

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH HUNIAN KAMAR  
DI KARMA KANDARA RESORT BALI UNGASAN**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan  
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Bali**

**Oleh:**

**NI PUTU AYU BINTANG MAHARANI**

**NIM: 1915744051**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**BADUNG**

**2024**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH HUNIAN KAMAR  
DI KARMA KANDARA RESORT BALI UNGASAN**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan  
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Bali**

**Oleh:**

**NI PUTU AYU BINTANG MAHARANI**

**NIM: 1915744051**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**BADUNG**

**2024**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan
2. Penulis
  - a. Nama : Ni Putu Ayu Bintang Maharani
  - b. NIM : 1915744051
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 21 Agustus 2024

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Wayan Suryathi, SE.,M.M.  
NIP. 196510171990112001



Kasiani, SE, M.Si.  
NIP. 196204211990032002

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH HUNIAN KAMAR  
DI KARMA KANDARA RESORT BALI UNGASAN

Oleh:

NI PUTU AYU BINTANG MAHARANI  
NIM. 1915744051

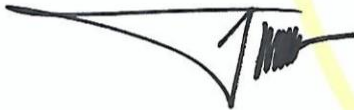
Disahkan:

Ketua Penguji



Kasiani, SE, M.Si

Penguji I



Gede Pradiva Adiningrat, S.Ab.,M.AB.  
NIP. 199201312019031011

Penguji II



Ida Ayu Widiasuari Riyasa, S.E., M.M.  
NIP. 202111008

Mengetahui,  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA,Ph.D.  
NIP. 196409291990032003

Badung, 21 Agustus 2024  
Prodi Manajemen Bisnis Internasional  
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE,M.M.  
NIP. 197612032008122001

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

“Hidup adalah seni menggambar tanpa penghapus.”

(John W. Gardner)

### PERSEMBAHAN:

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar Di Karma Kandara Resort Bali Ungasan” ini dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan, pengetahuan serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan hati tulus penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Seluruh staff *Human Resources* dan *Sales & Marketing* Karma Kandara Resort Bali Ungasan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan kepada penulis serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Wayan Suryathi, SE.,M.M dan Ibu Kasiani, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran memberi motivasi, saran, dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Orang tuaku yang tercinta dan tersayang, untuk Ibu Ni Wayan Suryati, yang selalu mendoakan, memberi dukungan, didikan, cinta dan kasih sayang

yang tulus dan tiada hentinya untuk kesuksesan penulis. Semoga ibu sehat dan bahagia selalu.

4. Bibi Ariska Deviana, terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat saya tersayang; Amelia Pratiwi, terima kasih sudah selalu ada disaat penulis butuh bantuan atau kesulitan dan selalu menghibur.
6. Rekan terbaik saya; Angga Arimbawa, terima kasih atas segala bantuan, waktu, dukungan, dan kebaikan yang diberikan kepada penulis disaat masa sulit mengerjakan skripsi ini.
7. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu selama proses penulisan skripsi ini hingga selesai.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : Ni Putu Ayu Bintang Maharani**

**NIM : 1915744051**

**Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional / Administrasi Bisnis**

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul:

“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan”

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 21 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Ni Putu Ayu Bintang Maharani  
NIM. 1915744051

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah hunian kamar di Karma Kandara *Resort* Bali Ungasan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Human Resources Department dan Sales Marketing dengan jumlah 12 orang. Jumlah sampel yang dipergunakan adalah sampel jenuh berjumlah 12 orang. Variabel dalam penelitian ini adalah kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Metode pengumpulan data penelitian ini terdiri dari, observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menghasilkan faktor internal dengan pembobotan indikator internal Harga special untuk repeater guest memiliki bobot terkecil yaitu sejumlah 0.09. Bobot tertinggi bernilai sama 0.10. terdapat pada hampir semua indikator internal. Hasil pengurangan keseluruhan skor menunjukkan titik koordinat nantinya untuk faktor internal sebesar -0,08 untuk Matriks IFAS. Indikator eksternal, Tingkat inflasi yang stabil mendapatkan bobot sebesar 0.09, sedangkan indikator lainnya mendapatkan pembobotan yang sama yaitu sebesar 0.10. Hasil pengurangan rating keseluruhan skor menunjukkan titik koordinat untuk faktor eksternal sebesar 0,12 untuk Matriks EFAS. Strategi bisnis Karma Kandara *Resort* Bali Ungasan berada di kuadran II pada Matriks IE (internal-external). Terdapat 3 strategi SO, Terdapat 2 Strategi ST, dan Terdapat 1 Strategi WO, dan Strategi terakhir terdapat 2 Strategi WT

Kata kunci: Analisis SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Tingkat Hunian Kamar, Strategi Pemasaran.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI



## **ABSTRACT**

*This research aims to determine marketing strategies in increasing the number of room occupancy at Karma Kandara Resort Bali Ungasan. The population in this study were all employees of the Human Resources Department and Sales Marketing with a total of 12 people. The number of samples used was a saturated sample of 12 people. The variables in this research are strengths, weaknesses, opportunities and threats. This research data collection method consists of observation, interviews, documentation, and questionnaires. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis technique. The results of this research produce internal factors with internal indicator weighting. Special prices for guest repeaters have the smallest weight, namely 0.09. The highest weight is equal to 0.10. found in almost all internal indicators. The results of reducing the overall score show that the coordinate point for the internal factor will be -0.08 for the IFAS Matrix. The external indicator, the stable inflation rate, gets a weighting of 0.09, while other indicators get the same weighting, namely 0.10. The results of reducing the overall rating score show that the coordinate point for external factors is 0.12 for the EFAS Matrix. The business strategy of Karma Kandara Resort Bali Ungasan is in quadrant II of the IE Matrix (internal-external). There are 3 SO strategies, There are 2 ST strategies, There is 1 WO Strategy and the last strategy there are 2 WT Strategies.*

*Keywords: SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, Room Occupancy Rate, Marketing Strategy.*

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha, karena berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan” sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana terapan program studi manajemen bisnis internasional jurusan administrasi bisnis Politeknik Negeri Bali.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Melalui kesempatan ini perkenankan penulis untuk menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sudah membantu penulis, yaitu:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas pada penulis untuk melaksanakan perkuliahan pada kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, S.E., M.BA.,Ph.D, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

yang memberikan pengarahan, bimbingan serta dukungan selama penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Wayan Suryathi, SE.,M.M dan Ibu Kasiani, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan demi kelancaran penyusunan skripsi serta memberikan arahan dan motivasi bagi penulis.
5. Ibu Ida Ayu Made Armini, selaku *Assistant Director of Human Resources* Karma Kandara Resort Bali Ungasan dan seluruh staff *Human Resources* yang telah membantu dalam memberikan data pendukung dalam penelitian ini.
6. Bapak I Gede Agus Mahardika, selaku *Director of Sales* Karma Kandara Resort Bali Ungasan dan seluruh staff *Sales & Marketing* yang telah membantu dalam memberikan data pendukung dalam penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah membantu selama proses penulisan skripsi ini hingga selesai.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
Badung, 12 Juli 2024  
POLITEKNIK NEGERI BALI

Penulis

Ni Putu Ayu Bintang Maharani

## DAFTAR ISI

COVER LUAR	
COVER DALAM	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
PRAKATA .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1. Telaah Teori .....	10
2.1.1. Pemasaran .....	10
2.1.2. Bauran Pemasaran .....	12

2.1.3.	Strategi Pemasaran .....	15
2.1.4.	Perencanaan Strategis.....	16
2.1.5.	Analisis SWOT .....	18
2.1.6.	Tingkat Hunian Kamar ( <i>Room Occupancy</i> ).....	20
2.1.7.	Resort .....	21
2.2.	Penelitian terdahulu .....	23
2.3.	Kerangka Teoritis .....	32
BAB III METODE PENELITIAN .....		34
3.1.	Tempat Penelitian dan Obyek Penelitian .....	34
3.2.	Populasi dan Sampel .....	34
3.3.	Variabel Penelitian .....	35
3.4.	Sumber Data .....	37
3.5.	Jenis Data .....	38
3.6.	Metode Pengumpulan Data .....	39
3.7.	Teknik Analisis Data .....	41
3.7.1.	Matriks IFAS ( <i>Internal Faktors Analysis Summary</i> ).....	41
3.7.2.	Matriks EFAS ( <i>Eksternal Faktors Analysis Summary</i> ) .....	45
3.7.3.	Diagram SWOT.....	48
3.7.4.	Matriks TOWS atau SWOT .....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		53
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	53
4.1.1.	Sejarah Singkat Karma Kandara Resort Bali Ungasan .....	53
4.1.2.	Fasilitas Karma Kandara Resort Bali Ungasan .....	55

