

**PENERAPAN ANALISIS KOMPETITOR TERHADAP  
PELAKSANAAN PROMOSI DALAM MENARIK SEGMENT  
PASAR MICE DI HOTEL X JAKARTA**

**PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat

Dalam menempuh studi pada

Program Diploma IV



Disusun Oleh :

**RADYA FARREL ALANA**

NIM : 2021309049

**JURUSAN HOSPITALITI**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI**

**BANDUNG**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

### PELAKSANAAN BAURAN PROMOSI DALAM MENARIK SEGMENT PASAR MICE DI HOTEL X JAKARTA

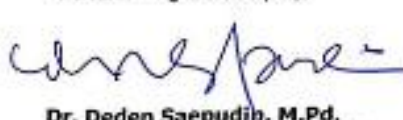
NAMA : Radya Farrel Alana  
NIM : 2021309049  
JURUSAN : Hospitaliti  
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Perhotelan

Pembimbing Utama,



Dr. Raden Fajar Kusnandi Kusumah Putra,  
M.Sc., CHIA., CHE  
NIP. 19850425 201101 1 005

Pembimbing Pendamping,



Dr. Deden Saepudin, M.Pd.  
NIP. 19670615 199603 1 001

Bandung, 19 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



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

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENERAPAN ANALISIS KOMPETITOR TERHADAP PELAKSANAAN PROMOSI DALAM MENARIK SEGMENT PASAR MICE DI HOTEL X JAKARTA

NAMA : Radya Farrel Alana  
NIM : 2021309049  
PROGRAM STUDI : Pengelolaan Perhotelan

Pembimbing Utama,

Dr. Raden Fajar Kusnadi Kusumah  
Putra, M.Sc., CHIA., CHE  
NIP. 198504252011011005

Pembimbing Pendamping,

Dr. Deden Saepudin, M.Pd.  
NIP. 1967061519960310001

Penguji I,

Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE  
NIP. 197705142009021002

Penguji II,

Dr. Acep Unang Bahayu, M.Ed., CIQaB  
NIP. 196411221992031001

Bandung, 1 Agustus 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

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

Menyetujui,

Direktur Politeknik Parwisata NHI Bandung

Dr. Anwari Masatip, MM.Par., CEE  
NIP. 19750415 200212 1 001

### PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Radya Farrel Alana  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 18 Juli 2002  
NIM : 2021309049  
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Hospitality

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul: "Pelaksanaan Bauran Promosi Dalam Menarik Segmen Pasar MICE di Hotel X Jakarta" 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 akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atau apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/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 ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 22 Juni 2025  
Yang membuat pernyataan,



Radya Farrel Alana  
NIM. 2021309049

## **HALAMAN MOTTO**

“Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga.”

– HR. Muslim

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

“Untuk kedua orang tua, saudara, dan sahabat yang sudah mendukung dan mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini”

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang diterapkan oleh Hotel X Jakarta dalam menarik segmen pasar MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition). Dalam menghadapi persaingan yang ketat, hotel ini menerapkan bauran promosi yang terdiri dari *sales call*, *sales blitz*, dan *telemarketing* serta didukung oleh analisis kompetitor sebagai alat bantu strategis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan data yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi sebagai data utama serta dokumen sebagai data pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi yang dijalankan secara terstruktur dan berbasis data, mampu menarik segmen pasar MICE baru serta menjaga hubungan dengan klien lama. Strategi ini juga memperkuat posisi Hotel X Jakarta di tengah dinamika industri perhotelan, meskipun tantangan tetap ada dalam bentuk efisiensi anggaran pemerintah dan munculnya hotel-hotel kompetitor baru. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi pemasaran MICE di industri perhotelan.

**Kata Kunci:** Bauran Promosi, MICE, Analisis Kompetitor

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the promotional strategies implemented by Hotel X Jakarta in attracting the MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) market segment. In facing intense competition, the hotel employs a promotional mix comprising sales calls, sales blitz, and telemarketing, supported by competitor analysis as a strategic tool. The research adopts a descriptive qualitative approach, with primary data collected through in-depth interviews and observations, and secondary data obtained from supporting documents. The findings indicate that a structured and data-driven promotional implementation effectively attracts new MICE market segments while maintaining relationships with existing clients. This strategy also strengthens Hotel X Jakarta's position amid the dynamic hospitality industry, although challenges persist in the form of government budget efficiency measures and the emergence of new competing hotels. This research is expected to provide a tangible contribution to the development of MICE marketing strategies in the hospitality industry.*

**Keywords:** Promotion Mix, MICE, Competitor Analysis.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proyek Akhir dengan judul **“Penerapan Analisis Kompetitor Terhadap Pelaksanaan Promosi Dalam Menarik Segmen Pasar MICE di Hotel X Jakarta”**.

