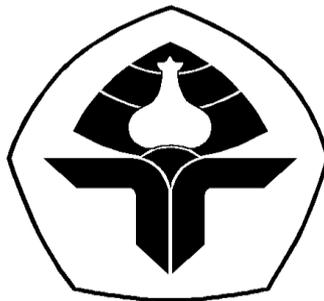


**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PENJUALAN  
UNTUK MENARIK MINAT BELI KONSUMEN  
PADA BONEKA RESTAURANT DI THE ST.  
REGIS BALI RESORT NUSA DUA**



**Oleh:**

**Ni Kadek Kenza Adisya Putri**

**NIM 2115713073**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**BADUNG**

**2024**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI PENJUALAN  
UNTUK MENARIK MINAT BELI KONSUMEN  
PADA BONEKA RESTAURANT DI THE ST.  
REGIS BALI RESORT NUSA DUA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Oleh:**

**Ni Kadek Kenza Adisya Putri**

**NIM 2115713073**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**BADUNG**

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PROJECT AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama** : Ni Kadek Kenza Adisya Putri

**NIM** : 2115713073

**Prodi/Jurusan** : D3 Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul "ANALISIS STRATEGI PROMOSI PENJUALAN UNTUK MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA BONEKA RESTAURANT DI THE ST REGIS BALI RESORT NUSA DUA" adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuansaya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir 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, 28 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Ni Kadek Kenza Adisya Putri

NIM. 2115713073

## Lembar Persetujuan dan Pengesahan

### ANALISIS STRATEGI PROMOSI PENJUALAN UNTUK MENARIK MINAT BELI KONSUMEN PADA BONEKA RESTAURANT DI THE ST.REGIS BALI RESORT NUSA DUA

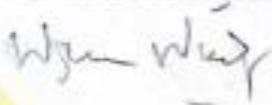
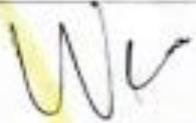
Proyek Akhir ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh  
Ijazah Program Studi Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi  
Bisnis Politeknik Negeri Bali

(NI KADEK KENZA ADISYA PUTRI)

NIM 2115713073

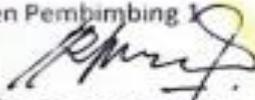
Badung, 28 Agustus 2024

Disetujui oleh,

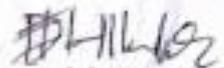
Nama Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Dosen Penguji,  I Wayan Wirga, SE., MBA. NIP. 196107261988111001	
Dosen Penguji 1,  I Made Widiantara, S.Psi., M.Si. NIP. 197902182003121002	
Dosen Penguji 2,  Ida Ayu Putri Widiaswari Riyasa, SE., MM. NIP. 202111008	

Pembimbing:

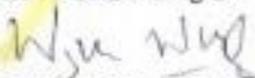
Dosen Pembimbing 1

  
(I Gede Made Subagiana, SE., MM.)  
NIP 196007071990031002

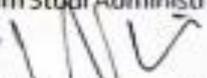
Disahkan oleh,  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Ketua,

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

Dosen Pembimbing 2

  
(I Wayan Wirga, SE., MBA.)  
NIP 196107261988111001

Diketahui oleh,  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Ketua,

  
(I Made Widiantara, S.Psi, M.Si.)  
NIP 97902182003121002

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Analisis Strategi Promosi Penjualan Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Boneka Restaurant Di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua” tepat pada waktunya. Penulisan Tugas Akhir ini diajukan sebagai salah satu persyaratan menyelesaikan Pendidikan Diploma III Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak mengalami hambatan dan kesulitan. Namun, berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis dapat mengatasi hambatan dan kesulitan tersebut dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini, yakni diantaranya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE.,M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA,Ph.D. selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan dukungan dan pengarahan demi terselesainya tugas akhir ini.
3. Bapak I Made Widiantra, Spsi., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri

Bali yang telah memberikan dukungan dan pengarahan demi terselesainya tugas akhir ini.

4. Bapak I Gede Made Subagiana, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Magang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, pengarahan serta dukungan kepada penulis sehingga tersusunnya tugas akhir ini.
5. Bapak I Wayan Wirga, SE., MBA. Selaku Dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pemahaman berbagai mata kuliah selama perkuliahan serta memberikan dorongan dalam menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali.
7. Bapak Didik selaku Manager Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian tugas akhir pada perusahaannya dan memberikan banyak informasi serta data perusahaan guna tersusunnya tugas akhir ini.
8. Keluarga dan teman-teman yang telah memberikan semangat dan bantuan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini, masih banyak kekurangan mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang

penulis miliki sehingga perlu disempurnakan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan tugas akhir ini.