4.1.3.	Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan <i>Sales and Marketing</i> Karma Kandara Resort Bali Ungasan.....	71
4.2.	Hasil dan Pembahasan.....	74
4.2.1.	Penerapan Strategi Pemasaran .....	74
4.2.2.	Tahapan Evaluasi IFAS .....	75
4.2.3.	Tahapan Evaluasi EFAS .....	82
4.2.4.	Kuadran Matriks IFAS dan EFAS .....	88
4.2.5.	Matriks SWOT .....	90
4.3.	Implikasi Penelitian .....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		99
5.1.	Kesimpulan.....	99
5.2.	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA		

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik tahun 2021 - 2023 .....	1
Tabel 3. 1 Matriks IFAS .....	42
Tabel 3. 2 Kriteria Penelitian Hasil Analisis Internal .....	44
Tabel 3. 3 Matriks EFAS .....	45
Tabel 3. 4 Kriteria Penelitian Hasil Analisis Eksternal.....	47
Tabel 3. 5 Matriks SWOT.....	51
Tabel 4. 1 Daftar Indikator Internal .....	76
Tabel 4. 2 Pembobotan Indikator Internal.....	77
Tabel 4. 3 Penilaian Rating Indikator Internal.....	78
Tabel 4. 4 Matriks IFAS .....	81
Tabel 4. 5 Daftar Indikator Eksternal.....	83
Tabel 4. 6 Pembobotan Indikator Eksternal.....	84
Tabel 4. 7 Penilaian Rating Indikator Eksternal .....	85
Tabel 4. 8 Matriks EFAS .....	88

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Karyawan Human Resources dan Sales & Marketing Karma Kandara Resort Bali .....	109
Lampiran 2 Struktur Organisasi Sales & Marketing Karma Kandara Resort Bali .....	110
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 4 Pedoman Wawancara .....	113
Lampiran 5 Pembobotan Indikator Internal .....	117
Lampiran 6 Penilaian Rating Indikator Internal.....	118
Lampiran 7 Matriks IFAS.....	119
Lampiran 8 Pembobotan Indikator Eksternal .....	120
Lampiran 9 Penilaian Rating Faktor Eksternal.....	121
Lampiran 10 Matriks EFAS .....	122
Lampiran 11 Proses Bimbingan.....	123

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI



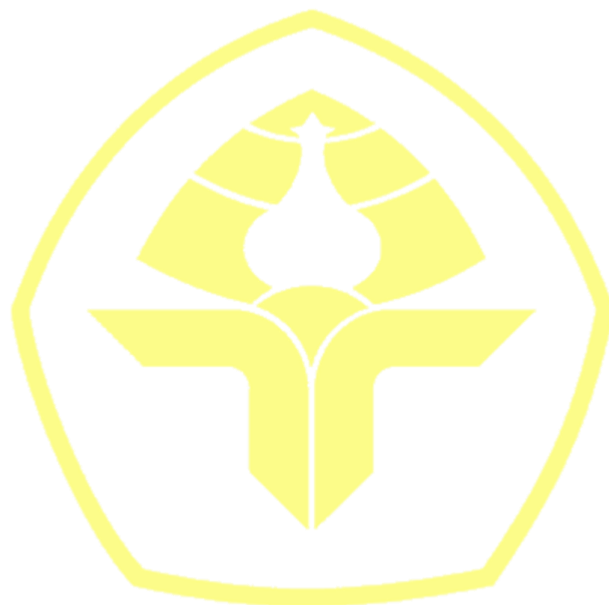
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Tingkat Hunian Resort di Bali Tahun 2021-2023 .....	6
Gambar 1.2 Grafik Tingkat Hunian di Karma Kandara Resort Bali Tahun 2021- 2023.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritis.....	32
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT .....	48
Gambar 4. 1 Five Bedroom Cliff front .....	58
Gambar 4. 2 Four Bedroom Cliff Front.....	58
Gambar 4. 3 Four Bedroom Ocean View.....	59
Gambar 4. 4 Four Bedroom Garden View .....	59
Gambar 4. 5 Three Bedroom Cliff Front .....	60
Gambar 4. 6 Three Bedroom Ocean View.....	60
Gambar 4. 7 Three Bedroom Garden View .....	61
Gambar 4. 8 Two Bedroom Garden View .....	61
Gambar 4. 9 One Bedroom Garden View .....	62
Gambar 4. 10 Di Mare Restaurant .....	63
Gambar 4. 11 Karma Beach Club .....	64
Gambar 4. 12 Temple Lounge .....	65
Gambar 4. 13 Verities Wine Bar.....	65
Gambar 4. 14 Karma Spa .....	66
Gambar 4. 15 Gym.....	67
Gambar 4. 16 Three Monkeys Kids Club .....	68
Gambar 4. 17 Floating wedding.....	69

Gambar 4. 18 Main Pool, and Kids Pool ..... 70

Gambar 4. 19 Struktur Organisasi Sales & Marketing Karma Kandara Resort Bali

..... 71



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan industri yang sedang berkembang pesat jika dilihat dari segi perekonomian. Industri ini menyediakan banyak fasilitas dan akomodasi yang dapat dijual kepada konsumen, seperti penjualan kamar hotel, ruang rapat, *ballroom*, restoran, dan juga area rekreasi (kolam renang, *rooftop* bar, *pub/bar*). Dalam meningkatkan tingginya tingkat hunian tersebut maka diperlukan beberapa cara atau strategi pemasaran yang tepat dari setiap hotel tersebut. Adapun data kunjungan wisatawan Mancanegara dan Domestik tahun 2021 – 2023:

**Tabel 1. 1 Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Domestik tahun 2021 - 2023**

Bulan / Tahun	Mancanegara			Domestik		
	2021	2022	2023	2021	2022	2023
Januari	10	3	331785	282248	527447	720164
Februari	12	1310	323510	240608	389690	629282
Maret	3	14620	370695	305579	547726	665751
April	9	58335	411510	330593	500740	900880
Mei	8	115611	439475	363959	960692	943713
Juni	1	181625	478198	498852	753907	883793
Juli	0	246504	541353	166718	784205	898260
Agustus	0	276659	522141	202187	659567	712860
September	0	291162	508350	298950	622068	755293
Oktober	2	305244	461441	468826	718066	813745
November	6	287398	403154	513482	657949	749268
Desember	0	377276	481646	629590	930917	1204902
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>2155747</b>	<b>5273258</b>	<b>4301592</b>	<b>8052974</b>	<b>9877911</b>

Sumber: Badan Pusat Statistika (2024)

Berdasarkan Tabel 1.1. terlihat bahwa data kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik sangat minim jumlahnya pada tahun 2021 dikarenakan masih terkena dampak Covid – 19. Kunjungan mulai meningkat membaik pada tahun 2022 – 2023. Hal ini juga sangat mempengaruhi tingkat hunian kamar pada tiap tiap akomodasi penginapan di Bali.

"Tingkat penghunian kamar hotel (TPK) adalah jumlah kamar yang telah disewakan/dihuni dibandingkan dengan jumlah kamar yang tersedia di hotel tersebut. Tingkat penghunian kamar (TPK) merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat perkembangan kinerja usaha penyedia akomodasi/hotel pada periode tertentu. Salah satu indikator untuk mengetahui tingkat produktivitas hotel dapat dilihat dari banyaknya kamar yang terpakai atau terjual setiap malam" (Badan Pusat Statistik, 2020). Ada beberapa cara dalam merumuskan perhitungan persentase dari tingkat hunian kamar, yaitu: tingkat hunian tunggal (*single occupancy*) dan tingkat hunian ganda (*multiple occupancy/double occupancy*) (Bagyono & Sambodo (2016)).

Akomodasi berupa hotel, villa, resort, losmen, guest house, pondok, cottage, terdapat 3 jenis akomodasi yaitu komersial, semi komersial, dan non komersial. Salah satu bidang yang bergerak dibidang pariwisata yakni Resort. Resort merupakan jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan dan minum serta pelayanan lainnya (Putri (2018)). Selain itu, resort yang banyak dijumpai pada daerah tujuan yang tidak lagi diperuntukan bagi orang-orang yang singgah untuk sementara. Resort didesain untuk para wisatawan yang berekreasi

(Mursalim, 2023). Resort ini dapat berupa resort yang sederhana dan sampai resort mewah, dan dapat mengakomodir berbagai kebutuhan mulai dari keluarga bahkan sampai kebutuhan bisnis. Dapat disimpulkan, bahwa resort adalah akomodasi penginapan dengan tujuan rekreasi (Makuzva (2021)).

