

**STRATEGI PEMASARAN MICE SEBAGAI PRODUK UNGGULAN
HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON BALI UNGASAN**

Oleh :

Putu Bimantara, NIM.1907031002

Jurusan Manajemen Program Studi Diploma III Perhotelan

ABSTRAK

MICE menjadi sebuah produk yang semakin diminati masyarakat dari tahun ke tahun. Hal ini menjadi peluang bagi beberapa perusahaan yang bergerak di bidang akomodasi untuk memanfaatkan peluang ini. Penelitian yang disusun menggunakan metode deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui apa saja produk MICE yang ada di Hotel Four Points by Sheraton Bali Ungasan dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak hotel terhadap produk MICE yang ada. Data dikumpulkan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan objek penelitian yaitu *staff* dan *trainee* departemen *Sales & Marketing* dan departemen *Front Office*, dengan subjek penelitian yaitu produk MICE yang ada di Hotel Four Points by Sheraton Bali Ungasan. Data kemudian dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah temuan bahwa produk MICE yang ada di Hotel Four Points by Sheraton Bali Ungasan adalah penyelenggaraan rapat. Juga ditemukan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan dalam memasarkan MICE adalah dengan telemarketing, sales call, menjaga hubungan baik dengan client, dan memanfaatkan fasilitas dan media sosial.

Kata Kunci : hotel, MICE, pemasaran, produk unggulan

**STRATEGI PEMASARAN MICE SEBAGAI PRODUK UNGGULAN
HOTEL FOUR POINTS BY SHERATON BALI UNGASAN**

Oleh :

Putu Bimantara, NIM.1907031002

Jurusan Manajemen Program Studi Diploma III Perhotelan

ABSTRACT

MICE has become a product that is increasingly in demand by the public from year to year. This is an opportunity for several companies engaged in the accommodation sector to take advantage of this opportunity. This research, which was compiled using a qualitative descriptive method, aims to find out what MICE products are at the Four Points by Sheraton Bali Ungasan Hotel and the marketing strategies carried out by the hotel for existing MICE products. Data were collected using interview, observation, and documentation methods, with the object of research being staff and trainees in the Sales & Marketing department and the Front Office department, with the research subject being MICE products at the Four Points by Sheraton Bali Ungasan Hotel. The data were then analyzed using a qualitative approach. The result of this study is the finding that the MICE product at the Four Points Hotel by Sheraton Bali Ungasan is holding a meeting. Also, the marketing strategy implemented in marketing MICE is by telemarketing, sales calls, maintaining good relations with clients, and utilizing social media and facilities.

Keywords: featured Product, hotel, hotel revenue, MICE