

**FORMULASI STRATEGI PEMASARAN UNIT
GRIYA TAMU KOPERASI WANITA SETIA
BHAKTI WANITA
DI SURABAYA**



OLEH:

**GRENOL FINSEN THE
3103009132**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013**

FORMULASI STRATEGI PEMASARAN UNIT GRIYA TAMU
KOPERASI WANITA SETIA BHAKTI WANITA DI SURABAYA

KULIAH PRAKTIK BISNIS
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
GRENOL FINSEN THE
3103009132

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

KULIAH PRAKTIK BISNIS

FORMULASI STRATEGI PEMASARAN UNIT GRIYA TAMU
KOPERASI WANITA SETIA BHAKTI WANITA DI SURABAYA

Oleh:

GRENOL FINSEN THE

3103009132

Telah Disetujui dan Diterima untuk Sidang Akhir

Dosen Pembimbing



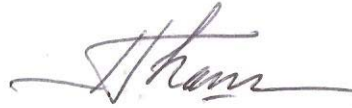
Yohanes Harimurti, SE., M.Si Ak.

Tanggal: 24 Januari 2013

HALAMAN PENGESAHAN

Kuliah Praktik Bisnis yang ditulis oleh: Grenol Finsen The NRP:
3103009132

Telah diuji pada tanggal 9 Februari 2013 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

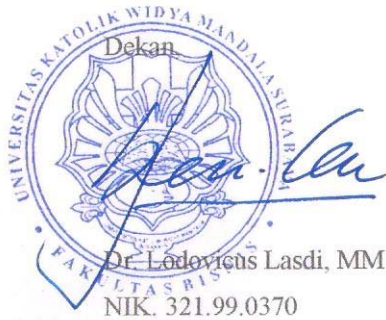


Yohanes Harimurti, SE., M.Si Ak.


NIK. 321.99.0392

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Dekan
Dr. Lodevicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370



Herlina Y. R., SE., M.Com (Fin)

NIK. 311. 99. 0362

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Grenol Finsen The

NRP : 3103009132

Judul Kuliah Praktik Bisnis : Formulasi Strategi Pemasaran Unit
Griya Tamu Koperasi Wanita Setia
Bhakti Wanita di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir kuliah praktik bisnis ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Februari 2013

Yang Menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kuliah praktik bisnis ini dengan baik. Maksud dan tujuan laporan kuliah praktik bisnis adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida, SE., M.Com (Fin) selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Yohanes Harimurti, SE., M.Si Ak. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan kuliah praktik bisnis ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis, khususnya Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si, Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., dan C. Bintang Hari Y., SE., M.Si yang telah membagikan pengalaman,

pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan kuliah praktik bisnis ini.

6. Ibu-ibu pengurus Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita yang telah menerima penulis selama melakukan kuliah praktik bisnis.
7. Bapak Agustino selaku *Human Resource Development* Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita yang telah meluangkan waktu dalam memberikan informasi dan laporan keuangan.
8. Bapak Harris dan Aziz selaku karyawan Unit Griya Tamu Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita yang setia mau menjawab berbagai pertanyaan.
9. Keluarga saya yang selalu memberikan dorongan moril dan materiil serta dukungan doa yang sangat berarti bagi penulis.
10. Sahabat-sahabatku yang telah banyak memberikan semangat, dukungan, masukan, dan motivasi dalam menyelesaikan laporan kuliah praktik bisnis ini dan berbagi cerita.
11. Semua teman-teman angkatan 2009 yang selama ini sudah bersama-sama menjalani perkuliahan dengan suka dan duka. Terima kasih untuk semua masukan yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan kuliah praktik bisnis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk dapat memperbaiki penulisan laporan kuliah praktik bisnis. Semoga penulisan laporan kuliah praktik bisnis ini bermanfaat bagi pembaca dan civitas Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya pada khususnya.