Persaingan yang baik antara *resort* satu dengan lainnya semakin banyak. Hal ini membutuhkan suatu perencanaan dalam jangka panjang, Salah satu bentuk langkah awal kegiatan suatu organisasi adalah "Perencanaan Strategis". Perencanaan merupakan kegiatan untuk menetapkan tahapan kegiatan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi (Udin, (2018)). Selain itu, perencanaan strategis adalah bagian dari cara kepemimpinan dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasinya melalui visi dan misi di masa mendatang (Soleha, *et al.*, (2021)). Pada kesimpulannya, perencanaan strategis adalah kegiatan dalam penetapan tujuan yang akan dicapai dalam suatu organisasi atau perusahaan.

Perencanaan strategis yang dimaksud dengan melakukan perencanaan yang meminimalisir budget namun tetap mendatangkan lebih banyak pendapatan, seperti layaknya pemasaran digital, mempromosikan penjualan dengan menjualkan produk penjualan dengan memanfaatkan teknologi. Seperti contoh untuk hotel, pemasaran dilakukan dengan memakai platform digital untuk booking tiket hotel seperti platform Online Travel Agent Luar dapat booking tiket melalui Booking.com, Agoda, dan Expedia, Online Travel Agent Indonesia dapat booking tiket melalui Traveloka, Tiket.com, Offline Travel Agent Luar dapat booking tiket melalui Luxury Escape, TripADeal, Offline Travel Indonesia dapat booking tiket melalui

Bounty Tours, KliknBook. Hal ini dapat meminimalisir budget pengeluaran dibandingkan marketing yang masih menggunakan pemasaran selebaran kertas.

Perencanaan yang baik dimulai dari pembuatan strategi dalam meningkatkan laba atau pendapatan dari suatu usaha, dengan demikian dibutuhkan lah perencanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan tingkat hunian dari *Resort* tersebut. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dengan pemanfaatan peluang yang ada dalam meningkatkan penjualan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi Resort yang bersaing dengan hotel hotel bintang.

Pemasaran adalah *“Marketing is an organization fuction and a set processes for creating communicating, and delivering value to customer and for managing customer relationship in ways that benefit the organization it stakeholders”* Kotler dan Keller (2018). Pemasaran adalah kegiatan transaksi pertukaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing pihak, misalnya pertukaran produk yang dimiliki oleh perusahaan terhadap uang yang dimiliki oleh pelanggan (Malau (2018)). Sedangkan, pendapat ahli lain menjelaskan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (Sunyoto (2019:19)).

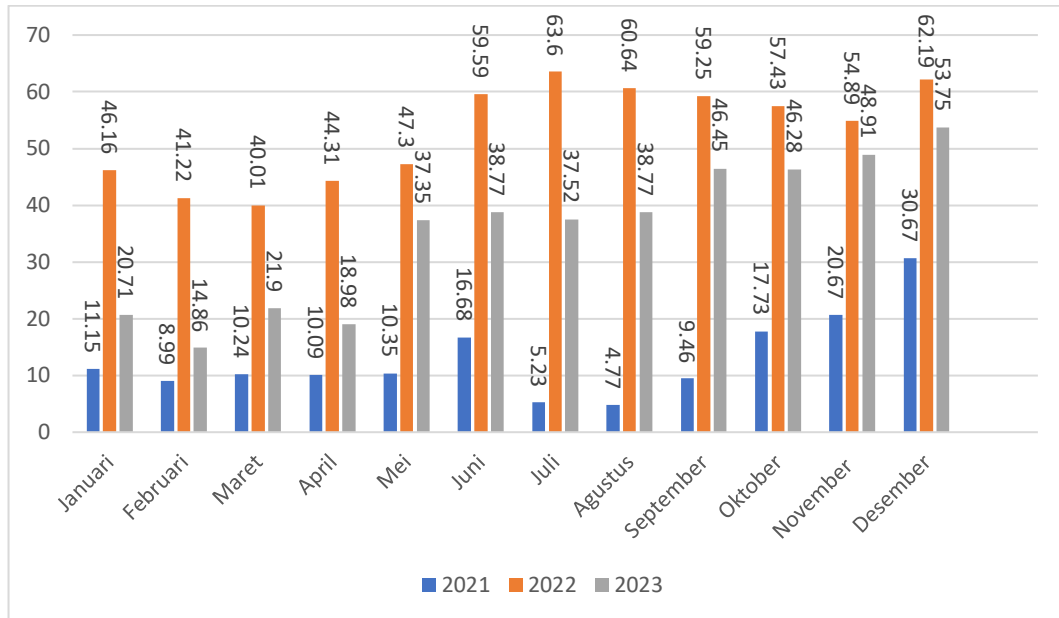
Pelaksanaan strategi pemasaran saat ini sangat penting untuk mendukung peningkatan laba, dengan strategi pemasaran diperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas antara lain strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan lain

sebagainya. Definisi Strategi pemasaran adalah perencanaan yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan, strategi pemasaran memiliki tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan, mempertahankan dan meningkatkan penjualan, mencari dan membina langganan serta usaha menguasai pasar agar perusahaan tetap hidup dan berkembang (Mardianto (2022)).

Strategi pemasaran merupakan sebuah alat dari keseluruhan kegiatan yang ada dalam marketing mix. 7P merupakan bagian dari marketing mix, Usaha-saha tersebut meliputi 7P atau bauran pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat atau lokasi (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang yang terkait dalam pelayanan (*people*) dan sarana atau bukti lingkungan fisik (*physical evidence*) (Philip Kotler & Keller (2007)). Strategi pemasaran juga dapat memberikan arah bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitas penjualan perusahaan yang dimana didalamnya terdapat pengendalian dari semua aspek agar dapat tercapai tujuan visi dan misi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Salah satu perusahaan pariwisata *Resort* di Bali yang menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah hunian kamar adalah Karma Kandara Resort Bali, Indonesia merupakan *resort* bintang 5 dengan sertifikasi *Luxury Beach Club* in Bali dan *Luxury SPA*, yang berlokasi di kawasan Kuta Selatan tepatnya, di Jalan Villa Kandara, Banjar Wijaya Kusuma, Ungasan, Bali, 80362 Indonesia.

Adapun tingkat hunian kamar hotel di Bali pada tahun 2021-2023 adalah sebagai berikut.



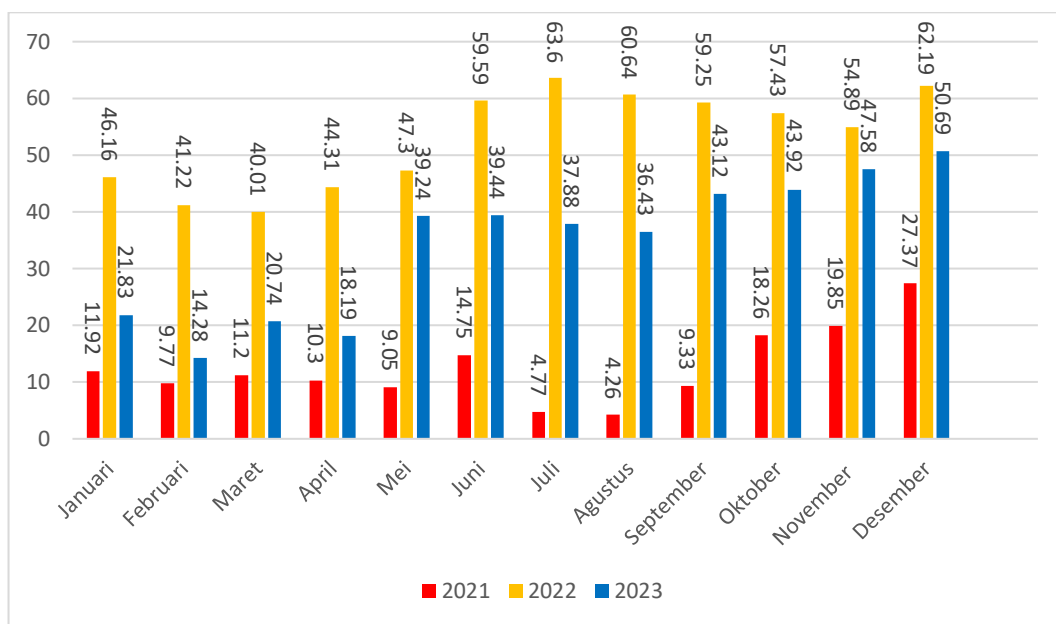
**Gambar 1.1 Grafik Tingkat Hunian Resort di Bali Tahun 2021-2023**

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2024)

Berdasarkan Grafik 1.1. dijelaskan bahwa terdapat penurunan tingkat hunian kamar selama tahun terakhir yakni tahun 2023 yang terjadi pada resort di Bali dengan rincian sebagai berikut, terjadi peningkatan dan penurunan pada tahun 2021-2023. Pada tahun 2021 *occupancy* pada resort di Bali sebesar 12,96%, tahun ini masih mengalami krisis ekonomi pasca pandemic Covid – 19, pada tahun 2022 *occupancy* resort di Bali mencapai peningkatan sebesar 53,05% yang disebabkan oleh presidensial *event* (G-20), dan terjadi penurunan pada tahun 2023 sebesar 35,38% yang terjadi disebabkan resesi ekonomi global. Hal ini juga terjadi pada salah satu *resort* di Bali yakni Karma Kandara Resort Bali



Karma Kandara Resort Bali juga mengalami penurunan tingkat hunian kamar yang sangat signifikan ini dapat dilihat dari Grafik 1.2 Tingkat Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali tahun 2021-2023.



