UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BENKA 13 TOUR & TRAVEL
CORY FEBRIANA S., Fahmi Prihantoro, S.S., S.H., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ……..…… i

HALAMAN PERNYATAAN ……..…… ii

HALAMAN PERSETUJUAN ……..……..…….. iii

HALAMAN PENGESAHAN ……..……..….. iv

MOTTO ……..……..…….…… v

HALAMAN PERSEMBAHAN ……..…….. vi

INTISARI ……..……..……. vii

ABSTRACT ……..……..…….. viii

KATA PENGANTAR ……... ix

DAFTAR ISI ……..……..…… xiii

DAFTAR LAMPIRAN ……..……..…. xvi

DAFTAR GAMBAR ……..…….. xvii

BAB I PENDAHULUAN ……..……... 1

A. Latar Belakang …….……... 1

B. Rumusan Masalah …….……. 4

C. Tujuan Laporan ……...……... 4

D. Manfaat …….……..……..... 4

E. Tinjauan Pustaka ……..……..…. 5

F. Landasan Teori ……...……..….. 7

G. Metode Penelitian ……... 11

H. Sistematika Penulisan ……..……..……. 13

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BENKA 13 TOUR & TRAVEL
CORY FEBRIANA S., Fahmi Prihantoro, S.S., S.H., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB II PROFIL USAHA BENKA 13 *TOUR & TRAVEL* ……..…… 14

A. Awal Mula Perkembangan Benka 13 *Tour & Travel* ……..……... 14

B. Lokasi ……..……. 18

C. Visi & Misi Benka 13 *Tour & Travel* ……. 19

D. Struktur Organisasi Benka *13 Tour & Travel* ……. 20

1. General Manager ……. 21
2. General Operational …… 21
3. Marketing Property …….. 22
4. Staff ……. 22

E. Mitra Kerja Benka 13 *Tour & Travel* ……. 22

BAB III PEMBAHASAN ……...……... 25

A. Strategi Pemasaran Benka 13 *Tour & Travel* ……. 25

B. Langkah Pemasaran Benka 13 *Tour & Travel* dalam Menghadapi Persaingan serta Meningkatkan Penjualan ……. 26

a. *Product* ……...……...…….. 26

b. *Price* ……...……..…... 26

c. *Promotion* ……..…….. 27

1. Bekerja Sama dengan Tour & Travel …….. 27
2. Bekerja Sama dengan Pihak-Pihak Penyelenggara *Event* ... 28
3. Bekerja sama dengan Buletin, Majalah, dan Jasa Periklanan Online …… 29
4. Bekerja Sama dengan Hotel …… 32
5. Bekerja Sama dengan Perusahaan-Perusahaan Besar ……. 41

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
STRATEGI PEMASARAN YANG DILAKUKAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BENKA 13 TOUR & TRAVEL
CORY FEBRIANA S., Fahmi Prihantoro, S.S., S.H., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

d. *Place* …… 42

C. Sasaran Promosi yang Diambil Benka 13 *Tour & Travel* untuk Menghadapi Persaingan serta Meningkatkan Penjualan …… 42

1. Pemanfaatan Komunikasi Visual dan Teknologi Informasi …..…. 43
2. Pemanfaatan Peranan Media Elektronik dan Internet ……. 45

BAB IV PENUTUP ……...…… 60

A. Kesimpulan ……..….. 60

B. Saran ……... 61

DAFTAR PUSTAKA ……..……..……. 63

LAMPIRAN ……...…… 65