Surabaya, 9 Februari 2013

Penulis

**MARKETING STRATEGY FORMULATION GUEST HOUSE
SETIA BHAKTI WANITA WOMEN COOPERATION IN
SURABAYA**

Grenol Finsen The
Grenolthe@yahoo.com

Abstract

This research was conducted on the services of homestay in Guest House Setia Bhakti Wanita Women Cooperation. This research purpose to find out the marketing strategy formulation Guest House Setia Bhakti Wanita Women Cooperation in Surabaya. This research used the qualitative approach, data is collected in the form of a description of the process. The data collecting techniques used in this research is the interview, observation, and the Balanced Scorecard. The Data collected in the analysis based on the strenght, weakness, opportunities, and threats (SWOT) of product, price, place, and promotion (four P's) Guest House. The results of the analysis are obtained in the form of the creation of a special promotions every month, forming an interesting programs, increased promotional budgets that needs to be increased, establishing a good relation with consumers as well as with other companies, try to do direct marketing and public relation, and form an attractive advertising. Based on the results of the research then can suggested product strategy recommendations to make packaging products, price strategy recommendations to create a discount price based on months, place strategy recommendations to create a relationship with the Agency, and promotion strategy recommendations to create a sales promotion.

Keywords: Marketing strategy, Balanced Scorecard, SWOT Analysis,
Product, Price, Place, and Promotion

FORMULASI STRATEGI PEMASARAN UNIT GRIYA TAMU KOPERASI WANITA SETIA BHAKTI WANITA DI SURABAYA

Grenol Finsen The
Grenolthe@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada jasa *homestay* di Unit Griya Tamu Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui formulasi strategi pemasaran Unit Griya Tamu Koperasi Wanita Setia Bhakti Wanita di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu data yang terkumpul dalam bentuk deskripsi proses. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan *Balanced Scorecard*. Data yang terkumpul di analisis berdasarkan *strenght*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats* (SWOT) dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (empat P) Unit Griya Tamu. Hasil analisis yang diperoleh berupa dibentuknya sebuah promosi khusus setiap bulannya, membentuk program-program yang menarik, peningkatan anggaran promosi yang perlu untuk ditingkatkan, menjalin hubungan yang baik dengan konsumen serta perusahaan lainnya, mencoba melakukan *public relation* serta *direct marketing*, dan membentuk media iklan yang menarik. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disarankan rekomendasi strategi *product* untuk membuat *packaging* produk, rekomendasi strategi *price* untuk membuat harga diskon berdasarkan bulan, rekomendasi strategi *place* untuk membuat hubungan kerjasama dengan keagenan, dan rekomendasi strategi *promotion* untuk membuat promosi penjualan.

Keywords: Strategi pemasaran, *Balanced Scorecard*, Analisis SWOT, *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>Abstract</i>	vii
Abstrak	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel.....	xii
Bab 1 Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Bidang Kuliah Praktik Bisnis	5
1.3. Tujuan Kuliah Praktik Bisnis	5
1.4. Manfaat Kuliah Praktik Bisnis	6
1.5. Sistematika Penulisan Laporan Kuliah Praktik Bisnis	7
Bab 2 Tinjauan Kepustakaan	
2.1. Pemasaran.....	8
2.2. Bauran Pemasaran Hospitality.....	11
2.3. Analisis SWOT sebagai Perumusan Strategi.....	23
2.4. Analisis <i>Balanced Scorecard</i>	28
2.5. Perencanaan Strategi Pemasaran	31
2.6. Strategi Pemasaran	37

2.7. Koperasi	41
Bab 3 Hasil dan Pembahasan Kuliah Praktik Bisnis	
3.1. Gambaran Umum Kopwan SBW	43
3.2. Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan.....	46
3.3. Metode Pengumpulan Data	47
3.4. Hasil dan Temuan.....	48
3.5. Analisis Permasalahan.....	64
3.6. Pembahasan Permasalahan	68
Bab 4 Kesimpulan dan Saran	
4.1. Kesimpulan.....	72
4.2. Saran.....	75
Daftar Pustaka	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Diagram Analisis SWOT	24
Gambar 2.2. Proses Perencanaan Strategi Bisnis.....	32
Gambar 3.1. Unit Griya Tamu	46
Gambar 3.2. Diagram <i>Milestone</i>	55
Gambar 3.3. Diagram <i>Milestone</i> Bidang Pemasaran	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tarif Kamar	45
Tabel 3.2. Analisis SWOT Produk Unit Griya Tamu	65
Tabel 3.3. Analisis SWOT Harga Unit Griya Tamu.....	66
Tabel 3.4. Analisis SWOT Distribusi Unit Griya Tamu.....	67
Tabel 3.5. Analisis SWOT Promosi Unit Griya Tamu	67
Tabel 3.6. Diskon Penjualan Tahun 2013	69
Tabel 3.7. Promosi Penjualan Tahun 2013	71