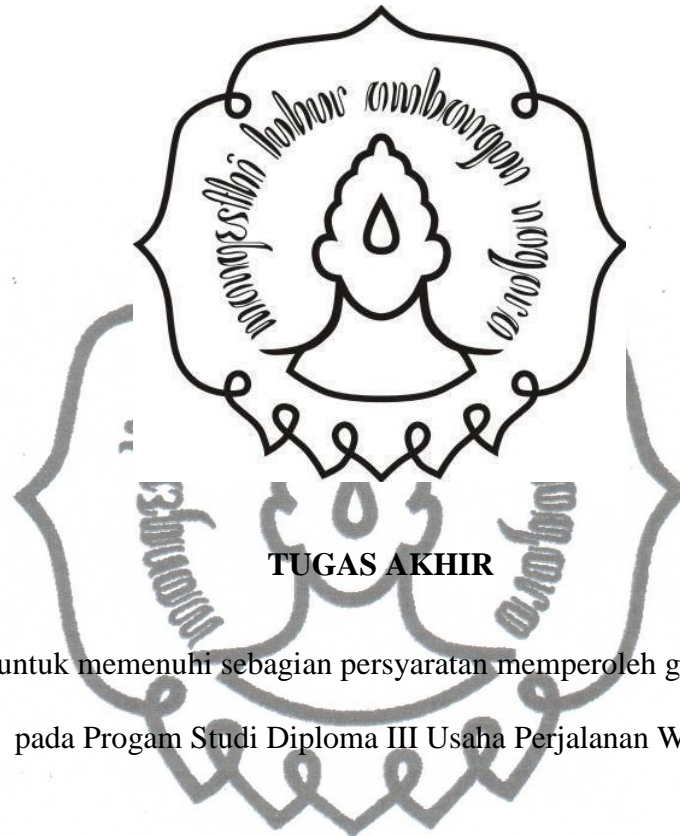


**STRATEGI PROMOSI PUSAT PEMBELANJAAN
BETENG TRADE CENTER (BTC) SEBAGAI OBYEK
WISATA BELANJA DI KOTA SURAKARTA**



TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Ahli Madya
pada Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Revita Aprilliyani

C9411041

**DIII USAHA PERJALANAN PARIWISATA
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA**

2014

commit to user

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Laporan Tugas Akhir : STRATEGI PROMOSI DAN PEMASARAN PUSAT PEMBELANJAAN MODERN BETENG TRADE CENTER (BTC) SEBAGAI OBYEK WISATA BELANJA DI KOTA SOLO


Nama Mahasiswa : Revita Aprilliyani

NIM : C9411041

Telah disetujui oleh pembimbing

Disetujui Tanggal:

Pembimbing Tugas Akhir


Deria Adi Wijaya, S.ST.Par., M.Sc

NIK.1983051320130201

Mengetahui

Ketua Program DIII Usaha Perjalanan Wisata


Drs. Isnaini Ww, M.Pd.

NIP.195905091985032000

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Judul Laporan Tugas Akhir : STRATEGI PROMOSI PUSAT
PEMBELANJAAN BETENG TRADE
CENTER (BTC) SEBAGAI OBYEK
WISATA BELANJA DI KOTA
SURAKARTA

Nama Mahasiswa : Revita Aprilliyani

NIM : C9411041

Tanggal Ujian : 10 Juli 2014

TELAH DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dra.Sawitri Pri P, M.Pd NIP.195805011986012001	(.....)
Sekretaris Penguji	Umi Yulianti, S.S M.Hum NIP.197707162005012001	(.....)
Penguji I	Deria Adi W, S.ST.Par., M.Sc NIK.1983051320130201	(.....)
Penguji II	Insiwi Febriary S, S.S,M.A NIP.197707162003122002	(.....)

