EVENT MARKETING* PADA *SPORT & HEALTHY EXPO* DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK BAGI PENGUNJUNG DI SOLO PARAGON *LIFESTYLE MALL***



**Tugas Akhir**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh :

**ESTIKA NURUN NI'MAH**

**F3218025**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH VOKASI UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2021**  
*commit to user*

**PENERAPAN STRATEGI *EVENT MARKETING* PADA *SPORT & HEALTHY EXPO* DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK BAGI PENGUNJUNG DI SOLO PARAGON *LIFESTYLE MALL***

**ABSTRAK**

**ESTIKA NURUN NI'MAH**

**F3218025**

*Sport & Healthy Expo* merupakan pameran yang menampilkan berbagai kategori olahraga dan kesehatan yang diadakan oleh manajemen Solo Paragon *Lifestyle Mall* dengan bertujuan tidak hanya berjualan tetapi dapat mengedukasi kepada masyarakat, dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan omzet penjualan yang berdampak pada *tenant* sekitar. *Event* ini dijadikan sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran dengan menerapkan strategi *event marketing* yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik bagi pengunjung *mall*.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan studi pustaka. Melalui metode penelitian yang digunakan dengan cara diskriptif kualitatif dan teknik analisis data adalah dengan metode analisis naratif. Pengambilan objek penulis yaitu pada Solo Paragon *Lifestyle Mall*. Wawancara dilakukan dengan *staff department Marketing Communication* Solo Paragon *Lifestyle Mall* dan pengunjung yang berkunjung pada *event Sport & Healthy Expo*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *strategi event marketing* pada *Sport & Healthy Expo* melalui beberapa proses mulai dari *research, design, planning, coordination, dan evaluation*. Adanya konsep dan tema event, komunikasi pemasaran yang baik, sumber daya manusia yang ada, estimasi dana yang memadai, dan desain yang kreatif dan unik menjadi faktor penentu keberhasilan *event* dan membuat penyelenggaraan *event* menjadi efektif, meskipun terdapat beberapa kendala yang dialami divisi *Marcomm*.

**Kata Kunci : *event marketing, daya tarik pengunjung***

***IMPLEMENTATION OF EVENT MARKETING STRATEGY ON SPORT &  
HEALTHY EXPO IN INCREASING ATTRACTION FOR VISITORS AT  
SOLO PARAGON LIFESTYLE MALL***

***ABSTRACT***

**ESTIKA NURUN NI'MAH**

**F3218025**

*Sport & Healthy Expo is an exhibition that displays various categories of sports and health held by the management of Solo Paragon Lifestyle Mall with the aim of not only selling but educating the public, increasing the number of visitors and sales turnover which has an impact on the surrounding tenants. This event is used as a marketing communication strategy by implementing an event marketing strategy that aims to increase the attraction for mall visitors.*

*Data collection techniques in this study used observation, interviews, and literature study. The research method used is descriptive qualitative and the data analysis technique is the narrative analysis method. Taking the object of the author is at the Solo Paragon Lifestyle Mall. Interviews were conducted with staff of the Marketing Communication department of Solo Paragon Lifestyle Mall and visitors who visited the Sport & Healthy Expo event.*

*The results of this study indicate that the implementation of the event marketing strategy at the Sport & Healthy Expo goes through several processes ranging from research, design, planning, coordination, and evaluation. The existence of the concept and theme of the event, good marketing communication, existing human resources, adequate funding estimates, and creative and unique designs are the determining factors for the success of the event and make organizing the event effective, although there are several obstacles experienced by the Marcomm division.*

**Key Word : event marketing, visitor attraction** *to user*

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**PENERAPAN STRATEGI *EVENT MARKETING* PADA *SPORT & HEALTHY EXPO* DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK BAGI PENGUNJUNG DI SOLO PARAGON *LIFESTYLE MALL***

Telah disetujui dan diterima oleh pembimbing  
Tugas Akhir Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran  
Sekolah Vokasi  
Universitas Sebelas Maret  
Surakarta



Surakarta, 29 Juni 2021

Pembimbing

Lintang Auninggar, S.E., M.Sc.

