

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat Teoritis.....	5
2. Manfaat Praktis .....	6
1.6 Tinjauan Pustaka .....	6
1.7 Landasan Teori.....	8
1.8 Metode Penelitian.....	13
1. Waktu dan Tempat Penelitian.....	13
2. Jenis Penelitian.....	14
3. Alat Penelitian.....	14
4. Teknik Pengumpulan Data.....	15
5. Teknik Analisis Data.....	18
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
2.1 Sejarah Werkudara <i>Travel dan Event Management</i> .....	19
2.2 Tentang Perusahaan .....	23
2.3 Definisi Nama Dan Logo Perusahaan.....	24
2.4 Nilai Inti Perusahaan .....	26
2.5 Struktur Organisasi Werkudara <i>Travel dan Event Managament</i> .....	28
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Strategi Pemasaran yang Diterapkan oleh Werkudara <i>Travel dan Event Managament</i> dalam Meningkatkan Permintaan Klien .....	35
3.2 Evaluasi Strategi Pemasaran Werkudara <i>Travel dan Event Managament</i> Berdasarkan Strategi Bersaing Secara Generik .....	65
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>75</b>
4.1 Kesimpulan .....	75

4.2 Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR ISTILAH

<i>Ambience</i>	: suasana.
<i>Amenitas</i>	: berbagai fasilitas di luar akomodasi yang dapat dimanfaatkan wisatawan selama berwisata di suatu destinasi.
<i>Authentic experience</i>	: pengalaman yang baru, unik, dan berkesan.
<i>Awareness</i>	: kesadaran.
<i>Brand</i>	: janji penjual untuk secara konsisten memberikan keistimewaan, manfaat, dan jasa tertentu pada pembeli.
<i>Diferensiasi</i>	: proses pembedaan suatu produk atau jasa untuk membuatnya lebih menarik terhadap suatu pasar sasaran tertentu.
<i>Dokumen perjalanan</i>	: surat keterangan yang digunakan selama dalam perjalanan menerangkan orang yang namanya tercantum dalam surat keterangan tersebut sehubungan perjalanannya.
<i>Dominasi</i>	: suatu hal yang lebih menonjol diantara lainnya.
<i>E-commerce</i>	: perdagangan elektronik atau via-online.
<i>Event</i>	: sebuah acara yang telah disusun sebaik mungkin.
<i>Event organizer</i>	: pengelola suatu kegiatan (pengorganisir acara).
<i>Fasilitas</i>	: sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi untuk wisatawan.
<i>General</i>	: umum.
<i>Generik</i>	: kekhasan sifat yang dimiliki oleh suatu kelompok.
<i>Hospitality</i>	: hubungan antara tamu dan tuan rumah, atau tindakan atau praktek yang ramah. Secara khusus, ini termasuk penerimaan dan hiburan para tamu, pengunjung, atau orang asing, resort, klub keanggotaan, konvensi, atraksi, acara khusus, dan layanan lainnya untuk wisatawan dan turis.
<i>Impact</i>	: dampak terhadap suatu hal.

Implementasi	: penerapan.
<i>Informan</i>	: orang yang memberi tanggapan atas pertanyaan.
Inovatif	: pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru.
<i>Intangible</i>	: aset barang-barang berharga yang tak dapat diraba.
Integritas	: keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan.
Insentif	: tambahan penghasilan.
<i>Job desc</i>	: deskripsi tanggung jawab kerja.
Kompetisi	: persaingan.
Konferensi	: rapat atau pertemuan untuk berunding atau bertukar pendapat mengenai suatu masalah yang dihadapi bersama
Klien	: konsumen.
<i>Lenght of stay</i>	: jangka waktu berapa lama wisatawan tinggal di suatu destinasi.
<i>Managment</i>	: sebuah proses yang dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan suatu organisasi.
<i>Market niche</i>	: pasar yang sangat fokus terhadap suatu jenis atau layanan tertentu.
MICE	: Meeting, Intensive, Convention and Exhibition. MICE dapat digolongkan sama dengan <i>event organizer</i> , akan tetapi MICE jauh lebih luas.
Orientasi	: peninjauan untuk menentukan sikap (arah, tempat, dan sebagainya) yang tepat dan benar.
<i>Original</i>	: asli.
Otentik	: asli.
<i>Overland</i>	: sebuah wisata yang menggunakan transportasi darat untuk mencapai obyek-obyek wisata yang dituju.
Paket wisata	: produk perjalanan yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan.