Dekan

Fakultas Sastra dan Seni Rupa

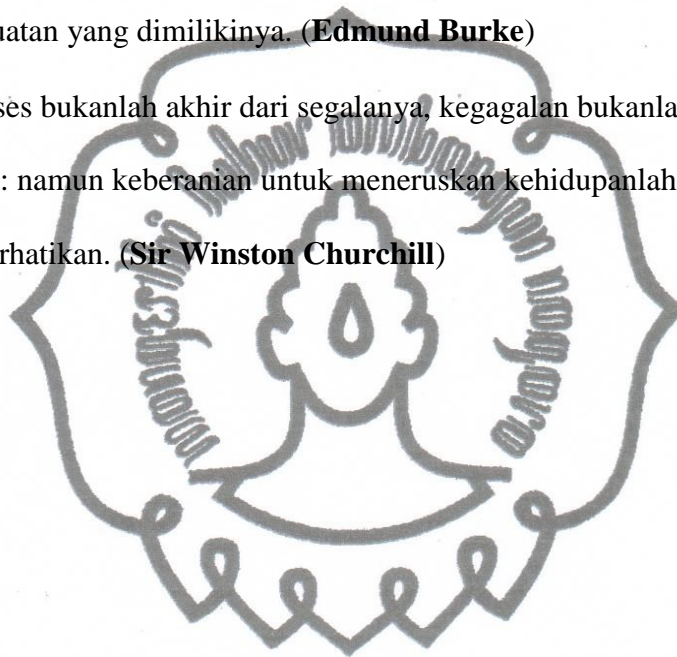
Universitas Sebelas Maret



Drs.Rivadi Santoso, M.Ed., Ph.D
NIP.196003281986011001

MOTTO

- Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. **(Q.S Al-Insyirah 6-7)**
- Melalui kesabaran, seseorang dapat meraih lebih dari pada melalui kekuatan yang dimilikinya. **(Edmund Burke)**
- Sukses bukanlah akhir dari segalanya, kegagalan bukanlah sesuatu yang fatal: namun keberanian untuk meneruskan kehidupanlah yang diperhatikan. **(Sir Winston Churchill)**



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik. Adapun penyusunan Tugas Akhir merupakan syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam program studi DIII Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan moril berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan serta dukungan tersebut, penyusunan Tugas Akhir ini akan mengalami banyak hambatan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bpk Drs. Riyadi Santoso M.Ed.Ph.D selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Dra. Hj. Isnaini Wijaya Wardhani, M.Pd selaku Ketua Program Studi D3 Usaha Perjalanan Wisata dan Pembimbing Akademik yang telah memberikan nasehat, bimbingan dan *support* hingga terselesaikannya Tugas Akhir penulis.
3. Bpk Deria Adi Wijaya, S.ST.Par., M.Sc selaku pembimbing Tugas Akhir penulis. Terimakasih atas waktu dan bimbingan serta kesabaran dan ketelitian yang diberikan kepada penulis hingga terselesaikannya Tugas Akhir penulis.

commit to user

4. Bpk dan Ibu Dosen Program Jurusan D3 Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan berbagai ilmu kepada penulis.
5. Bapak Henry Purwantoro selaku Direktur Beteng Trade Center (BTC) Solo serta Mbak Tika dan Mas Lucky Marketing Beteng Trade Center (BTC) yang telah banyak memberikan informasi dan penjelasan untuk penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Ayah, Ibu, Mas Fian, Dek Fredhi yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan yang tiada henti.
7. Yuni, Nur Ayu, Wulan, Christie, Gusti, Rudi, Mbak Sarita, Mbak Alina, Mas Toni, terimakasih untuk semangat yang telah diberikan.
8. Teman-teman Mahasiswa D3 Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2011 yang memberikan bantuan selama perkuliahan dalam perjuangan selama 3 tahun ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini sangat jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga penulisan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Surakarta, 10 Juli 2014

commit to user

Penulis

PERSEMBAHAN



Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Ayah dan Ibu tercinta yang selalu memberikan nasehat dan doa yang luar biasa.
2. Adikku yang selalu memberikan semangat.

commit to user

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A.	Latar
Belakang Masalah	1
B.	Rum
usan Masalah	4
C.	Tujua
n Penelitian	5
D.	Manf
aat Penelitian	5
E.	Kajia
n Pustaka	6
F.	Meto
de Penelitian	13
G.	Siste
matika Penulisan	17
BAB II GAMBARAN UMUM POTENSI WISATA DI KOTA SOLO	
A.	Gam
baran Umum Potensi Wisata di Kota Solo	18

commit to user

1.....	Wisat
a Religi.....	18
2.....	Wisat
a Pendidikan.....	20
3.....	Wisat
a Kuliner.....	22
B.	Wisat
a Belanja di Kota Solo	25

BAB III STRATEGI PROMOSI PUSAT PEMBELANJAAN BETENG TRADE CENTER (BTC) SEBAGAI OBYEK WISATA BELANJA DI KOTA SOLO

A.	
Potensi Beteng Trade Center (BTC)	36
B.	
Strategi Promosi dan Pemasaran Beteng Trade Center (BTC).....	50
C.	
Hambatan Pengelola Dalam Mempromosikan Beteng Trade Center (BTC)	66