Proyek Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Dalam proses penyusunan Proposal Proyek Akhir, penulis menyadari bahwa tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos, MM.Par., CEE., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, B.A., M.M. PAR., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan Dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
3. Bapak Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE., selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par., CHE., selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
5. Bapak Dr. Raden Fajar Kusnadi Kusumah Putra, M.Sc., CHIA., selaku Dosen Pembimbing Utama.
6. Bapak Dr. Deden Saepudin, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Pendamping.
7. Ibu Dr. Lien Maulina, M.Pd., CHE., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh dosen dan staf administrasi di Program Studi Pengelolaan

Perhotelan yang telah memberikan ilmu dan dukungan selama masa studi.

9. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan berupa doa dan semangat kepada penulis.
10. Seluruh sahabat dan rekan mahasiswa/i Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata NHI Bandung Angkatan 21, yang telah menjadi bagian dari perjalanan penuh makna ini. Penulis menyampaikan terima kasih atas kebersamaan, persahabatan, serta dukungan selama masa perkuliahan hingga penyusunan Proyek Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Proyek Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima segala kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Bandung, 23 Juni 2025

Radya Farrel Alana

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Fokus Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
<b>A. Kajian Teori.....</b>	<b>11</b>
1. Pemasaran .....	11
2. MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) .....	15
3. Analisis Kompetitor .....	18
4. Promosi (Promotion).....	23
5. Bauran Promosi (Promotion Mix).....	24
6. Sales Call.....	26
7. Sales Blitz .....	27
8. Telemarketing .....	28
9. Sales Person .....	29
<b>B. Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
<b>A. Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>32</b>
<b>B. Partisipan dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>33</b>
<b>C. Pengumpulan Data.....</b>	<b>34</b>
1. Data Primer .....	34
2. Data Sekunder.....	40
<b>D. Analisis Data .....</b>	<b>41</b>
1. Reduksi Data (Data Reduction).....	42
2. Penyajian Data (Data Display).....	43

3.	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing / Verification) .....	44
4.	Pengujian Keabsahan Data.....	45
<b>E.</b>	<b>Jadwal Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>53</b>
<b>A.</b>	<b>Hasil Penelitian .....</b>	<b>53</b>
1.	Analisis Kompetitor.....	54
2.	Pelaksanaan Promosi .....	65
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>75</b>
<b>A.</b>	<b>Simpulan .....</b>	<b>75</b>
1.	Peranan analisis kompetitor dalam menarik segmen pasar MICE .....	75
2.	Promosi yang dilakukan dalam menarik segmen pasar MICE .....	76
3.	Pencapaian dalam menarik segmen pasar MICE.....	76
<b>B.</b>	<b>Rekomendasi .....</b>	<b>77</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
<b>JUMLAH EVENT DI HOTEL X PADA TAHUN 2024</b> .....	3
<b>JADWAL PENELITIAN</b> .....	52
<b>TABEL NARASUMBER</b> .....	53
<b>ANALISIS KOMPETITOR</b> .....	54
<b>HASIL REDUKSI DATA</b> .....	57
<b>HASIL REDUKSI DATA</b> .....	65
<b>DATA PERTUMBUHAN ACCOUNT BARU</b> .....	72
<b>PERBANDINGAN JUMLAH EVENT DI HOTEL X 2024-2025</b> .....	73

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. KERANGKA PEMIKIRAN.....	29
2. KOMPONEN ANALISIS DATA MODEL INTERAKTIF .....	39