Pameran	: suatu kegiatan penyajian karya seni rupa untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi dengan masyarakat luas atau wisatawan.
Pemasaran	: aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.
<i>Positioning</i>	: tindakan perusahaan untuk merancang produk dan bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen.
Potensi wisata	: segala sesuatu yang dimiliki oleh daerah tujuan wisata, dan merupajan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut.
Produk	: barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan.
Promosi	: untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa.
Proses	: rangkaian tindakan, pembuatan, atau pengolahan yang menghasilkan produk.
<i>Physical evidence</i>	: variabel yang bisa dikendalikan oleh perusahaan-perusahaan dalam komunikasinya dengan dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen sasaran.
Realisasi	: pelaksanaan yang nyata.
Regulasi	: pengaturan.
<i>Retail</i>	: semua kegiatan penjualan barang maupun jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi.
<i>Retailer</i>	: perantara.
Sektor	: lingkungan suatu usaha.
<i>Service</i>	: pelayanan.
<i>Signature service</i>	: bukti pelayanan, kompetensi, dan penawaran yang disuguhkan kepada klien.
Spesifik	: khusus.
Strategi	: pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.

Staf	: sekelompok orang yang bekerja sama membantu seorang ketua dalam mengelola sesuatu.
<i>Travel</i>	: penyedia jasa pelayanan perjalanan dan tiket.
<i>Travel mart</i>	: suatu acara untuk promosi pariwisata.
<i>Turn down service</i>	: pelayanan yang diberikan oleh bagian <i>housekeeping</i> untuk merapikan tempat tidur pada kamar hotel dan dilengkapi dengan sebuah hadiah khusus berupa barang untuk tamu.
<i>Vendor</i>	: seseorang yang membuat atau menyediakan produk digital seperti ebook, video, membership, <i>software</i> maupun jasa.
<i>Venue</i>	: tempat atau lokasi penyelenggaraan sebuah <i>event</i> .
Wisatawan	: orang yang berkunjung atau berwisata ke suatu tempat.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tinjauan Pustaka .....	6
Tabel 3.1 <i>Costing</i> Paket Wisata .....	41
Tabel 3.2 Perbandingan Harga Paket Wisata .....	67
Tabel 3.3 Data <i>Lead</i> Jumlah Klien Tahun 2017 .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Nama Perusahaan .....	24
Gambar 2.2 Logo Werkudara.....	25
Gambar 3.1 Produk wisata Yogyakarta & Beyond .....	37
Gambar 3.2 Perarakan Gunungan Dilakukan oleh Klien dari Bank BRI Katamso.....	38
Gambar 3.3 Klien menggunakan delman untuk mobilisasi .....	39
Gambar 3.4 Lokasi Kantor dalam <i>Maps</i> .....	44
Gambar 3.5 Pelaksanaan 23rd <i>East Mediterranean International     Tourism &amp; Travel Exhibition</i> (Emitt) di Istanbul, Turkey .....	54
Gambar 3.6 <i>Head of Departments Training “Smart Analysis”</i> .....	56
Gambar 3.7 Ambiens Rakornas Kemenkop 2018.....	64
Gambar 3.8 <i>Crafting Authentic Travel Experiences</i> .....	68



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. <i>Transcript Wawancara Informan</i> .....	80
Lampiran 2. <i>Transcript Wawancara Informan</i> .....	86
Lampiran 3. <i>Transcript Wawancara Informan</i> .....	87
Lampiran 4. Bagan Organisasi PT. Werkudara Nirwana Sakti .....	88