



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA DINAS
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
PROVINSI DKI JAKARTA**

KARYA AKHIR

Oleh : **UNIVERSITAS**

AGUNG PRIOSUSANTO

55109120081

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2012



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA DINAS
PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
PROVINSI DKI JAKARTA**

KARYA AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program

Pascasarjana Program magister Manajemen

Oleh :

AGUNG PRIOSUSANTO

55109120081

**UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2012

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena hanya dengan ijin-Nya penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir yang berjudul **Strategi Pemasaran Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta**

Penulis berharap Karya Akhir yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana ini dapat membantu pihak manajemen Dinas Pariwisata Pemprov DKI Jakarta. Selain itu, semoga karya akhir ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga memerlukan beberapa perbaikan berupa kritik dan saran.

Pada kesempatan ini penulis menghaturkan rasa syukur dan terima kasih kepada yang sangat penulis sayangi:

Istriku tercinta Vindy Dipodiningrat, S.Sos yang sedang manantikan kelahiran anak kami yang pertama yang tidak ada hentinya dalam memberikan cinta, doa, kasih sayang, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini. Kedua orang tua yang terhormat Bapak Sakum dan Ibu Hj Sri Suwarni, Mertua yang tersayang (Alm) Bapak RM Soegiyanto, Ibu Naniek Farida, atas dukungan moral, doa dan kasih sayangnya.

Selain itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Adi Nurmahdi, MBA sebagai Dosen pembimbing dalam penyusunan karya akhir ini.
2. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana.
3. Dr. Rina Astini, SE, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.
4. Bapak/Ibu Dosen Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Mercubuana, yang telah membekali penulis dengan berbagai disiplin ilmu

5. Segenap Staff Sekretariat dan Karyawan Universitas Mercubuana yang selalu sabar dan ramah dan penuh keikhlasan dalam membantu kami.
6. Kepala Biro KDH & Kerjasama Luar Negeri Pemerintah Provinsi DKI Jakarta
Bapak Drs. Irmansyah, M.Sc
7. Kepala Dinas Pariwisata dan kebudayaan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta
Bapak Dr. Arie Budhiman, M.Si beserta jajarannya.
8. Rekan- rekan MM UMB kelas Menteng angkatan 15
9. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu
10. Semua responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu atas terselesaikannya penelitian ini.
11. Semua pihak yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Sebagai manusia tentunya penulis menyadari bahwa mungkin terdapat beberapa hal yang kurang berkenan dalam pengerjaan tesis ini dan harap dimaafkan semoga tesis ini bermanfaat dan dapat digunakan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Maret 2012

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR, GRAFIK, LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	9
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Rumusan masalah.....	11
1.4. Maksud, Tujuan, Manfaat dan Kegunaan Karya Akhir.....	12
BAB II. DESKRIPSI ORGANISASI	
2.1. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta.....	14
2.2. Tantangan.....	26
2.3. Strategi Pemasaran.....	28
BAB III. KONSEP STRATEGI	
3.1. Pengertian Strategi.....	31
3.2. Pengertian dan Konsep Pemasaran.....	32
3.3. Pengertian Kepariwisataaan.....	33
3.4. Strategi Pemasaran.....	36
3.5. Analisis Faktor-faktor Strategi Pemasaran.....	43
3.6. Analisis Internal.....	45
3.7. Analisis Eksternal.....	45
3.8. Matrik Kondisi Persaingan.....	46
3.9. Analisis Matrik <i>SWOT</i>	46
3.10. Analisis Matrik Internal Eksternal.....	48
3.11. Analisis Matrik <i>Grand Strategy</i>	49
3.12. Kerangka Pemikiran.....	49

BAB IV.	PENDEKATAN PERENCANAAN STRATEGIS	
4.1.	Pengumpulan Informasi.....	51
4.2.	Pendekatan Perencanaan Strategis.....	59
BAB V.	ANALISIS DATA	
5.1.	Proses Identifikasi dan Analisis Stakeholder.....	62
5.2.	Analisis Eksternal.....	64
5.3.	Analisis Pesaing.....	79
5.4.	Analisis Internal.....	81
5.5.	Matrik Kondisi Persaingan.....	89
5.6.	Analisis Matrik <i>IE</i>	91
5.7.	Analisis Matrik <i>Grand Strategy</i>	93
BAB VI.	RENCANA STRATEGI	
6.1.	Perumusan Sasaran.....	97
6.2.	Perumusan Strategi.....	98
6.3.	Rencana Tindakan Strategi.....	103
BAB VII	KESIMPULAN	
7.1.	Kesimpulan Hasil Penelitian.....	107
7.2.	Saran dan Rekomendasi.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....		115
RIWAYAT HIDUP.....		117
LAMPIRAN.....		119

