

## INTISARI

Seiring dengan perkembangan spa, maka meningkat pula permintaan tenaga terapis spa. Namun keadaan ini berbanding terbalik dengan ketersediaan sumber daya manusia ahli. Oleh karena itu dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat, seperti yang dilakukan oleh Lembaga Kursus dan Pelatihan Spa Putri Kedaton.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran pada Lembaga Kursus dan Pelatihan Spa Putri Kedaton dalam meningkatkan jumlah peserta pelatihan, kendala pada Lembaga Kursus dan Pelatihan Spa Putri Kedaton dalam memasarkan produknya, serta upaya yang dilakukan Lembaga Kursus dan Pelatihan Spa Putri Kedaton untuk mengatasi kendala dalam memasarkan produknya. Penelitian ini dilakukan dengan prosedur mengumpulkan data, pengolahan data dan pengorganisasian data yang diperoleh dari lapangan, kemudian ditarik kesimpulan untuk menjawab persoalan pada rumusan masalah.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari Tugas Akhir ini adalah strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh Lembaga Kursus dan Pelatihan Spa Putri Kedaton meliputi produk, harga, promosi, distribusi, *people*, proses dan bukti fisik. Lembaga Kursus dan Pelatihan Spa Putri Kedaton menemui beberapa kendala saat memasarkan produknya, baik dari dalam maupun luar lembaga. Namun, kendala yang dihadapi tersebut dijadikan sebagai acuan bagi Lembaga Kursus dan Pelatihan Spa Putri Kedaton untuk memperbaiki diri supaya menjadi lebih baik.

Kata kunci : spa, strategi pemasaran

## **ABSTRACT**

Along with a spa, the higher the energy demand for spa therapists. However, inversely proportional to the availability of skilled human resources. Therefore, required a proper marketing strategy, as was done by the Spa Course and Training Institute of Putri Kedaton.

This thesis aims to determine the marketing mix strategy in Spa Course and Training Institute of Putri Kedaton in increasing the number of participants, obstacle of Spa Course and Training Institute of Putri Kedaton in marketing their products, as well as the efforts of Spa Course and Training Institute of Putri Kedaton to overcome obstacles in marketing their products. This study conducted by collecting the data obtained from the field, then be deduced to answer the questions on the formulation of the problem.

The conclusion that can be drawn from this final task is marketing mix strategy used by Spa Course and Training Institute of Putri Kedaton include product, price, promotion, distribution, people, process and physical evidence. Spa Course and Training Institute of Putri Kedaton encountered some obstacles when marketing their products, both from within and outside the institution. However, obstacles encountered are taken as reference for Spa Institute and Training Cours Spa Course and Training Institute of Putri Kedaton to improve ourselves to be better .

Keywords : spa, marketing strategy