**Gambar 1.2 Grafik Tingkat Hunian di Karma Kandara Resort Bali Tahun 2021-2023**

Sumber: *Sales and Marketing* Karma Kandara Resort Bali (2024)

Dari data Grafik 1.2 dapat dilihat bahwa penurunan tingkat hunian kamar juga terjadi pada Karma Kandara Resort Bali selama tiga tahun terakhir yang terjadi pada tahun 2021 rata-rata tingkat hunian kamar yaitu 11,84 %, angka tersebut mengalami penurunan akibat pandemi Covid – 19, dan untuk rata-rata tingkat hunian kamar pada tahun 2022 meningkat menjadi 53,05% disebabkan peningkatan perekonomian pariwisata dibali dengan adanya *event* G20 yang berdampak pada peningkatan rute penerbangan langsung ke bali oleh wisatawan domestik dan mancanegara, untuk tahun 2023 menjadi 35,27%, terjadi penurunan karena perlambatan ekonomi global atau resesi ekonomi yang berdampak pada tingkat hunian kamar pada Karma Kandara Resort Bali. Rata-rata hunian kamar pada

Karma Kandara Resort Bali mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun yang sangat signifikan. Hal itulah yang menyebabkan tidak stabilnya tingkat hunian kamar pada Karma Kandara Resort Bali.

Dari permasalahan di atas maka diperlukannya suatu pembelajaran dan strategi pemasaran yang tepat yang dapat digunakan oleh Karma Kandara Resort Bali dengan menganalisis menggunakan metode swot guna meningkatkan jumlah tingkat hunian kamar berdasarkan data diatas maka penelitian ini mengangkat judul **“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali”**.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari pemikiran dan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah pada penelitian ini yakni, **“Bagaimana strategi pemasaran berdasarkan Analisis SWOT yang di terapkan untuk meningkatkan jumlah hunian kamar di Karma Kandara Resort Bali?”**.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah hunian kamar di Karma Kandara Resort Bali.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan Analisa Situasi, perumusan masalah, dan tujuan kegiatan, dapat disimpulkan bahwa manfaat dari hasil penelitian ini, yaitu:

##### 1.4.1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran tentang bagaimana pengaruh strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah hunian kamar, dan juga dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari strategi pemasaran yang telah di terapkan pada Karma Kandara Resort Bali.
- b. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian – penelitian selanjutnya yang berhubungan operasional anggaran dan pengendalian penjualan

##### 1.4.2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Penulis

Dapat Menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang tentang bagaimana mengimplementasikan strategi pemasaran pada Karma Kandara Resort Bali

###### b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi pada perpustakaan sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

###### c. Bagi Perusahaan

Dapat dimanfaatkan sebagai Referensi atau sumbangan ide yang bisa diterapkan di resort Karma Kandara Resort Bali dari segi perencanaan strategi pemasaran.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada penelitian dan pembahasan diatas, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut.

1. Penerapan pemasaran di Karma Kandara Resort Bali Ungasan berfokus pada penggunaan media online. Pemasaran online dilakukan dengan platform media sosial Karma Kandara Resort Bali Ungasan juga bekerja sama dengan Travel Agent yang sesuai dengan target market hotel, pemasaran juga dilakukan dengan pemasaran Online dengan Travel Agent juga, selain itu Karma Kandara Resort Bali Ungasan juga menggunakan iklan berbayar Ads di media social seperti instagram, Facebook sma Google. Tidak hanya pemasaran melalui platform online namun juga melalui online travel agent, agoda, booking.com, hotelbeds, ctrip, traveloka, tiket.com, expedia.
2. Hasil penelitian ini menghasilkan faktor internal dengan pembobotan indikator internal Harga special untuk repeater guest memiliki bobot terkecil yaitu sejumlah 0.09. Indikator internal seperti fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai standar hotel berbintang, Lokasi hotel strategis di kawasan Kuta Selatan Promosi melalui website dan media-media online lain, kerjasama yang baik antar Travel Agent, Variasi konten promosi yang diciptakan, Keramahtamahan staff hotel kepada tamu,

pengetahuan produk yang dimiliki oleh staff, Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel serta desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada kamar hotel memiliki bobot yang sama sejumlah 0.10. Hasil pengurangan keseluruhan skor menunjukkan titik koordinat nantinya untuk faktor internal sebesar -0,08 untuk Matriks IFAS.

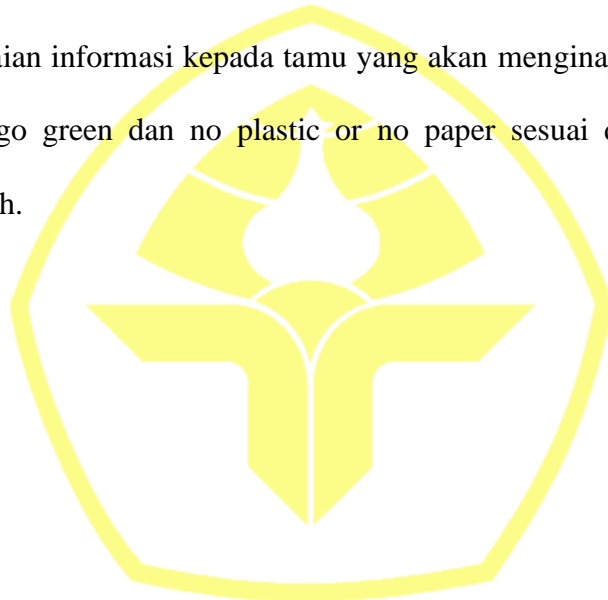
3. Dari perhitungan bobot indikator eksternal, indikator Tingkat inflasi yang stabil mendapatkan bobot sebesar 0.09, sedangkan indikator lainnya seperti Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis, Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah, Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif, Keadaan politik dan kebijakan pemerintah, Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet, Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel, Gaya hidup masyarakat yang berkembang, Daya tarik budaya lokal, Pelestarian lingkungan di sekitar hotel mendapatkan pembobotan yang sama yaitu sebesar 0.10. Hasil pengurangan rating keseluruhan skor menunjukkan titik koordinat untuk faktor eksternal sebesar 0,12 untuk Matriks EFAS.
4. Strategi Karma Kandara Resort Bali Ungasan berada di kuadran II pada Matriks IE (internal-external). Pada Kuadran II dengan konsentrasi melalui *Agresive Maintenance Strategy*, yaitu bisnis Karma Kandara Resort Bali Ungasan tetap memanfaatkan kekuatan dan melaksanakan pengembangan terhadap kelemahan secara aktif dan agresif yang merupakan faktor internal pada hotel dalam meningkatkan tingkat hunian kamar.

5. Dari hasil analisis diatas, ada 4 kelompok strategi dalam upaya meningkatkan tingkat hunian kamar yang penulis sajikan berdasarkan analisis yang dilakukan sebelumnya. Terdapat 3 strategi SO untuk memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang seperti, Memaksimalkan Fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai dengan standar hotel berbintang pada pertumbuhan industry perhotelan, Memperluas Kerjasama dengan baik antar Travel agent, Penawaran dengan harga special terhadap repeater guest dengan penawaran relative lebih murah. Terdapat 2 Strategi ST, Mengangkat Budaya dan lingkungan sekitar, Menerapkan konsep go green demi menyelaraskan hotel, bumi dengan kebijakan pemerintah. Terdapat 1 Strategi WO, Memberikan pengetahuan tentang fasilitas hotel kepada seluruh staff, dan Strategi terakhir terdapat 2 Strategi WT, Selalu menerapkan Balinese hospitality dengan tetap beradaptasi akan budaya dari tamu, Meningkatkan pembayaran dengan QRIS demi mengurangi penggunaan kertas.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, penulis memberikan beberapa saran yang dapat diterapkan oleh pihak Karma Kandara Resort Bali Ungasan guna meningkatkan tingkat hunian kamar yang tepat digunakan kedepannya, yaitu sebagai berikut.

