

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Strategi Promosi yang diterapkan oleh Saung Angklung Udjo dalam menarik pengunjung. Saat ini bisnis pariwisata menjadi salah satu bisnis yang berkembang di Indonesia, khususnya di Jawa Barat. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui deskripsi kegiatan promosi dan gambaran kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki perusahaan dan juga untuk mengetahui alternatif strategi yang dapat dipakai oleh Saung Angklung Udjo. Metode yang dipakai adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Data diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan *Corporate Secretary, Marketing & Sales* Pertunjukan, *Travel Agency*, Pemain Pertunjukan, dan Pengunjung. Juga didukung beberapa studi pustaka, dokumentasi, dan observasi. Data yang diperoleh secara kualitatif kemudian dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Saung Angklung Udjo dalam menjalankan kegiatan strategi promosi menggunakan beberapa elemen bauran pemasaran seperti *Advertising, Sales Promotion, Direct Marketing, dan Public Relations*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats*). Adapun yang dimaksud dengan analisis ini adalah untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dalam iklim persaingan dengan perusahaan yang bergerak di bidang yang sama, yaitu pariwisata. Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas dan detail bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan tersebut. Matrik dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi. Dengan menggunakan analisis SWOT dapat diperoleh bahwa perusahaan dapat mengambil alternatif strategi ST, WT, SO dan WO.

Keywords : *Promosi, Kualitatif, Deskriptif, analisis SWOT.*

ABSTRACT

This study entitled Analysis of Promotion Strategy adopted by Saung Angklung Udjo on attracting consumers. Tourism industry is currently be the one of the most growing business in Indonesia, especially in West Java. The goal of this study is to know about promotion activity and strengths, weakness, opportunities and threats factors in that company, also to analyse the alternative strategy which can used by Saung Angklung Udjo. Researcher applied a qualitative method that combined with descriptive explanation. Data is got from a depth-direct interview with the Corporate Secretary head, Marketing and Sales, owner of Travel Agency that had a longlife business, a young talented player of the show and a tourist. This study is also supported by many literature, previous related documents, and an observation. After get a qualitative data by an interviewing, then its explained very detail and systematicly. The result of study shown that promotion strategy activity in Saung Angklung Udjo is mixed by some marketing mix elements like Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, and Public Relations. While the analysis data technique was using a SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats) analysis. The meaning of this analysis is for indentifying an internal and eksternal factor in that tourism industry which fueled by many competitors in a same field. SWOT matrix represents about the opportunities and threats in eksternal section, and then combined with strengths and weakness in internal section that had by the company clearly. Matrix can suggest about four possible alternative strategy. By using SWOT analysis, this study get a conclusion that the company could take the ST, WT, SO, and WO alternative strategy in order to make a company get a better results in promotion strategy.

Keywords : Promotion, Qualitative, Descriptive, SWOT analysis.