BAB IV PENUTUP

A.	Kesi
mpulan	69
B.	Saran
.....	71

DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Foto Pasar Gede Solo	25
Gambar 2	Foto Pasar Klewer Solo	26
Gambar 3	Foto Pasar Triwindu Solo	27
Gambar 4	Foto Kampung Batik Laweyan Solo.....	28
Gambar 5	Foto Kampung Batik Kauman Solo	29
Gambar 6	Foto Pusat Grosir Solo (PGS)	29
Gambar 7	Foto Beteng Trade Center (BTC) Solo.....	30
Gambar 8	Foto Solo Grand Mall	31
Gambar 9	Foto Solo Square Mall	33
Gambar 10	Foto Solo Paragon Mall	34
Gambar 11	Foto Javenir Pusat Oleh-oleh Khas Solo	35
Gambar 12	Foto Gedung Beteng Trade Center (BTC) Solo	36
Gambar 13	Foto Acara Rumah Hantu Indonesia di BTC Solo	60
Gambar 14	Foto Spanduk BTC	61
Gambar 15	Gambar <i>Leaflet</i> BTC	62
Gambar 16	Gambar Cover Majalah BTC	62
Gambar 17	Foto Kaos BTC	63
Gambar 18	Gambar Promo Belanja BTC	64
Gambar 19	Gambar Kupon Belanja BTC	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Analisis SWOT	40
Tabel 2	Pendekatan 4A	43
Tabel 3	Struktur Organisasi BTC	48



commit to user

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Informan	76
Lampiran 2	Dokumen foto fasilitas di BTC	77
Lampiran 3	<i>Brosure</i> BTC	86
Lampiran 4	<i>Brosure</i> BTC.....	87
Lampiran 5	<i>Brosure</i> BTC.....	88
Lampiran 6	<i>Brosure</i> BTC	89
Lampiran 7	<i>Brosure</i> BTC.....	90
Lampiran 8	<i>Brosure</i> BTC.....	91
Lampiran 9	Surat ijin penulis ke BTC	92
Lampiran 11	Macam Jenis Tekstil yang dijual di BTC	93
Lampiran 12	Macam Jenis Tekstil yang dijual di BTC	94
Lampiran 13	Macam Jenis Tekstil yang dijual di BTC	95
Lampiran 14	Macam Jenis Tekstil yang dijual di BTC	96
Lampiran 15	Gambar Denah Ruko Lantai Dasar di BTC	97
Lampiran 16	Gambar Denah Ruko Lantai 1 di BTC	98
Lampiran 17	Gambar Denah Ruko Lantai 2 di BTC	99
Lampiran 18	Peraturan di BTC	100

ABSTRAK

Revita Aprilliyani. 2014. STRATEGI PROMOSI PUSAT PEMBELANJAAN BETENG TRADE CENTER (BTC) SEBAGAI OBYEK WISATA BELANJA DI KOTA SURAKARTA. Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata. Fakultas Sastra dan Seni Rupa. Universitas Sebelas Maret.

Laporan Tugas Akhir ini mengkaji tentang strategi promosi dan pemasaran pusat pembelanjaan Beteng Trade Center di kota Surakarta. Penulisan ini mempunyai beberapa tujuan penelitian antara lain untuk mengetahui profil Beteng Trade Center, bagaimana promosi dan pemasaran serta apa saja hambatan yang dihadapi pengelola Beteng Trade Center dalam upaya promosi dan pemasaran Beteng Trade Center (BTC) sebagai tujuan obyek wisata belanja di kota Surakarta.

Penulisan laporan ini menggunakan metodologi penelitian dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi ke Beteng Trade Center, dilanjutkan dengan wawancara, teknik wawancara dilakukan kepada Direktur, pengelola, serta staf marketing untuk memenuhi kebutuhan data sekunder serta pengumpulan data secara studi dokumen berupa denah, foto, *brosure*, *leaflet*, tabel dan peraturan yang berlaku di Beteng Trade Center dan juga studi pustaka yang kemudian dianalisis dan disajikan dalam bentuk deskriptif kualitatif.

Kesimpulan yang dapat diambil yaitu Beteng Trade Center mempunyai daya tarik yang besar apabila dikembangkan menjadi pusat wisata belanja di kota Surakarta, hal ini ditegaskan dengan banyaknya pedagang dan pengunjung yang mengakses kegiatan wisata belanja mereka di Beteng Trade Center. Adapun poin-poin mengenai strategi promosi dan pemasaran berupa penyebaran *brosure*, *leaflet*, adanya bulletin atau majalah, pemasangan baliho, pembagian kaos pada bapak-bapak becak, iklan di beberapa koran dan radio, berbagai event yang diadakan di Beteng Trade Center dan promo belanja berhadiah yang diadakan setiap 2 bulan sekali. Adapun hambatan yang dihadapi oleh pengelola yaitu masih kurangnya SDM sebagai tenaga manusia yang memasarkan fasilitas belanja yang ada di BTC antara lain dengan menyebarkan *brosure*, *leaflet* tentang produk, barang ataupun event yang ada di BTC, selain itu model pemasaran dengan memanfaatkan *social media* / jejaring sosial dimana sekarang ini sangat berkembang pesat sekali dikalangan masyarakat dengan berbagai media yang canggih dan sedang *booming* dikalangan remaja seperti belanja *online* via *facebook*, *instagram*, *tweeter*, situs *web* dll masih sangat kurang sekali padahal hal ini sangat menguntungkan sebagai media promosi atau iklan.