Akhir kata penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca baik yang ada di lingkungan Politeknik Negeri Bali ataupun di luar lingkungan Politeknik Negeri Bali.



Badung, 28 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink on a white rectangular background, appearing to read 'Kunf'.

Penulis

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

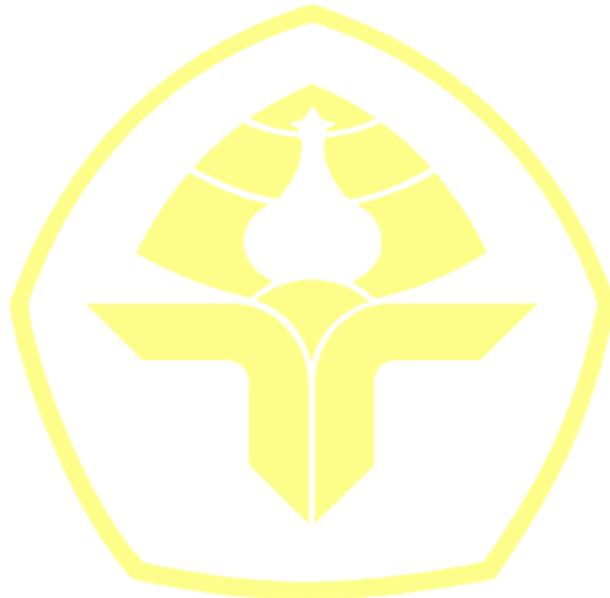
## DAFTAR ISI

<b>PRAKATA</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pokok Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Metode Penelitian .....	8
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>12</b>
A. SIMPULAN .....	12
B. SARAN.....	13
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan bulan Juni tahun 2024 pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort .....	4
Tabel 3.1 Pembagian Jenis dan Jumlah kamar di The St. Regis Bali Resort .....	29



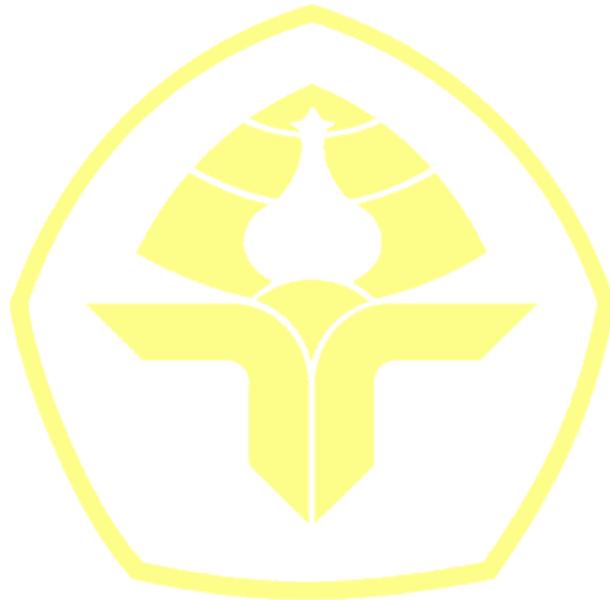
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo The St. Regis Bali Resort .....	27
Gambar 3.2 St. Regis Suite .....	30
Gambar 3.3 St. Regis Ocean View Suite .....	31
Gambar 3.4 St. Regis Orchid Suite .....	32
Gambar 3.5 St. Regis Pool Suite .....	32
Gambar 3.6 Grand Astor Presidential Suite .....	33
Gambar 3.7 Gardenia Villa .....	34
Gambar 3.8 Lagoon Villa .....	35
Gambar 3.9 The Strand Villa Oceanfront .....	35
Gambar 3.10 The Strand Residence .....	36
Gambar 3.11 Boneka Restaurant .....	37
Gambar 3.12 Kayuputi Restaurant .....	38
Gambar 3.13 Dulang Restaurant .....	38
Gambar 3.14 Gourmand Deli .....	39
Gambar 3.15 St. Regis Bar .....	40
Gambar 3.16 Vista Bar .....	40
Gambar 3.17 Butler Service .....	41
Gambar 3.18 Iridium Spa .....	41
Gambar 3.19 The Astor Ballroom .....	42
Gambar 3.20 Cloud Nine Chapel .....	42
Gambar 3.21 Struktur Organisasi The St. Regis Bali Resort ....	43
Gambar 4.1 Komunikasi Tatap Muka atau <i>face to face</i> .....	48
Gambar 4.2 Sosial Media The St. Regis Bali Resort .....	48
Gambar 4.3 Notification Card .....	49
Gambar 4.4 Program penjualan .....	52
Gambar 4.5 Instagram The St. Regis Bali Resort .....	53
Gambar 4.6 Pelatihan dan delegasi asosiasi .....	55
Gambar 4.7 Peningkatan kualitas dan pelayanan .....	56
Gambar 4.8 Boneka Restaurant .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Formulir Proses Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing I  
Lampiran 2 : Formulir Proses Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing II  
Lampiran 3 : Surat Keterangan Penyelesaian Tugas Akhir  
Lampiran 4 : Dokumentasi



