

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN
TIKET PESAWAT DOMESTIK DI PT
KETAPANG WISATA**



Kesya Latifa Wulandari

1409520052

Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Usaha Perjalanan Wisata

**Program Studi Sarjana Terapan
Usaha Perjalanan Wisata
Universitas Negeri Jakarta
Tahun 2024**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bauran pemasaran PT. Ketapang Wisata. Dua faktor utama yang diidentifikasi seperti sumber daya manusia yang kurang ahli dalam promosi, dan kendala pada saluran distribusi (*place*). Permasalahan ini diharapkan dapat diatasi melalui perbaikan strategi bauran pemasaran pada PT. Ketapang Wisata, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan tiket pesawat domestik. Strategi bauran pemasaran yang lancar diharapkan akan lebih mudah dikenal dan diterima oleh masyarakat, serta mampu menghasilkan umpan balik yang positif dalam memasarkan produk-produk PT. Ketapang Wisata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Ketapang Wisata. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh digunakan sebagai bahan analisis dan kemudian ditarik kesimpulan serta diberikan saran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang digunakan PT. Ketapang Wisata mencakup produk, harga, tempat, dan promosi. Namun, terdapat beberapa strategi yang kurang optimal, yaitu pada aspek promosi dan tempat.

Kata Kunci: Strategi Bauran Pemasaran, Penjualan Tiket Pesawat Domestik, PT Ketapang Wisata.

ABSTRACT

This research was motivated by factors that influence the marketing mix strategy of PT. Ketapang Wisata. The two main factors identified were lack of human resources expertise in promotion, and constraints in the distribution channels (place) run by PT. Ketapang Wisata in increasing domestic airline ticket sales. This issue is expected to be addressed through the improvement of the marketing mix strategy at PT. Ketapang Wisata, which is expected to increase domestic airline ticket sales. A well-executed marketing mix strategy is expected to be more easily recognized and accepted by the public, as well as able to generate positive feedback in marketing PT. Ketapang Wisata's products. The purpose of this study is to determine and analyze the marketing mix strategy implemented by PT. Ketapang Wisata. This research uses a qualitative descriptive method, with data collection through observation, interviews, and documentation. The data obtained is used as material for analysis and then conclusions are drawn and recommendations are provided. The research results show that the marketing mix strategy used by PT. Ketapang Wisata includes product, price, place, and promotion. However, there are some strategies that are less than optimal, namely in the aspects of promotion and place.

Keywords: *Marketing Mix Strategy, Domestic Airline Ticket Sales, PT Ketapang Wisata.*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
Penanggung Jawab Widya Rakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama	TTD	Tanggal
1.	Ketua Sidang <u>Lala Siti Sahara, S.Pd., M.Si.</u> NIP. 197812152023212009		09 Juli 2024
2.	Sekretaris Sidang <u>Rezka Fedrina, S.ST.Par, M.M</u> NIP. 197602082008122001		09 Juli 2024
3.	Penguji Ahli I <u>Rahmat Darmawan, S.Pd., M.M.Par</u> NIP. 197912082015041001		09 Juli 2024
4.	Pembimbing I <u>Heryanti Utami, S.ST.Par, M.M.Par</u> NIP. 197609102006042002		18 Juli 2024
5.	Pembimbing II <u>Revi Agustin Aisyianita, S.Hut M.Sc.</u> NIP. 199008092018032002		18 Juli 2024

CATATAN:
Diajukan setelah ujian skripsi dan disetujui oleh para penguji

LEMBAR ORSINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORSINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kesya Latifa Wulandari
Nim : 1409520052
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 11 Juni 2002
Program Studi : D4 Usaha Perjalanan Wisata
Fakultas : Ilmu Sosial
Universitas : Universitas Negeri Jakarta

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul "*Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tiket Pesawat Domestik di PT Ketapang Wisata*" adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, isi dari skripsi ini tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini tergantung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lainnya yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Jakarta, 8 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Kesya Latifa Wulandari

NIM. 1409520052

LEMBAR PERNYATAAN PESETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Kesya Latifa Wulandari
NIM : 1409520052
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial / Usaha Perjalanan Wisata
Alamat email : kesyalatifa58@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :
Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tiket Pesawat Domestik
Di PT Ketapang Wisata

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Juli 2024

Penulis,



(Kesya Latifa Wulandari)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Maka Sesungguhnya Bersama Kesulitan Itu Ada Kemudahan”

(Al-Insyirah ayat 5)

"Meraih Mimpi, Melintasi Tantangan, Menginspirasi Perubahan"

(Kesya Latifa Wulandari)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis dedikasikan kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda dan Ibunda, ketulusanya dari hati atas doa yang tak pernah putus, semangat yang tak ternilai. Serta Untuk Orang-Orang Terdekatku Yang Tersayang Dan Untuk Almamater Hijau Kebanggaanku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah memungkinkan penulis menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Tiket Pesawat Domestik di PT Ketapang Wisata”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Terapan Usaha Perjalanan Wisata dari Program Studi D4 Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang kami sampaikan dengan tulus dan rendah hati. Kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial.
3. Bapak Rahmat Darmawan, S.Pd., M.M.Par selaku Kepala Program Studi D4 Usaha Perjalanan Wisata.
4. Ibu Heryanti Utami, S.ST.Par., M.M.Par sebagai Dosen Pembimbing 1
5. Ibu Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc. sebagai Dosen Pembimbing 2.