1. Menjalankan dan mengembangkan konten-konten yang dimiliki oleh hotel, menjangkau lebih luas promosi baik melalui platform media sosial ataupun Online Travel Agent dan itu menjadi salah satu peluang yang baik untuk melakukan pemasaran. Konten yang dipilih juga dapat dikembangkan dengan mengangkat lingkungan dan budaya sekitar karena hotel memiliki keunikan pada budaya dan lingkungan sekitar.
2. Meningkatkan Balinese Hospitality sesuai standar hotel berbintang. Serta memberikan pengetahuan tentang fasilitas hotel kepada semua staff dalam penyampaian informasi kepada tamu yang akan menginap. Meningkatkan program go green dan no plastic or no paper sesuai dengan kebijakan pemerintah.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR PUSTAKA

- Abiddin, M. Z., Mas'udin, I., & Utama, D. M. (2018). Pemilihan Strategi Pemasaran Dengan Metode Swot Dan Topsis. *Jurnal Teknik Industri*, 18(1), 55-67.
- Alma, B. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Keenam. Alfabeta. Bandung. Angipora,
- Andriani, R., Susanto, V. A., Nelfianti, F., & Elyana, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Marketing Mix Pada Event Organizer (Studi Pada Event Organizer Cipayung Jakarta Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2), 104-108.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (29 April 2020). *Statistik Indonesia 2020*. Diakses pada 17 Juli 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Coltmant, M. M. (1895). Resort Hotel Resort Is A Tourism Area In Which There Are Accommodation Facilities.
- Farida Yulianti, F., & Lamsah, L. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*.
- Farida Yulianti, F., & Lamsah, L. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*.
- Hamdani, M. (2023). Strategi Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Homestay Di Desa Wisata Raya Kecamatan Berastagi Kabupaten Karo. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 10(2), 31-35.
- Hendrawan, H. (2021). Swot And Stp (Segmentation, Targeted, Position) Analysis Of Digital Marketing Strategies For Micro Enterprises–Bunda Culinary. *Jkbn (Journal Of Business And Management Concepts)*, 7 (2), 127–138.
- Hidayat, A., & Lesmana, I. S. (2020). Tows Analysis (Efas And Ifas) As An Implementation Of Market Driven Strategy To Create Core Value Loyalty At Pt. Carrefour Serang City Of Banten. In *Call For Papers–2nd International Seminar On Accounting For Society 5.0 “The Impact Of Artificial Intelligence In Accounting For Society 5.0”* (P. 204).
- Ivana, I., Chandra, W., Sutarno, S., William, W., & Hutabarat, F. A. M. (2021, October). Penerapan Strategi Pemasaran Pada Pt Karya Sukses Usaha Mandiri Medan. In *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Informasi (Sensasi)* (Vol. 3, No. 1, Pp. 281-284).
- Jefri, R. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Mersi Bukittinggi Setelah Masa Pandemi Covid-19 (*Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat*).



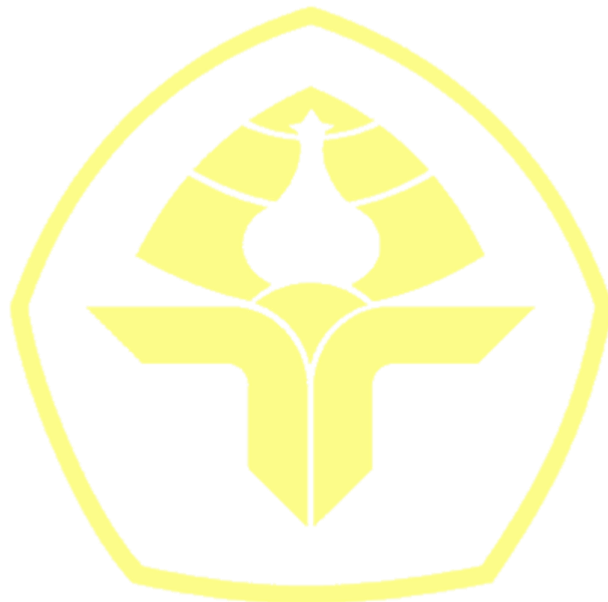
- Jefri, R. (2023). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Mersi Bukittinggi Setelah Masa Pandemi Covid-19 (*Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat*).
- Kartawan, K., Marlina, L., & Susanto, A. (2018). Manajemen Sumber daya Insani. *Hasil Reviewer*.
- Khadafi, M., & Dina, D. (2020). Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Berkunjung Kembali Pada Destinasi Bintan Lagoon Resort. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(3), 323-328.
- Koerniawaty, F. T., Sudjana, I. M., & Oktaviani, P. E. (2022). Senggol Market Development Strategy As A Culinary Tourism Attraction In The City Of Gianyar, Bali. *Enrichment: Journal Of Management*, 12(5), 4454-4462.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Pemasaran. Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, Philip And Keller Kelvin Lane.(2018). Marketing Management.(15th Global Edition) Edinburgh: Pearson Education.(679 Pp). *Kasem Budit Journal*, 18(2), 180-183.
- Lokajaya, I. N., Brahmasari, I. A., & Eliyana, A. (2018, August). Strategi Daya Tarik Wisata Memorial Jembatan Merah Surabaya. *In Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (Vol. 1, No. 1)*.
- Makuzva, W., & Ntloko, N. J. (2021). Developing A Resort Destination Through The Eyes Of The Tourist. *Geo Journal Of Tourism And Geosites*, 37(3), 921-928.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*.
- Mandira, I. M. C., & Damayanti, G. A. A. P. C. (2023). Analysis Of Swot, Ifas, Efas, And Blc In The Heavy Equipment Industry In Bali. *Jrmsi-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 14(02), 21-32.
- Mardianto, D. 4.3 (2022), *Unsur-Unsur Bauran Pemasaran. Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*, 50.
- Mulyono, A., & Sunyoto, D. (2024). *Pemasaran Politik Era Teknologi*.
- Murdhanti, A. D. (2012). Hotel Resor Di Pantai Siung Gunungkidul (*Doctoral Dissertation, Uajy*).
- Mursalim, M. A. (2023). Perencanaan Resort Dengan Penerapan Arsitektur Bioklimatik Di Kawasan Pantai Pasir Putih Bira Di Kabupaten Bulukumba (*Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta*).
- Nikzad, M., Hosseini, S. S., Salami, H., Chizari, A., & Ahady, A. H. (2023). Determine And Formulation Strategies For The Development Of Afghanistan's Agriculture Sector Using Swot Analysis, Space Matrix,

- And Qspm Approach. *International Journal Of Agricultural Management And Development (Ijamad)*, 13(1), 79-102.
- Nurfatmawati, A. (2016). Strengths, Weaknesses, Opportunities And Threats,(Swot) Analysis Of Tourism Marketing Communication Strategyon Umbul Ponggok. *Icoms* 2016, 227.
- Nurwahid, S. (2019). Pengaruh Reservasi Hotel Melalui Travel Agent Dan Online Travel Agent Terhadap Occupancy Pada Hotel Ibis Jakarta Senen (*Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Ste) Jakarta*).
- O'shannessy, V., & Minett, D. (2016). *The Road To Hospitality: Skills For The New Professional*. Cengage Australia.
- Putri, E. D. H. (2018). *Pengantar Akomodasi Dan Restoran*. Deepublish.
- Rachmawati, I. K., Handoko, Y., Rahman, A., & Hidayatullah, S. (2019). Ifas & Efas-Investigating Evaluation Strategies For Facing Smes Competition. *European Journal Of Business And Management*, 11(12), 176-182.
- Rangkuti, F. (2015). *Swot–Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.
- Raraga, F., & Korengkeng, 2021. H. F. Evaluasi Pengelolaan Obyek Wisata Air Panas Mamuya Kabupaten Halmahera Utara.
- Ratniati, N. K., Astari, A. A. E., & Laksmi, N. P. A. D. (2023). Analysis Of Ifas, Efas Strategies And Feasibility Of Mangot Cultivation Business To Reduce Household Waste: Analysis Of Ifas, Efas Strategy And Feasibility Of Manggot Cultivation Business To Reduce Household Waste. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 8(3), 554-574.
- Robbins, Stephen P Terjemahan Benyamin Molan. (2010). *Perilaku Organisasi*. Jakarta : Indeks Kelompok Gramedia.
- Romanda, C. (2016). Analisis Tingkat Hunian Kamar Dalam Hubungannya Dengan Profitabilitas Pada Hotel Rangganang Sekayu. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen Malahayati (Jramm)*, 5(1), 23-29.
- Ryan, 2019. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Di Hotel Losari Bali. *Jurnal Ipb. Bali*.
- Sahrianto. (2018). Hotel Resort Dengan Pendekatan Arsitektur.
- Sambodo, A. & Bagyono. (2006). Dasar - Dasar Kantor Depan Hotel. Yogyakarta: Cv Andi Offset.
- Siswanto, A., & Jember, K. H. A. S. (2019). Quantitative Strategic Planning Matrix Applied Development Strategy Of Sukamade Island In Banyuwangi-East Java Indonesia.

