

**OPTIMALISASI PENERAPAN BAURAN
PEMASARAN DI PT. WANINDO PRIMA JAKARTA**

PROYEK AKHIR

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Dalam Menyelesaikan Studi
Diploma IV**



Disusun Oleh:

Mochamad Lerrian Tumbelaka

Nomor Induk: 201923301

**JURUSAN PERJALANAN
PROGRAM STUDI
PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
2023**

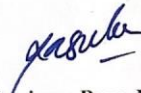
LEMBAR PENGESAHAN
“OPTIMALISASI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DI
PT.WANINDO PRIMA”

LEMBAR PENGESAHAN
“OPTIMALISASI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN PT.WANINDO PRIMA”

NAMA : Mochamad Lerrian Tumbelaka
NIM : 201923301
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI &
ACARA

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Wisnu Prahadianto, SE.,M.Sc.

Marsianus Raga, MM.Par

NIP. 19730315 200605 1 002

NIP. 19751024 200902 1 001

Bandung, 27 APRIL 2023

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan dan
Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE

19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN
“OPTIMALISASI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DI
PT.WANINDO PRIMA”


LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

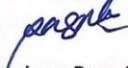
“OPTIMALISASI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DI PT. WANINDO PRIMA”

NAMA : Mochamad Lerrian Tumbelaka
NIM : 201923301
JURUSAN : PERJALANAN
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN KONVENSI DAN ACARA

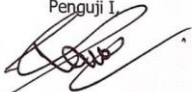
Pembimbing Utama,


Wisnu Pradianto, SE., M.Sc.
NIP: 19730315 200605 1 002

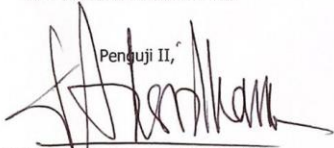
Pembimbing Pendamping,


Marsianus Raga, MM. Par.
NIP: 19751024 200902 1 001

Penguji I,


Syaeful Muslim, S.Pd., MM.
NIP: 19721019 200502 1 001

Penguji II,


Deddy Adisudharma, S.Sos., MM.
NIP: 19700210 200312 1 001

Bandung, 16 Agustus 2023

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Ni Gusti Made Kerti Utami., BA., MM.Par CHE
19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., CHE
NIP. 19710506 199803 1 001



LEMBAR PERNYATAAN

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Mochamad Lerrian Tumbelaka
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 15 Desember 2000
NIM : 201923301
Program Studi : Pengelolaan Konvensi & Acara
Jurusan : Perjalanan

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Proyek yang berjudul:
"OPTIMALISASI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DI PT. WANINDO PRIMA" ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari dosen pembimbing.
2. Didalam Proyek akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas tercantum sebagai acuan didalam naskah sebagai sumber, nama pengarang dan dicantumkan didalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila didalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan, atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Demikian Surat pernyataan ini saya buat dengan sebaik-baiknya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Bandung, 16 Agustus 2023



Mochamad Lerrian Tumbelaka
NIM 201923301

Halaman Motto

"Learning from one's own experience is smart, but learning from other people's experience is wise"

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Proyek Akhir ini dipersembahkan kepada:

Kelurga,

Karya Proyek Akhir ini merupakan sebuah bukti apresiasi penulis yang paling tulus dan nyata atas dukungan dan perjuangan keluarga untuk penulis selama masa menempuh kuliah baik dalam bentuk moral maupun materi. Semua yang terealisasikan selama ini tidak akan maksimal tanpa adanya keluarga penulis

Terimakasih kepada Mamah, Papah dan Kaka

PT. Wanindo Prima

Karya Proyek Akhir ini merupakan bentuk terima kasih dan apresiasi terhadap PT. Wanindo Prima yang telah mengizinkan, membantu, dan mendukung penulis dalam melakukan penelitian yang dijalani di perusahaannya.

Terima kasih.

Diri Saya Sendiri

Saya berterima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah berhasil menempuh semua rintangan yang ada, susah maupun mudah. Meskipun sering merasa tidak mampu dan kesusahaan, diri saya masih bisa menyeimbangi seluruh pekerjaan yang ada dan menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Terima kasih.

ABSTRAK

Sebagai sebuah perusahaan, terdapat peran penting pada divisi pemasaran untuk memberikan profit atau pendapatan dari target yang ditentukan oleh perusahaan. Dalam waktu 3 tahun terakhir termasuk tahun ini, kerjasama pembangunan *booth* dan sebagai official kontraktor yang didapatkan PT. Wanindo Prima dari hasil menggunakan alat bauran pemasaran belum berhasil mencapai target. Dalam penelitian ini, penulis mencari tau perusahaan dalam menggunakan alat bauran pemasaran yang terdiri dari *Product, Price, Promotion, Place*. Setelah dilakukannya penelitian, penulis menemukan bahwa beberapa indikator yang terdapat dari keempat aspek bauran pemasaran tersebut dirasa sudah optimal dan masih ada yang masih dirasa belum cukup optimal. Penulis pun memberikan beberapa rekomendasi kepada PT. Wanindo Prima selaku sebuah perusahaan dalam menggunakan alat bauran pemasaran guna mencapai target pemasaran yang perusahaan tergetkan.