NIP. 1984092720130201

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

### **PENERAPAN STRATEGI *EVENT MARKETING* PADA *SPORT & HEALTHY EXPO* DALAM MENINGKATKAN *DAYA TARIK* BAGI *PENGUNJUNG* DI *SOLO PARAGON LIFESTYLE MALL***

Telah disahkan oleh Tim Penguji Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Sekolah Vokasi

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Surakarta, 14 Juli 2021

Tim Penguji Tugas Akhir

Penguji

Brian Gregory Adhiehendra, S.E., M.Sc.

NIP. 1992022720200801

Pembimbing

Lintang Ayuninggar, S.E., M.Sc.

NIP. 1984092720130201

Dekan

Sekolah Vokasi



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Si., Ak.

NIP. 196909241994021001

Mengetahui,

Kepala Program Studi

D3 Manajemen Pemasaran

Desy Mayasari, S.E., M.Sc.

NIP. 198712112020122010

## MOTTO

- ❖ Teruslah berusaha karena semuanya bisa jadi mungkin
- ❖ Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Q.S. Al-Insyirah : 5-6)

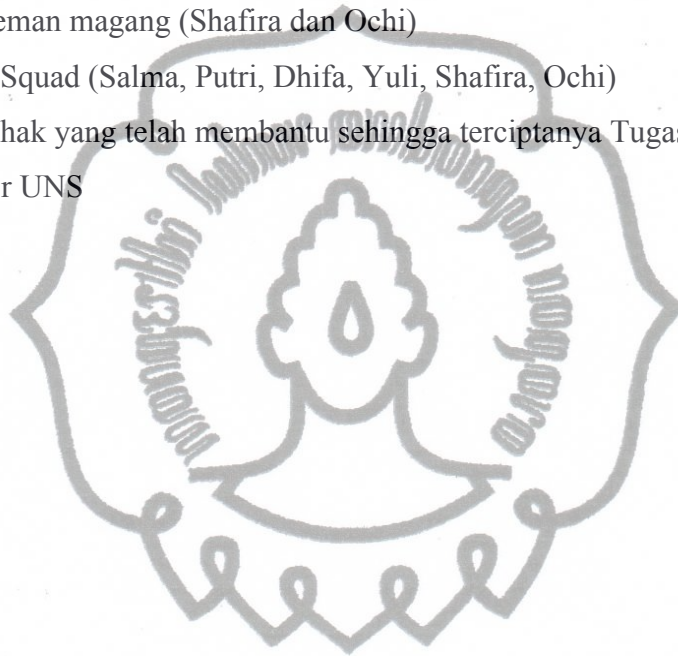




## HALAMAN PERSEMBAHAN

Hasil karya ini saya persembahkan untuk :

- Kedua orang tua yang saya hormati dan cintai
- Keluarga saya (kakakku dan adikku)
- Teman - teman Manajemen Pemasaran B 2018
- Teman - teman magang (Shafira dan Ochi)
- Rempong Squad (Salma, Putri, Dhifa, Yuli, Shafira, Ochi)
- Pihak - pihak yang telah membantu sehingga terciptanya Tugas Akhir ini.
- Almameter UNS



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala, yang telah memberikan hidayah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul : “PENERAPAN STRATEGI *EVENT MARKETING* PADA *SPORT & HEALTHY EXPO* DALAM MENINGKATKAN *DAYA TARIK* BAGI *PENGUNJUNG* DI *SOLO PARAGON LIFESTYLE MALL*”.

Sholawat serta salam tetap selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang dinantikan hingga hari akhir nanti.

Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada program studi DIII Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan. Adapun penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Santoso Tri Hananto, M.Si., A.k. selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Desy Mayasari, S.E., M.Sc selaku Kepala Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Lintang Ayuninggar, S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan nasihat, dukungan, dan selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan praktik kerja lapangan dan Tugas Akhir.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan penulis ilmu kepada penulis selama kegiatan belajar mengajar di bangku kuliah.



5. Seluruh keluarga besar saya yang selalu mendo'akan dan mendukung saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Segenap karyawan Solo Paragon Lifestyle Mall yang telah membimbing selama magang dan membantu memberikan keperluan yang penulis butuhkan dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Seluruh teman – teman D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2018 atas kebersamaan, kekompakan, dan kerjasamanya selama di bangku kuliah.

Akhir kata, semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan selanjutnya.