- Soleha, T. A., & Surendra, A. (2021). Pengaruh Kepemimpinan, Kesejahteraan Dan Disiplin Kerja, Terhadap Kinerja Pegawai Di Kecamatan Karanganyar Kabupaten Karanganyar. *Smooting*, 19(3), 170-178.
- Statistik, B. P. (2020). Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Desember 2019. *Denpasar, Bali: Badan Pusat Statistik*.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Peneliiian. *Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian *Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Ke-2)*. Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Admojo, T. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*.
- Syahputra, E. (2021). Strategi Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Homestay Di Desa Wisata Pulesari Di Masa New Normal Covid-19 (*Doctoral Dissertation, Stp Ampta Yogyakarta*).
- Syahputra, R., Matondang, A. R., & Suwito, S. (2015). Strategi Meningkatkan Daya Saing Hotel Sulthan Banda Aceh Melalui Pendekatananalisis Swotstrategi Meningkatkan Daya Saing Hotel Sulthan Banda Aceh Melalui Pendekatananalisis Swot. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 15(2).
- Syahputra, R., Matondang, A. R., & Suwito, S. (2015). Strategi Meningkatkan Daya Saing Hotel Sulthan Banda Aceh Melalui Pendekatananalisis Swotstrategi Meningkatkan Daya Saing Hotel Sulthan Banda Aceh Melalui Pendekatananalisis Swot. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 15(2).
- Syahputra, R., Matondang, A. R., & Suwito, S. (2019). Strategi Meningkatkan Daya Saing Hotel Sulthan Banda Aceh Melalui Pendekatananalisis Swotstrategi Meningkatkan Daya Saing Hotel Sulthan Banda Aceh Melalui Pendekatananalisis Swot. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 15(2).
- Tahaka, A. I., Rengkung, J., & Egam, P. P. (2019). Hotel Resort Di Luwuk. Neo Vernacular Architecture (*Doctoral Dissertation, Sam Ratulangi University*).
- Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ubaidillah, S. F. (2018). Strategi Bauran Pemasaran Freeze Communication Dalam Even Pameran Kuliner. Strategi Bauran Pemasaran Freeze

Communication Dalam Event Pameran Kuliner. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, 9(1), 56-62.

Widiawati, K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelanggan. *Jurnal Administrasi Kantor*, 7(1), 63-74.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# LAMPIRAN



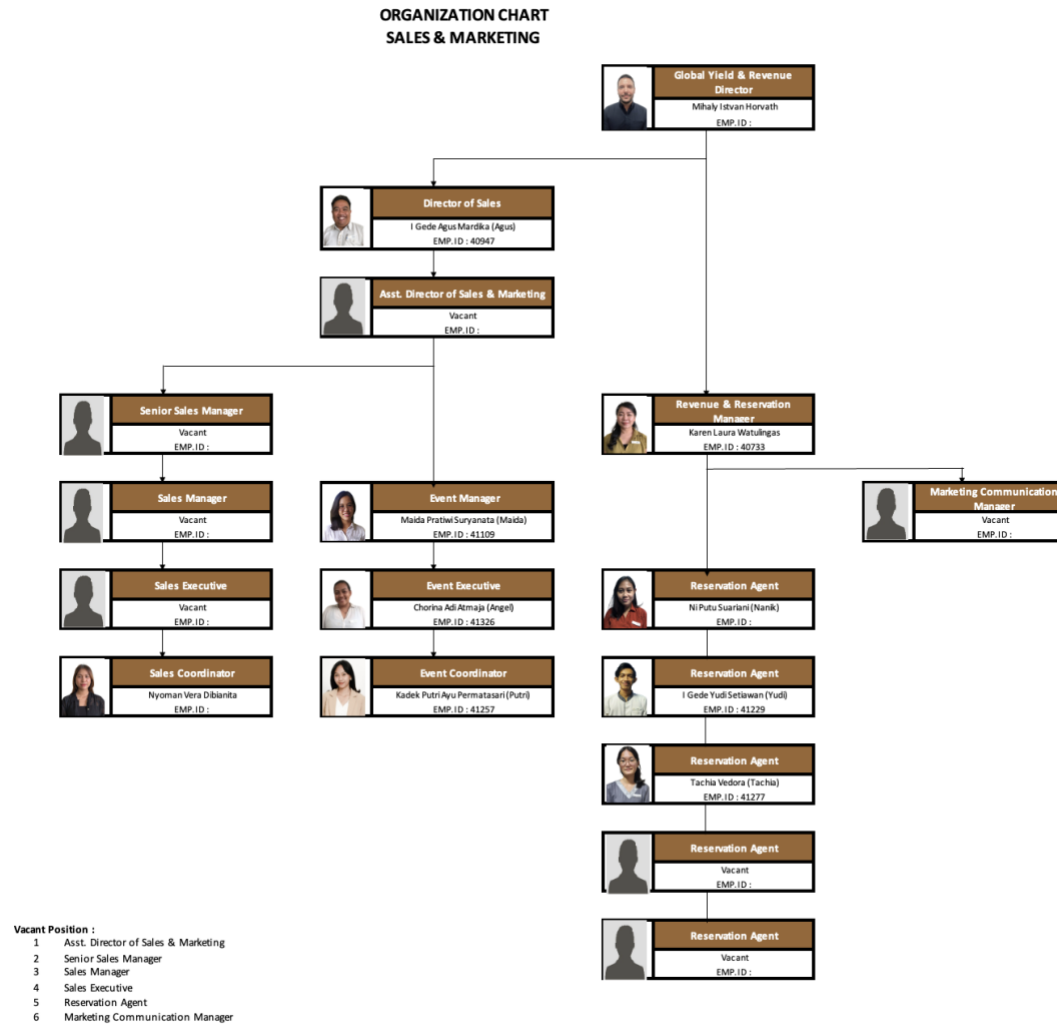
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

**Lampiran 1 Data Karyawan Human Resources dan Sales & Marketing Karma Kandara Resort Bali**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JABATAN</b>	<b>BAGIAN</b>
1	Ida Ayu Made Armini	Assistant Director of Human Resources	Human Resources
2	Ni Luh Putu Ari Bhuwana Tungga Dewi	Human Resources Supervisor	Human Resources
3	Ketut Ogan Dini Komala Dewi	Human Resources Admin	Human Resources
4	I Gede Agus Mardika	Director of Sales	Sales & Marketing
5	Nyoman Vera Dibianita	Sales Coordinator	Sales & Marketing
6	Maida Pratiwi Suryanata	Event Manager	Sales & Marketing
7	Chorina Adi Atmaja	Event Executive	Sales & Marketing
8	Kadek Putri Ayu Permatasari	Event Coordinator	Sales & Marketing
9	Karen Laura Watulingas	Revenue & Reservation Manager	Sales & Marketing
10	Ni Putu Suariani	Reservation Agent	Sales & Marketing
11	I Gede Yudi Setiawan	Reservation Agent	Sales & Marketing
12	Tachia Vedora	Reservation Agent	Sales & Marketing

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## Lampiran 2 Struktur Organisasi Sales & Marketing Karma Kandara Resort Bali







5.	Kerjasama yang baik dalam hal transportasi antar Travel Agent								
6.	Variasi konten promosi yang diciptakan								
7.	Keramahtamahan staff hotel kepada tamu								
8.	Pengetahuan produk yang dimiliki hotel oleh staff								
9.	Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel								
10.	Desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada Kamar hotel								