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

1.1.	Perkembangan Pintu Masuk Wisatawan Mancanegara Menurut Pintu Masuk Tahun 2004-2011.....	4
1.2.	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Jakarta Tahun 2006 – 2011.....	6
1.3.	Jumlah Wisatawan Nusantara ke Jakarta Tahun 2007 -2011	7
1.4.	Data Penerimaan PAD Sektor Pariwisata Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.....	9
2.1.	Komposisi Pegawai Menurut Tingkat Pendidikan.....	19
2.2.	Komposisi Pegawai Menurut Kelompok Usia.....	20
2.3.	Komposisi Pegawai Menurut Jenis Kelamin.....	20
2.4.	Potensi Industri Pariwisata di DKI Jakarta	22
2.5.	Data Usaha Bidang Akomodasi di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2007 – 2010.....	22
2.6.	Data Usaha Perjalanan Wisata (Travel) di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2007 – 2011.....	23
2.7.	Data Usaha Jasa Konvensi dan Impresariat Tahun 2007 – 2011	23
2.8.	Data Usaha Pariwisata Bidang Hiburan dan Rekreasi Tahun 2007 – 2011.....	24
2.9.	Data Jumlah Usaha Penyediaan Pelayan dan Minuman di Provinsi DKI Jakarta.....	25
	Data Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Indonesia Menurut Pintu masuk Tahun 2007 – 2011.....	
3.1.	Matrik <i>SWOT</i>	47
4.1.	Pengumpulan Informasi.....	51
4.2.	Hasil Wawancara Pariwisata Jakarta	53
4.3.	Hasil Wawancara Faktor dan Bobot Matrik Kondisi Persaingan.....	54
4.4.	Hasil wawancara Rating Faktor Strategi Matrik Kondisi Persaingan.....	55
4.5.	Hasil Wawancara Faktor dan Bobot Strategis Eksternal.....	56
4.6.	Hasil Wawancara Rating faktor Strategis Eksternal.....	57
4.7.	Hasil Wawancara Faktor dan Bobot Strategis Internal.....	58
4.8.	Hasil Wawancara Rating Faktor Strategis Internal.....	59

4.9.	Analisis Data.....	59
5.1.	Proyeksi Kunjungan Wisata.....	67
5.2.	Proyeksi Wisatawan Nusantara ke Jakarta.....	71
5.3.	Potensi Industri Wisata Jakarta	72
5.4.	Proyeksi Wisatawan Mancanegara ke Jakarta.....	72
5.5.	Analisa faktor Eksternal <i>EFAS</i>	77
5.6.	Matrik <i>SWOT</i>	78
5.7.	Analisa Faktor Internal <i>IFAS</i>	86
5.8.	Matrik Kondisi Persaingan.....	87
5.9.	Analisis Matrik <i>IE</i>	90

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta.....	18
3.1.	Strategi Pemasaran.....	37
3.2.	Marketing Mix.....	40
3.3.	Siklus Produk.....	41
3.4.	Kerangka Pemikiran.....	50
5.1.	Pengamatan Lingkungan Eksternal.....	64
5.2.	Pengamatan Lingkungan Internal.....	80
5.3.	Matrik <i>Grand Strategy</i>	92

DAFTAR GRAFIK

1.1.	Jumlah Kunjungan Wisman Bulan Desember dan Januari Periode 2008 – 2012.....	5
1.2.	Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke DKI Jakarta Oktober 2009 s.d September 2012.....	6
1.3.	Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di DKI Jakarta bulan Januari-Desember 2011 dan Januari 2012.....	8
2.1.	Data Kunjungan Wisman ke Indonesia Menurut Pintu Masuk Tahun 2007-2011.....	27



UNIVERSITAS
MERCU BUANA