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang produk atau jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang tetap mampu dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Dalam persaingan yang sangat ketat ini perusahaan harus mampu memiliki strategi promosi yang unggul dalam memasarkan produknya. Strategi promosi adalah suatu bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk memasarkan produk maupun jasa yang ada pada perusahaan tersebut. Maka dari itu perusahaan harus mengetahui alat promosi apa yang paling tepat digunakan dari 5 unsur bauran promosi. Menurut Kotler dan Armstrong (2019:58) unsur atau elemen bauran pemasaran terdiri dari “harga (price), produk (product), tempat (place), dan promosi (promotion)”. Agar biaya promosi yang dikeluarkan menjadi efektif dan efisien. Bauran promosi (Promotion Mix) yang

digunakan oleh setiap perusahaan tidak sama, hal ini tergantung dari kondisi perusahaan.

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran meningkatkan penjualan. Menurut Laksana (2019:129) "promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut". Menurut Alma dalam (Wulandari, 2016) menjelaskan bahwa promosi ada suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Kegiatan promosi hasilnya tidak dapat diperoleh secara langsung atau dengan kata lain efeknya tidak langsung kelihatan, tetapi dibutuhkan waktu sebelum terjadi penjualan. Semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan promosi, maka diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen dan akhirnya meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, pelaksanaan kegiatan promosi bagi

kebanyakan perusahaan merupakan sebuah proses yang terus menerus.

The St. Regis Bali Resort merupakan salah satu hotel bintang 5 yang berlokasi di Kawasan Pariwisata Nusa Dua Lot S6, Nusa Dua, Kuta Selatan, Badung. The St. Regis Bali Resort menjadi salah satu hotel yang sukses dalam menjalankan usahanya. Pada tahun baru 2024 ini The St. Regis Bali Resort memiliki *occupancy* sekitar 80%. Dengan jumlah *occupancy* tidak setinggi tahun-tahun sebelumnya maka dari itu The St. Regis Bali Resort melakukan berbagai cara dengan melakukan promosi untuk menarik minat beli konsumen pada salah satu restaurant yang berada di The St. Regis Bali Resort.

Adapun beberapa strategi promosi penjualan untuk menarik minat beli konsumen pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua yaitu menggunakan sistem *broadcast* seperti pengiriman pesan melalui *whatsapp* berupa *flyer* kepada tamu, selain itu dengan cara *verbal communication* atau *face to face* pada saat *breakfast* maupun *brunch* dan yang terakhir dengan cara memberikan *card* pada saat tamu *billing*. Selain itu strategi promosi penjualan juga dapat dilakukan memberikan *gift voucher* Sunday brunch dengan mengambil family package dan juga mendapatkan diskon harga dengan maksimal pembelian yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2021:110) “perilaku konsumen adalah pengkajian mengenai bagaimana individu, kelompok atau organisasi memilih membeli,

menggunakan dan membuang barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan ataupun keinginan mereka..

Berikut merupakan tabel penjualan tahun 2024 pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort.