### Faktor Eksternal

No	Indikator Eksternal	Penilaian Rating				Penilaian Bobot			
		SB	B	KB	TB	SP	P	KP	TP
	Faktor Eksternal	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis								
2.	Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah								
3.	Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif								
4.	Keadaan politik dan kebijakan pemerintah								
5.	Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet								
6.	Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel								
7.	Gaya hidup masyarakat yang berkembang								
8.	Tingkat inflasi yang stabil								
9.	Daya tarik budaya lokal								
10.	Pelestarian lingkungan di sekitar hotel								

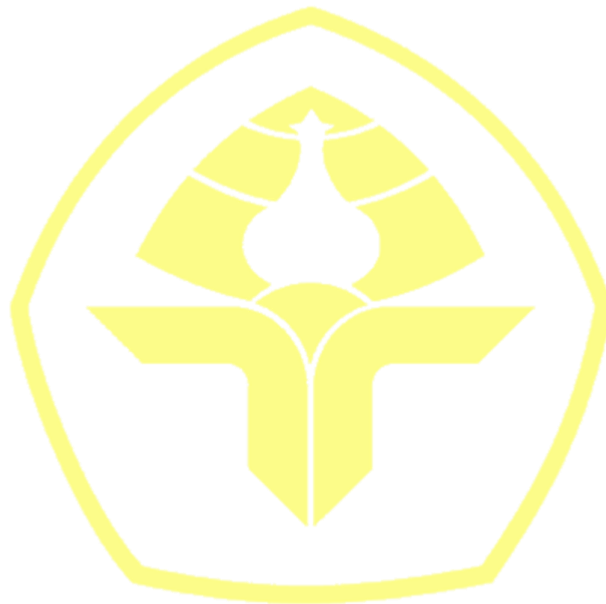
### Lampiran 4 Pedoman Wawancara

IDENTITAS INFORMAN	
Nama	Agus Mahardika, Vera Dibia, Tachia Vedora
Jabatan & Bagian	Sales Marketing
Waktu Pelaksanaan	Sabtu, 20 Juni 2024, Pukul: 11.00 Wita
HASIL WAWANCARA	
	PERTANYAAN
KEADAAN UMUM KARMA KANDARA	<p>1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran khususnya pemasaran online di karma kandara? Jawaban : Strategi Pemasarannya pertama, menentukan target market nya siapa, terus kita kerja sama dengan Travel Agent yang sesuai targetmarket kita, pemasaran untuk jualan juga kita lakukan di OnlineTravel Agent juga, selain itu kita juga pake Ads berbayar di media social kek instagram, facebook sama google.</p>
	<p>2. Bagaimana peran Sales &amp; Marketing Department di dalam menyusun dan melaksanakan startegi pemasaran yang diterapkan di Karma Kandara? Jawaban : Peran SM ya lebih ke reaching out to all of the agents ygsesuai market kita, doing sales call and monotoring all prices diplatform OTA</p>
	<p>3. Bagaimana upaya yang dilakukan Karma Kandara khususnya Sales &amp; Marketing Department dalam meningkatkan hunian kamar? Jawaban: Upayanya ya dengan keep bosting all the promotion that we had through social media and all agent platform</p>
	<p>4. Media sosial apa saja yang biasa digunakan dalam memasarkan produk Karma Kandara saat ini? Jawaban: Instagram, Facebook, Tiktok, Wibesite, media cetak</p>
	<p>5. Diantara media dan platform yang digunakan, manakah yang paling efektif dan yang paling sedikit kontribusinya dalam mendatangkan tamu?</p>

	<p>Jawaban: Paling effective mungkin social media yaitu instagram, yang paling dikit itu media cetak contoh majalah karena itu emang lebih ke branding dan eksistensi</p>
<p>FAKTOR INTERNAL (Produk, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence)</p>	<p>1. Apakah letak Karma Kandara Resort Bali merupakan tempat yang strategis? Jawaban: Lokasinya strategis dekat sma destinasi populer dan tidak begitu jauh dari bandara</p>
	<p>2. Bagaimana keunggulan dan kelemahan lokasi Karma Kandara Resort Bali Bali? Jawaban: Keunggulannya ya fasilitas dan lokasinya, kelemahan mungkin di aksesibilitas</p>
	<p>3. Apa saja media dan platform yang digunakan didalam memasarkan produk yang dimiliki hotel? Jawaban: Instagram, Facebook, Tiktok, Wibesite, media cetak</p>
	<p>4. Media apa yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap penjualan kamar di hotel? Jawaban: yang paling efektif itu booking.com, yg paling sedikit itu agoda</p>
	<p>5. Bagaimana komunikasi staff khususnya dalam penggunaan Bahasa asing yang dimiliki oleh Karma Kandara Resort Bali? Jawaban: Standar dan sejauh ini dapat dimengerti, dan juga beda-beda sesuai department</p>
	<p>6. Bagaimana peran <i>Sales &amp; Marketing Department</i> dalam melakukan pemasaran produk hotel? Jawaban: Memiliki relasi dgn agent yg mengadakan Fam Trip trus kita hosting kasi experience stay di Karma, kadang juga kita Sales Trip ikut Table Top/exhibition baik domestic ataupun luar negeri untuk meningkatkan penjualan sesuai target market kita</p>
	<p>7. Bagaimana proses pemasaran produk hotel khususnya kamar yang dilakukan di Karma Kandara Resort Bali Bali? Jawaban:</p>

	<p>Melalui online travel agent, agoda, booking.com, hotelbeds, ctrip, traveloka, tiket.com, expedia</p> <p>8. Apa saja desain interior dan eksterior yang menjadi daya tarik dikamar Karma Kandara Resort Bali Bali? Dan adakah pengaruh terhadap tingkat hunian kamar di Karma Kandara Resort Bali Bali?</p> <p>Jawaban: Furniture, fasilitas, dan style kamar hotel yang lebih ke tradisional modern dan beberapa kamar juga ada ocean view sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi guest</p>
<p>FAKTOR EKSTERNAL (Kompetitif, Politik, Teknologi, Ekonomi, Sosial Budaya)</p>	<p>1. Bagaimana dukungan pemerintah dan instansi setempat terkait operasional di Karma Kandara Resort Bali Bali?</p> <p>Jawaban: “Belum maksimal, Karna yg saya tau sampai saat ini adanya beach club yg kebakaran dulu tdk diperhatikan dan mungkin tidak dikasi ijin dari pemerintah karna adanya intervensi kemungkinan dari salah satu orang atau instansi terkait dengan masuknya ranah politik”</p> <p>2. Apakah media pemasaran yang digunakan di Karma Kandara Resort Bali Bali sudah <i>up to date</i> dan dapat dimanfaatkan secara maksimal? Apakah ada kendala dalam memanfaatkan teknologi yang ada di era seperti saat ini?</p> <p>Jawaban: Sudah update and sesuai dengan trend, kendala mungkin di budget ya karena budget untuk pemasaran itu terbatas</p> <p>3. Apakah inflasi atau nilai tukar rupiah dapat meningkatkan tingkat hunian kamar di Karma Kandara Resort Bali Bali?</p> <p>Jawaban: iya karena kan harga jadi murah</p> <p>4. Kontribusi apa yang diberikan Karma Kandara Resort Bali Bali terhadap lingkungan sekitar?</p> <p>Jawaban: Untuk retribusi jelas sudah masuk ke desa, dan banjar dan beberapa karyawan di lingkungan yang sampai saat ini masih bekerja dikarma.</p> <p>5. Bagaimana dukungan masyarakat setempat terkait operasional di hotel?</p> <p>Jawaban: Dapat izin keramaian dan surat dari kepalalingkungan setempat serta komunikasi yang baik dengan pihak</p>

	<p>pecalang desa untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Seperti misalnya Curfew sampai jam 11 malam tapi dilapangan ternyata sampai jam 12 itu harus dibicarakan</p>
--	--



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

### Lampiran 5 Pembobotan Indikator Internal

SWOT	No	Kuesioner	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah	Bobot
STRENGTH	1	Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai standar hotel berbintang	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10
	2	Lokasi hotel strategis di kawasan Kuta Selatan	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	44	0,10
	3	Harga special untuk repeater guest	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	2	41	0,09
	4	Promosi melalui website dan media-media online lain	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10
	5	Kerjasama yang baik antar Travel Agent	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	45	0,10
Total															223	0,49
WEAKNESS	6	Variasi konten promosi yang diciptakan	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	45	0,10
	7	Keramahtamahan staff hotel kepada tamu	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10
	8	Pengetahuan produk yang dimiliki hotel oleh staff	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10
	9	Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10
	10	Desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada Kamar hotel	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	43	0,10
Total															228	0,51
Sub Total															451	1,00