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**TRANSKRIP WAWANCARA**

**DOKUMENTASI NARASUMBER**

**SURAT PERSETUJUAN WAWANCARA**

**ANALISIS SWOT HOTEL KOMPETITOR**

**DATA EVENT DI HOTEL KOMPETITOR**

**HASIL TURNITIN**

**SURAT IZIN PENELITIAN**

**SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

**BUKTI BIMBINGAN**

**BIODATA PENULIS**

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrilian, P. (2020). *Mice Industry And Event Management*. Cirebon: Nusa Litera Inspirasi.
- Aprilukito, J., Simatupang, V., & Suparman, M. (2017). Kegiatan Sales Call dalam Penjualan Kamar di Grand Hotel Lembang. *Barista: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 4(2), 131–147.
- Aqmala, D., & Ardyan, E. (2019). How does a salesperson improve their performance? The important role of their customer smart response capability. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(2), 223–241.
- Badan Pusat Statistik. (2023). <https://jakarta.bps.go.id/id/publication/2024/09/20/0677bbba7612d6c7271641b7/statistik-hotel-dan-tingkat-penghunian-kamar-hotel-provinsi-dki-jakarta-2023.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024a). <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/12/02/2357/kunjungan-wisatawan-mancanegara--wisman--pada-oktober-2024-mencapai-1-19-juta-kunjungan--naik-22-01-persen-year-on-year--y-on-y--.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024b). <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/31/18e46811848c05eabc2831a7/statistik-hotel-dan-akomodasi-lainnya-di-indonesia-2024.html>
- Billups, M. J., & Hair, J. (2023). REDEFINING THE SALES CALL: THE BUYER'S PERSPECTIVE. *Marketing Management Journal*, 33(1).
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (7th ed.).
- Dewi, N. L. L. A. R., Triyuni, N. N., & Winia, I. N. (2018). Marketing Strategy Through Sales Call and Telemarketing To Increase Room Revenue At The Lerina Hotel Nusa Dua. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 1(2), 197.
- Disimulacion, M. A. T. (2020). MICE tourism during Covid-19 and future directions for the new normal. *Asia Pacific International Events Management Journal*, 1(2), 11–17.
- Egan, J. (2015). *Marketing Communication*. Sage.
- Erdin, A. R., & Kasmita, K. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel New D'dhave Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 1(2), 59–63.

- Handayani, V. T., Rofii, M. S., & Syahputra, A. R. (2023). MICE dan Non-MICE dalam rangka menetapkan strategi event management. *JPPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(4), 127–141.
- Hararap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal Ashri.
- Indrajaya, T. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 3(2), 81.
- Indrawan, K. B. (2020). *Aktivitas Sales Blitz Dalam Meningkatkan Penjualan Di Ascott Waterplace Surabaya*.  
<https://repository.unair.ac.id/100115/4/4.%20BAB%20I%20PENDAHULUAN.pdf>
- Kotler & Armstrong. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, Keller, & Chernev. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17th ed.).
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing* (19th ed.). Pearson.
- Li, X., Lu, L., & Chi, C. G. (2018). Examining incentive travelers: How motivation affects organizational commitment. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 830–842.
- Maulana, E. (2023, November 2). *Jakarta Masih Jadi Destinasi Favorit Wisatawan Mancanegara*. Berita Jakarta .  
<https://m.beritajakarta.id/read/131095/jakarta-masih-jadi-destinasi-favorit-wisatawan-mancanegara>
- Oh, J.-H. (2017). A conceptual framework for successful salesperson role change management. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32, 0.  
<https://doi.org/10.1108/JBIM-07-2016-0163>
- Prasasti, R., & Rosadi, T. (2020). Peran Dan Strategi Sales & Marketing Department Pada Kegiatan Sales Call Dalam Pemasaran Produk Di Amaris Hotel Banjar. *Jurnal Sosial Pariwisata*, 2(2), 148–162.
- Qamariah, I., & Muchtar, Y. C. (2019). Service Quality of MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) Industry. *2019 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2019)*, 614–618.
- Retnawati, B. B. (2016). Developing Salesperson Performance: The Role of Customer Encountering Competence Portfolio, Relational Capital and Service Excellent Customer Heterogeneity. *International Review of Management*

*and Marketing*, 6(4), 891–897.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill- Building Approach* (7th ed.). Wiley.

Siagian, H., Putera, G., & Burlakovs, J. (2020). *The effect of product knowledge on salesperson performance with the moderating role of attitude*.

Siahaan, M., & Brina, M. (2024). Proactive Marketing Strategy: Exploring Marketing Strategies to Increase Occupancy through a Dynamic Sales Approach at Madani Hotel Medan. *Formosa Journal of Science and Technology*, 3(1), 89–102.

Smagina, N. (2017). The internationalization of the Meetings-, Incentives-, Conventions-and Exhibitions-(MICE) industry: Its influences on the actors in the tourism business activity. *Journal of Economics and Management*, 27, 96–113.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif* (3rd ed.). Alfabeta.

Thomas, S. N. (2018). Market study of the outbound incentive travel from Kerala. *Intercontinental Journal of Marketing Research Review*, 6(12), 7–15.

Walker, J. (2017). *Introduction to Hospitality* (7th ed.). Pearson.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm 7 th Edition* (7th ed.). McGraw-Hill Education.