Tabel 1.1 Daftar Penjualan tahun 2023 di Boneka Restaurant  
Sumber: *Survey berdasarkan pendapat beberapa karyawan*

<b>BONEKA RESTAURANT TAHUN 2023</b>		
<b>Bulan Penjualan</b>	<b>Persen</b>	<b>Strategi Penjualan</b>
Januari 2023	95%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>
Februari 2023	90%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>
Maret 2023	85%	<i>Broadcat dan Verbal Communication</i>
April 2023	80%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>
Mei 2023	85%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>
Juni 2023	90%	<i>Broadcast Verbal Communication</i>
Juli 2023	85%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>

Agustus 2023	80%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>
September 2023	75%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>
Oktober 2023	70%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>
November 2023	75%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>
Desember 2023	80%	<i>Broadcast dan Verbal Communication</i>

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah penjualan pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort mulai menurun. Oleh karena itu harus dilakukan strategi promosi yang mampu menimbulkan minat beli konsumen serta dapat mempertahankan konsumen agar tetap setia pada produk yang ditawarkan oleh Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort. Dalam strategi promosi harus mengutamakan pelayanan, serta kualitas produk dan kemudahan yang diberikan untuk konsumen. Sehingga prinsip pada strategi promosi ini harus lebih ditekankan lagi, sehingga menjadi suatu yang mampu menarik konsumen dalam melakukan pembelian pada produk yang ada pada Boneka Restaurant The St. Regis Bali Resort.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk membahas strategi promosi yang dilakukan oleh Boneka Restaurant The St. Regis Bali Resort dalam melakukan kegiatan pemasaran dengan menggunakan strategi promosi. Oleh karena itu penulis tertarik mengambil judul **“Analisis Strategi Promosi Penjualan Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada Boneka Restaurant Di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua”**.

### **B. Pokok Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan antara lain:

1. Bagaimana strategi promosi penjualan untuk menarik minat beli konsumen pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua?
2. Apa yang menjadi kendala saat melakukan penjualan sehingga menyebabkan kurangnya minat beli konsumen pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi promosi penjualan untuk menarik minat beli konsumen pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua.
2. Untuk mengetahui kendala saat melakukan penjualan sehingga menyebabkan kurangnya minat beli konsumen pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Mahasiswa**

- a. Untuk menerapkan ilmu yang telah di peroleh di bangku Kuliah kemudian membandingkannya dengan keadaan sebenarnya yang terjadi di lapangan.
- b. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi promosi penjualan untuk menarik minat beli konsumen pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua.

### **2. Bagi Politeknik Negeri Bali**

Politeknik Negeri Bali sebagai tempat mahasiswa dalam menimba ilmu pengetahuan dan di harapkan akan mendapatkan masukan-masukan, informasi, refrensi khusus strategi promosi bagi penelitian-penelitian berikutnya, serta dapat menambah informasi dan refrensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan.

### **3. Bagi Perusahaan**

Dapat diharapkan memberikan kemudahan untuk melakukan promosi penjualan pada Boneka Restaurant dalam menarik minat beli konsumen yang tepat sehingga meningkatkan perkembangan perusahaan menjadi semakin dikenal masyarakat luas, yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan loyalitas

pelanggan terhadap produk guna meningkatkan penjualan dan mencapai tujuan perusahaan.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua yang beralamat di Kawasan Pariwisata Nusa Dua Lot S6, Nusa Dua, Kec. Kuta Selatan, Kab. Badung.

### **2. Objek Penelitian**

Adapun objek penelitian dalam penyusunan penelitian ini adalah Analisis Strategi Promosi Penjualan Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Pada The St. Regis Bali Resort Nusa Dua.

### **3. Data Penelitian**

#### **a. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif. Menurut Sugiyono (2015) Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar. Data kualitatif didefinisikan atau juga bisa disebut sebagai data yang mendekati dan mencirikan sesuatu. Data ini dapat diamati dan dicatat.

#### **b. Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### 1) Data Primer

Menurut Sugiyono (2018;456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari *Food and Beverage (F&BS) Department* The St. Regis Bali Resort. Contohnya: hasil wawancara dengan *Manager Food and Beverage* di Boneka Restaurant mengenai strategi promosi penjualan pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort.

### 2) Data Sekunder

Menurut Sugiarta (2017;87) Data sekunder adalah informasi yang diberikan atau diperoleh secara tidak langsung dari sumber-sumber utama atau narasumber. Contohnya: data yang kita lihat langsung seperti data mengenai penjualan di Boneka Restaurant.