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

### Lampiran 6 Penilaian Rating Indikator Internal

SWOT	No	Kuesioner	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah	Bobot	Rating
STRENGTH	1	Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai standar hotel berbintang	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10	3,83
	2	Lokasi hotel strategis di kawasan Kuta Selatan	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	44	0,10	3,67
	3	Harga special untuk repeater guest	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	2	41	0,09	3,42
	4	Promosi melalui website dan media-media online lain	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92
	5	Kerjasama yang baik antar Travel Agent	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	45	0,10	3,75
Total															223	0,49	
WEAKNESS	6	Variasi konten promosi yang diciptakan	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	45	0,10	3,75
	7	Keramahtamahan staff hotel kepada tamu	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92
	8	Pengetahuan produk yang dimiliki hotel oleh staff	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10	3,83
	9	Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92
	10	Desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada Kamar hotel	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	43	0,10	3,58
Total															228	0,51	
Sub Total															451	<b>1,00</b>	

JURISAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

### Lampiran 7 Matriks IFAS

No	Indikator Internal	Responden Jumlah												Jumlah	Bobot	rating	skor	Ket.	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12						
<b>Kekuatan</b>																			
1	Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai standar hotel berbintang	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10	3,83	0,39	Kekuatan
2	Lokasi hotel strategis di kawasan Kuta Selatan	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	44	0,10	3,67	0,36	Kekuatan	
3	Harga special untuk repeater guest	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	2	41	0,09	3,42	0,31	Kekuatan	
4	Promosi melalui website dan media-media online lain	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92	0,41	Kekuatan	
5	Kerjasama yang baik antar Travel Agent	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	45	0,10	3,75	0,37	Kekuatan	
Total S														223	0,49		1,84		
<b>Kelemahan</b>																			
1	Variasi konten promosi yang diciptakan	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	45	0,10	3,75	0,37	Kelemahan	
2	Keramahtamahan staff hotel kepada tamu	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92	0,41	Kelemahan	
3	Pengetahuan produk yang dimiliki hotel oleh staff	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10	3,83	0,39	Kelemahan	
4	Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92	0,41	Kelemahan	
5	Desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada Kamar hotel	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	43	0,10	3,58	0,34	Kelemahan	
Total W														228	0,51		1,92		
Sub Total														451	<b>1,00</b>		<b>3,76</b>		
Total S-W																	0,08		



### Lampiran 8 Pembobotan Indikator Eksternal

SWOT	No	Indikator Internal	Responden Jumlah												Jumlah	Bobot	
			Jumlah														
OPPORTUNITIES	1	Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10
	2	Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	44	0,10
	3	Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46	0,10
	4	Keadaan politik dan kebijakan pemerintah	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10
	5	Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10
		Total O													231	0,51	
THREATS	1	Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46	0,10	
	2	Gaya hidup masyarakat yang berkembang	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45	0,10	
	3	Tingkat inflasi yang stabil	4	4	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	42	0,09	
	4	Daya tarik budaya lokal	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45	0,10	
	5	Pelestarian lingkungan di sekitar hotel	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10	
		Total T													224	0,49	
		Sub Total													455	<b>1,0</b>	

### Lampiran 9 Penilaian Rating Faktor Eksternal

SWOT	No	Indikator Internal	Responden Jumlah												Jumlah	Bobot	Rating	
			Jumlah															
OPPORTUNITIES	1	Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92
	2	Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	44	0,10	3,67
	3	Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46	0,10	3,83	
	4	Keadaan politik dan kebijakan pemerintah	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92
	5	Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92
		Total O													231	0,51		
THREATS	1	Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46	0,10	3,83	
	2	Gaya hidup masyarakat yang berkembang	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45	0,10	3,75	
	3	Tingkat inflasi yang stabil	4	4	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	42	0,09	3,50	
	4	Daya tarik budaya lokal	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45	0,10	3,75	
	5	Pelestarian lingkungan di sekitar hotel	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10	3,83	
		Total T													224	0,49		
		Sub Total													455	<b>1,0</b>		

## Lampiran 10 Matriks EFAS

SWOT	No	Indikator Internal	Responden Jumlah												Jumlah	Bobot	Rating	Skor	Keterangan	
			Jumlah																	
OPPORTUNITIES	1	Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92	0,40	Peluang
	2	Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	44	0,10	3,67	0,35	Peluang	
	3	Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46	0,10	3,83	0,39	Peluang	
	4	Keadaan politik dan kebijakan pemerintah	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92	0,40	Peluang	
	5	Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	0,10	3,92	0,40	Peluang	
	Total O														231	0,51		1,96		
THREATS	1	Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46	0,10	3,83	0,39	Ancaman	
	2	Gaya hidup masyarakat yang berkembang	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	45	0,10	3,75	0,37	Ancaman	
	3	Tingkat inflasi yang stabil	4	4	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	42	0,09	3,50	0,32	Ancaman	
	4	Daya tarik budaya lokal	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45	0,10	3,75	0,37	Ancaman	
	5	Pelestarian lingkungan di sekitar hotel	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46	0,10	3,83	0,39	Ancaman	
	Total T														224	0,49		1,84		
	Sub Total														455	<b>1,0</b>		3,80		
	Total O-T																	0,12		

## Lampiran 11 Proses Bimbingan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL  
Laman: [www.bisnis.pnb.ac.id](http://www.bisnis.pnb.ac.id) Email: [bisnis@pnb.ac.id](mailto:bisnis@pnb.ac.id) Telp. (0361) 701981 (hunting), 701128

### PROSES BIMBINGAN SKRIPSI

PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL TA 2023/2024

Nama Mahasiswa : Ni Putu Ayu Bintang Maharani  
NIM : 1915744051  
Judul SKRIPSI : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar  
Di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

NO	Tanggal	Uraian	Tanda Tangan
1	29/4/24	Revisi Upp ke Bab 1	<i>[Signature]</i>
2	2/5/24	Bimbingan Bab 1 latar belakang	<i>[Signature]</i>
3	13/5/24	prosedur Revisi Bab 1 lanjut Bab 2	<i>[Signature]</i>
4	21/5/24	Revisi Bab 2, Ace Bab 1	<i>[Signature]</i>
5	28/5/24	Ace Bab 2 lanjut Bab 3	<i>[Signature]</i>
6	5/6/24	Revisi Bab 3, metodologi Penelitian lanjut Bab 4	<i>[Signature]</i>
7	14/6/24	Revisi Bab 4 Ace Bab 3	<i>[Signature]</i>
8	21/6/24	Revisi Bab 4 lanjut Bab 5	<i>[Signature]</i>
9	25/6/24	Revisi Bab 4 dan 5	<i>[Signature]</i>
10	1/7/24	Ace Bab 4 Revisi Bab 5	<i>[Signature]</i>
11	5/7/24	Revisi Bab 5	<i>[Signature]</i>
12	11/7/24	Ace Bab 1, 2, 3, 4, 5 siap	<i>[Signature]</i>

Badung, 11 Juli 2024

Pembimbing,

Wayan Suryathi, SE., M.M  
NIP. 196510171990112001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
 POLITEKNIK NEGERI BALI  
 JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
**PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL**  
 Laman: [www.bisnis.pnb.ac.id](http://www.bisnis.pnb.ac.id) Email: [bisnis@pnb.ac.id](mailto:bisnis@pnb.ac.id). Telp. (0361) 701981 (hunting), 701128

### PROSES BIMBINGAN SKRIPSI

PRODI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL TA 2023/2024

Nama Mahasiswa : Ni Putu Ayu Bintang Maharani  
 NIM : 1915744051  
 Judul SKRIPSI : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar  
 Di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

NO	Tanggal	Uraian	Tanda Tangan
1	26/9/24	Proposal Masuk	A.
2	6/5/24	Perbaikan Bab 1	A.
3	17/5/24	Perbaikan Bab 1 masuk bab 2	A.
4	27/5/24	Ace Bab 1 Perbaikan 2	A.
5	14/6/24	Perbaikan bab 2 Masuk bab 3	A.
6	20/6/24	Ace Bab 2 & 3	A.
7	25/6/24	Masuk Bab 4	A.
8	28/6/24	Perbaikan Bab 4 Masuk 5	A.
9	4/7/24	Perbaikan Bab 4 & 5	A.
10	8/7/24	Ace Bab 4,5	A.
11	15/7/24	Ace siap diuji Bab 1, 2, 3, 4, 5	A.

Badung, 15 Juli 2024

Pembimbing,

Kasiani, SE, M.Si  
 NIP. 196204211990032002