6. Seluruh dosen dan staff pengajar di Program Studi D4 Usaha Perjalanan Wisata, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta atas ilmu pengetahuan yang mereka bagikan.
7. Staff PT Ketapang Wisata atas bantuan dalam penyediaan data untuk skripsi.
8. Ayahanda Anggit Suswanto, Ibunda Yuliana, dan kakak saya, Syarif Hidayatullah, Reynaldi Vaya Ibrahim. Terima kasih atas motivasi dan segala dukungannya.
9. Paman Moro Widyono Budhi dan Bude Riwayati Alidha atas dukungan materi selama perjalanan kuliah.
10. Teman-teman seperjuangan UPW angkatan 2020 atas motivasi dan kebersamaan mereka.
11. Kepada pemilik nama Muhammad Adli Mubaroka, S.Kom. Terima kasih telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan telah memberikan *support* terbaik selama penulisan skripsi berlangsung. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga skripsi ini selesai.
12. Dan yang terakhir, Kepada diri saya sendiri Kesya Latifa Wulandari terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha sampai di titik ini, Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 3 Juni 2024

Penulis,



(Kesya Latifa Wulandari)



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR ORSINALITAS	v
LEMBAR PERNYATAAN PESETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Strategi	10
2.1.1 Tahapan-Tahapan Strategi:	11
2.2 Teori Strategi Pemasaran	12
2.2.1 Fungsi Strategi Pemasaran	13
2.2.2 Tujuan Strategi Pemasaran	14
2.3 Teori Pemasaran	14
2.4 Teori Bauran Pemasaran	15
2.4.1 Product	16
2.4.2 Price	18
2.4.3 Place	21

2.4.4 Promotion	23
2.5 Teori Penjualan	28
2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kegiatan Penjualan	29
2.5.2 Jenis-jenis Penjualan	30
2.6 Teori Sales Promotion	31
2.7 Teori Biro Perjalanan Wisata	33
2.8 Teori Tiket	34
2.9 Peneliti Terdahulu	38
2.10 Kerangka Konseptual	53
BAB III METODE PENELITIAN	57
3.1 Pendekatan Penelitian	57
3.2 Metode Pengumpulan Data	59
3.3 Jadwal Penelitian	61
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	62
4.1 Sejarah Perusahaan	62
4.2 Visi & Misi	63
4.3 Struktur Organisasi	64
4.4 Pembahasan Strategi Bauran Pemasaran 4P	65
4.4.1 Product	66
4.4.2 Price	70
4.4.3 Place	74
4.4.4 Promotion	81
BAB V KESIMPULAN & REKOMENDASI	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Rekomendasi	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 4. 1 Analisa Wawancara Elemen Produk	70
Tabel 4. 2 Analisa Wawancara Elemen Price	74
Tabel 4. 3 Analisa Wawancara Elemen Place.....	80
Tabel 4. 4 Analisa Wawancara Elemen Promotion	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Tiket Pesawat Periode Tahun 2021 - 2023 Pada PT Ketapang Wisata	7
Gambar 3. 1 Jadwal Penelitian.....	61
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	62
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi.....	65
Gambar 4. 3 Peta Lokasi PT Ketapang Wisata	76
Gambar 4. 4 Instagram PT Ketapang Wisata	77
Gambar 4. 5 Website PT Ketapang Wisata.....	78
Gambar 4. 6 Event Tahun 2023	82
Gambar 4. 7 Instagram PT Ketapang Wisata	83
Gambar 4. 8 Website PT Ketapang Wisata.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Lampiran Form Bimbingan Dosen Pembimbing Satu..	96
Lampiran 1. 2 Lampiran Form Bimbingan Dosen Pembimbing Dua ..	98
Lampiran 1. 3 Hasil Wawancara.....	99
Lampiran 1. 4 Lampiran Dokumentasi Narasumber Kesatu (Direktur PT Ketapang Wisata).....	113
Lampiran 1. 5 Lampiran Dokumentasi Narasumber Kedua (Sales Tickteing & Promotion).....	114
Lampiran 1. 6 Lampiran Dokumentasi Narasumber Ketiga (Sales Tickteing & Promotion).....	115
Lampiran 1. 7 Lampiran Form Permohonan Izin Penelitian Skripsi	116
Lampiran 1. 8 Lampiran Form Balasan dari Tempat Penelitian.....	117
Lampiran 1. 9 Lampiran Riwayat Hidup	118