Kata Kunci: Pemasaran, Bauran Pemasaran, Kontraktor, Pameran

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir guna memenuhi salah satu syarat menempuh gelar Diploma IV Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Pariwisata NHI Bandung dengan judul penelitian "OPTIMALISASI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN DI PT.WANINDO PRIMA"

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis baik secara langsung ataupun tidak langsung. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Andar Danova, L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par. selaku Wakil Direktur 1 Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Marsianus Raga, MM. Par. selaku Ketua Jurusan Perjalana Politeknik Pariwisata NHI Bandung sekaligus pembimbing II dalam penyusunan penelitian ini.
4. Bapak Reza Nurizki, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
5. Bapak Wisnu Prahadianto, SE.,M.Sc. Selaku pembimbing utama dalam penyusunan penelitian ini.
6. Bapak Iwan Jahya selaku Pemilik dan Direktur PT. Wanindo Prima yang telah mengizinkan dan mendukung penelitian ini.
7. Ibu Jenny Libra selaku Head of Marketing PT. Wanindo Prima yang telah membantu peneliti dalam penelitian ini.
8. Lucky Miradi Tumbelaka selaku orang tua peneliti yang telah mendukung dan menjadi motivasi besar peneliti untuk menuntaskan Proyek Akhir.
9. Vivi Novita selaku orang tua peneliti yang telah mendukung dan menjadi motivasi besar peneliti untuk menuntaskan Proyek Akhir.
10. Rekan PKA yang telah mendukung, dan ikut berjuang bersama penelitian ini.
11. PT. Wanindo Prima yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada

peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa pembuatan Proyek Akhir ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran membangun agar dapat membantu penulis lebih baik lagi dan penulis berharap bahwa penulisan Proyek Akhir ini dapat berguna bagi penulis maupun pembaca.

Bandung, 28 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori.....	10
1. Pameran.....	10
2. Kontraktor	11
3. Pemasaran	11
4. Strategi Pemasaran.....	12
5. Bauran Pemasaran	15
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Rancangan Penelitian.....	21
B. Partisipan dan Tempat Penelitian	22
C. Pengumpulan Data.....	22
D. Analisis Data	24
E. Rencana Pengujian Keabsahan Data	26
F. Jadwal Penelitian.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Hasil Penelitian.....	28
1. <i>Product</i>	29
2. <i>Price</i>	34
3. <i>Promotion</i>	36

4. Place	38
B. Pembahasan	40
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	57
A. Kesimpulan	57
B. Rekomendasi	58
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

TABEL 1 TARGET DAN REALISASI <i>CONSTRUCTION BOOTH</i>	5
TABEL 2 KOMPONEN BAURAN PEMASARAN 4P.....	15
TABEL 3 PENELITIAN TERLEBIH DAHULU	18
TABEL 4 MODEL ANALISIS DATA INTERAKTIF.....	26
TABEL 5 KETERANGAN INFORMAN	28

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 PENGGUNAAN LAMPU MHL	41
GAMBAR 2 PERBEDAAN PENGGUNAAN KESELAMATAN KERJA	42
GAMBAR 3 PENGHARGAAN PT. WANINDO PRIMA.....	43
GAMBAR 4 PERBAIKAN LISTRIK EVENT APCS.....	45
GAMBAR 5 <i>LIST HARGA</i> PT. WANINDO PRIMA	47
GAMBAR 6 <i>EXHIBITOR MANUAL BOOK</i>	50
GAMBAR 7 SOSIAL MEDIA PT. WANINDO PRIMA	51
GAMBAR 8 PERIKLANAN PADA <i>MANUAL BOOK ORGANIZER</i>	51
GAMBAR 9 INVENTARIS PADA GUDANG PT. WANINDO PRIMA	54
GAMBAR 10 KENDARAAN PT. WANINDO PRIMA.....	54
GAMBAR 11 INFRASTRUKTUR JALAN DADAP TANGERANG.....	56

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Muchtar, S. (2015). *Dasar Penelitian Kualitatif*. Gelar Pustaka Mandiri.
- Amstrong, P. K. (2008). *Principles of Marketing*. PEARSON.
- Asnudin, A. (2005). Konsep Pengembangan Kontraktor. A. Asnudin, 210.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Chaffey, D. (2019). *Digital Marketing*. PEARSON.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri.
- Hardy, J. (2022). Branded Content. In J. Hardy, *Branded Content* (p. 23). Routledge.
- Isoraite, M. (2016). MARKETING MIX THEORETICAL ASPECTS. *Margarita Isoraite*, 28.
- Isoraite, M. (2016). MARKETING MIX THEORETICAL ASPECTS. *Margarita Isoraite*.
- Janner Simarmata, R. A. (2021). *Metodologi Riset Bidang Sistem Informasi dan Komputer*. Yayasan Kita Penulis.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Anak Hebat Indonesia.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy*. Kogan Page Limited.
- Mardawini. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif*. Deepublish.
- Matthew B. Miles, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE.
- Moutinho, L. (2000). *Strategic Management in Tourism*. NewYork: CABI.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam pendidikan bahasa indonesia*. cakra books.
- Philip Kotler, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: PEARSON.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *A Framework for marketing management*. PEARSON.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management*. PEARSON.
- Raharjo, M. (2010). Triangulasi dalam penelitian kualitatif. *M Raharjo*.
- Raheja, D. V. (2012). B2B and B2C Management. *Dr. Vinod Kumar dan Er. Gagandeep, Raheja*.
- Semiawan, C. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo.

- Sigh, M. (2021). Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *Meera Sigh*, 42.
- Stefany, O. (2015). Analisis Faktor Yang Mendukung Kesuksesan Proyek Gedung Bagi Kontraktor Di Kota Yogyakarta. *O Stefany*.
- Subadi, T. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Mass Media.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syaiful Ade Septemuryantoro, C. C. (2018). PEMBELAJARAN WISATA MICE (MEETING, INCENTIVE, CONFERENCE AND EXHIBITION) UNTUK MENCIPTAKAN SDM MICE DI KALANGAN MAHASISWA PERHOTELAN UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO. *Syaiful Ade Septemuryantoro, Cindy Citya Dima*, 408.
- Uri, N. R. (2004). Pameran, media komunikasi antara perpustakaan dengan pengguna. *Noorika Retno Wid uri*, 122.