Surakarta, 18 Juni 2021



**Estika Nurun Ni'mah**

NIM. F3218025

## DAFTAR ISI

|                                 |      |
|---------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....              | i    |
| ABSTRAK.....                    | ii   |
| <i>ABSTRACT</i> .....           | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....        | iv   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....         | v    |
| MOTTO.....                      | vii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....        | viii |
| KATA PENGANTAR.....             | ix   |
| DAFTAR ISI.....                 | xi   |
| DAFTAR BAGAN.....               | xiii |
| DAFTAR GAMBAR.....              | xiv  |
| DAFTAR TABEL.....               | xv   |
| DAFTAR GRAFIK.....              | xvi  |
| BAB I.....                      | 1    |
| PENDAHULUAN.....                | 1    |
| A. Latar Belakang.....          | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....         | 3    |
| C. Tujuan Penelitian.....       | 4    |
| D. Manfaat Penelitian.....      | 5    |
| BAB II.....                     | 6    |
| TINJAUAN PUSTAKA.....           | 6    |
| A. Pengertian Pemasaran.....    | 6    |
| B. Komunikasi Pemasaran.....    | 6    |
| C. Event Marketing.....         | 10   |
| D. Minat Pengunjung.....        | 16   |
| BAB III.....                    | 18   |
| METODE PENELITIAN.....          | 18   |
| A. Metode Penelitian.....       | 18   |
| B. Jenis dan Sumber Data.....   | 18   |
| C. Teknik Pengumpulan Data..... | 19   |

|   |    |
|---|----|
| D. Teknik Analisis Data.....  | 20 |
| BAB IV.....   | 22 |
| PEMBAHASAN.....   | 22 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan.....  | 22 |
| 1. Sejarah Singkat Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> .....                   | 22 |
| 2. Visi dan Misi Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> .....                     | 23 |
| 3. Struktur Organisasi Solo Paragon <i>Lifestyle Mall</i> .....               | 24 |
| 4. Logo Perusahaan.....   | 27 |
| B. Laporan Kegiatan Magang Mahasiswa.....                                     | 28 |
| 1. Deskripsi Kegiatan Magang Mahasiswa.....                                   | 28 |
| 2. Tujuan Kegiatan Magang Mahasiswa.....                                      | 29 |
| 3. Manfaat Kegiatan Magang Mahasiswa.....                                     | 29 |
| 4. Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kegiatan Magang Mahasiswa.....                | 30 |
| 5. Jam Kerja Kegiatan Magang Mahasiswa.....                                   | 30 |
| 6. Uraian Kegiatan Magang Mahasiswa.....                                      | 31 |
| C. Analisis.....  | 37 |
| 1. Sport & Healthy Expo.....  | 37 |
| 2. Strategi <i>event marketing</i> pada <i>Sport &amp; Healthy Expo</i> ..... | 40 |
| 3. Faktor – faktor yang memengaruhi tingkat keberhasilan <i>event</i> .....   | 43 |
| 4. Kendala <i>event Sport &amp; Healthy Expo</i> .....                        | 47 |
| 5. Efektivitas diselenggarakannya <i>event Sport &amp; Healthy Expo</i> ..... | 49 |
| BAB V.....  | 53 |
| PENUTUP.....  | 53 |
| A. Kesimpulan.....  | 53 |
| B. Saran.....   | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA.....   | 56 |
| Lampiran .....  | 58 |

## DAFTAR BAGAN

| BAGAN  | Halaman |
|--|---------|
| Bagan 4.1 Struktur Management Solo Paragon Mall..... | 23      |



**DAFTAR GAMBAR**

| GAMBAR   | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 4.1 Logo Solo Paragon Lifestyle Mall..... | 26      |
| Gambar 4.2 Logo Solo Paragon Lifestyle Mall..... | 27      |
| Gambar 4.3 Logo Solo Paragon Lifestyle Mall..... | 27      |



### DAFTAR TABEL

| TABEL  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 4.1 Rincian Kegiatan Magang Mahasiswa.....                           | 30      |
| Tabel 4.2 Daftar Peserta <i>Booth Event Sport &amp; Healthy Expo</i> ..... | 37      |
| Tabel 4.3 Tabulasi Jumlah Pengunjung.....                                  | 49      |





**DAFTAR GRAFIK**

| GRAFIK   | Halaman |
|--|---------|
| Grafik 4.1 Grafik pengunjung Mall bulan Januari 2021.....  | 48      |
| Grafik 4.1 Grafik pengunjung Mall bulan Februari 2021..... | 48      |