## c. Metode Pengumpulan Data

### 1) Observasi

Menurut Morissan (2017;143) observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera sebagai alat bantu utamanya. Contohnya: dalam proses pengumpulan data, penulis

mengobservasi segala peristiwa yang berkaitan dengan strategi promosi penjualan secara langsung di Boneka Restaurant The St. Regis Bali Resort.

## 2) Wawancara

Wawancara menjadi salah satu Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari informan yang terkait. Menurut Moleong (2018) Wawancara adalah suatu percakapan yang memiliki maksud dan tujuan tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (Interviewee) yang memberikan jawaban dari pertanyaan tersebut. Contohnya: penulis melakukan wawancara dengan *Manager Food and Beverage* di Boneka Restaurant mengenai mengenai strategi promosi penjualan pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort.

## 3) Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan

yang dapat mendukung penelitian. Contohnya: penulis memperoleh informasi dalam bentuk dokumen dan tulisan mengenai penjualan pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort.

#### 4. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis, yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengelompokkan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2016:335).

Metode analisis yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini yaitu metode analisis deskriptif kualitatif dengan memaparkan dan menguraikan keterangan-keterangan atau data yang dikumpulkan. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu (Sugiyono, 2016:335).

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tentang Analisis Strategi Promosi Penjualan Untuk Menarik Minat Beli Konsumen pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua dan kendala saat melakukan penjualan sehingga menyebabkan kurangnya minat beli konsumen pada Boneka Restant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua, maka dapat di simpulan sebagai berikut:

1. Analisis strategi promosi penjualan yang dilakukan Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua yaitu Menjalankan Standar Operasional Prosedur atau Tata Cara Kerja Baku dengan membuat program untuk promosi penjualan lalu membagikan informasi melalui sosial media. Selain itu Melakukan pelatihan dan delegasi program kepada asosiasi dengan cara melakukan *briefing* sebelum melakukan penjualan lalu melakukan *role play* (permainan peran) untuk meningkatkan penjualan. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan dan pemilihan lokasi dan konsep sebagai penunjang.
2. Kendala-kendala dalam melakukan penjualan yaitu kompetitor dengan perusahaan lainnya karena banyak perusahaan yang bermunculan dengan bidang usaha yang sama dan strategi promosi penjualan yang sama. Produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli yang menyebabkan produk gagal dalam penjualan. Dan pelatihan yang tidak memadai tanpa pendidikan, pengembangan , pelatihan, keterampilan kewirausahaan , dan pengetahuan teknis yang tepat, menjadi hambatan dalam berbisnis.

## B. SARAN

Berdasarkan pembahasan tentang Analisis Strategi Promosi Penjualan Untuk Menarik Minat Beli Konsumen pada Boneka Restaurant di The St. Regis Bali Resort Nusa Dua, adapun saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya memaksimalkan penerapan strategi promosi penjualan di Boneka Restaurant untuk mencapai tujuan perusahaan dengan potongan harga atau special price jika produk tidak sesuai ekspektasi tamu selain itu mendapatkan gift voucher di setiap pembelian produk.
2. Dalam melakukan sebuah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan saat melakukan proses promosi penjualan perusahaan sebaiknya mementingkan kualitas produk, pelayanan dan tempat sebagai penunjang keberhasilan sebuah perusahaan selain itu meminimalkan adanya ancaman dan daya saing yang terbilang lebih unggul. Hal ini akan meningkatkan daya saing perusahaan jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya.
3. Saat melakukan proses pembayaran lebih baik menggunakan sistem diskon 20-30% jika pembayaran dilakukan dengan transfer melalui OVO, DANA, dll. Dengan tujuan mempermudah terjadinya pembayaran antara penjual dan pembeli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, A. (2017). *Strategi Promosi di Era Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Budiman, A. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 5(2), 123-124.
- Fadli, M. (2018). *Promosi Penjualan dan Loyalitas Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Haryanto, R. (2020). *Strategi Pemasaran di Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Irwansyah, R. (2016). Efektivitas Media Sosial Sebagai Alat Promosi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 56-67.
- Mulyadi, T. (2021). *Analisis Pemasaran Jasa di Sektor Pariwisata*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, B. (2015). *Manajemen Promosi dan Pemasaran Modern*. Surabaya: Penerbit Andi.
- Putra, D. (2022). Pengaruh Iklan dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 98-110.
- Setiawan, H. (2023). *Inovasi dalam Strategi Promosi*. Malang: UMM Press.
- Susanti, L. (2019). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Denpasar: Udayana University Press.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI