

**STRATEGI PEMASARAN FOOD AND BEVERAGE
DEPARTMENT DALAM UPAYA MENINGKATKAN
REVENUE PADA SANCTOO SUITES & VILLAS GIANYAR**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

**Komang Anggalia Gangga Mustika
NIM 2015744128**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENT DALAM UPAYA MENINGKATKAN REVENUE PADA SANCTOO SUITES & VILLAS GIANYAR

Skripsi ini disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali



Oleh:

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
Komang Anggalia Gangga Mustika
POLITEKNIK NEGERI BALI
NIM 2015744128

PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul skripsi : Strategi Pemasaran Food and Beverage
Department Dalam Upaya Meningkatkan *Revenue*
Pada Sanctoo Suites & Villas Gianyar

2. Penulis

a. Nama : Komang Anggalia Gangga Mustika

b. NIM : 2015744128

3. Jurusan : Administrasi Bisnis

4. Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 12 Juli 2024

Menyetujui:

Pembimbing I,



Ir. Ni Wayan Sukartini, M. Agb

NIP.196204221990032002

Pembimbing II,



Ketut Vini Elfarosa, SE.,MM

NIP.197612032008122001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENT
DALAM UPAYA MENINGKATKAN *REVENUE* PADA SANCTOO SUITES
AND VILLAS GIANYAR

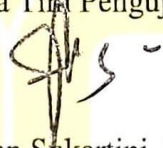
Oleh:

KOMANG ANGGALIA GANGGA MUSTIKA

NIM 2015744128

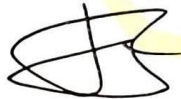
Disahkan:

Ketua Tim Penguji



Ir. Ni Wayan Sakartini, M.Agb
NIP. 196204221990032002

Penguji I



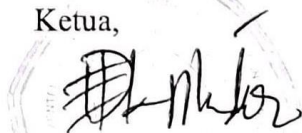
Rifqi Nur Fakhrurozi, M.AB
NIP.1991053112022031000

Penguji II



I Wayan Siwantara, SE,M.M
NIP. 196503071992031002

Mengetahui,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua,



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

Badung, 28 Agustus 2024
Prodi Manajemenen Bisnis Internasional
Ketua,



Ketut Vini Elfarosa,SE.,MM
NIP.197612032008122001

MOTTO

“Menyerah Tidak Akan Menyelesaikan Masalah”

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta dan terkasih, akhirnya Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Food and Beverage Department Dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* Pada Sanctoo Suites & Villas” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia penulis haturkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan penulis keteguhan hati, kesabaran dan ketenangan serta atas izin dan karunia-Nya, Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
2. Bapak, Ibu, Diri Sendiri, Saudara dan semua keluarga penulis yang telah memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya untuk kesuksesan penulis. Serta teman-teman yang sudah saling mendukung, membantu, dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang selama ini telah tulus dan ikhlas untuk meluangkan waktunya dalam menuntun dan mengarahkan penulis serta pelajaran yang tiada ternilai harga agar penulis menjadi lebih baik.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Komang Anggalia Gangga Mustika
NIM : 2015744128
Prodi/Jurusan : D4 Manajemen Bisnis Internasional /
Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

“Strategi Pemasaran Food and Beverage Department Dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* Pada Sanctoo Suites & Villas Gianyar”

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.

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI**

Badung, 12 Juli 2024

Yang menyatakan,



Komang Anggalia Gangga Mustika
NIM. 2015744128

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa strategi pemasaran Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas dalam upaya meningkatkan revenue. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif dan teknik analisis SWOT dengan analisis IFAS, EFAS, matriks IE, matriks SWOT untuk merumuskan strategi alternatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa posisi Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas berada dalam kuadran I dan berada di posisi sel 4(empat) yang menunjukkan perusahaan dalam posisi tumbuh dan membangun. Berdasarkan analisis matriks SWOT strategi yang dapat diterapkan oleh Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas adalah strategi SO: Membuat packages promotions khusus untuk wisatawan india dan customer loyal, Strategi WO: Persaingan harga dapat dimanfaatkan dengan memberikan kuliatas pelayanan dan produk yang terbaik, Strategi ST: Membuat packages promosi dengan harga yang terjangkau, Startegi WT: Melakukan kajian harga terhadap kompetitor.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, F&B Department, dan Strategi Alternatif.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the marketing strategy of the Sanctoo Suites & Villas Food and Beverage Department in an effort to increase revenue. In this research, the data analysis techniques used are qualitative descriptive analysis techniques and SWOT analysis techniques with IFAS, EFAS analysis, IE matrix, SWOT matrix to formulate alternative strategies. Data collection methods in this research used interviews, questionnaires, observation and documentation. The results of this research show that the position of the Food and Beverage Department of Sanctoo Suites & Villas is in quadrant I and is in cell 4 (four) which shows the company is in a position to grow and develop. Based on the SWOT matrix analysis, the strategies that can be implemented by the Food and Beverage Department of Sanctoo Suites & Villas are the SO strategy: Creating special promotional packages for Indian tourists and loyal customers, the WO Strategy: Price competition can be utilized by providing the best quality of service and products, the ST Strategy : Create promotional packages at affordable prices, WT Strategy: Conduct price studies on competitors.

Key Word: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, F&B Department, and Alternative Strategies.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “Strategi Pemasaran Food and Beverage Department Dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* Pada Sanctoo Suites & Villas Gianyar” tepat pada waktunya. Dimana penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program Pendidikan Diploma IV pada jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan dorongan maupun bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Pada kesempatan ini tidak lupa penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.e Com. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan izin dan kepercayaan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Bali dan menyusun skripsi.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph. D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di Jurusan Administrasi Bisnis serata memberikan penulis arahan dalam membuat skripsi.
3. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak., M. Si selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan

kepada penulis untuk menempuh Pendidikan di Politeknik Negeri Bali serta arahan dalam menyusun skripsi.

4. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM selaku Ketua Program Studi Diploma IV Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang memberikan pengarahan, bimbingan serta dukungan dalam membuat skripsi.
5. Ibu Ir. Ni Wayan Sukartini, M. Agb selaku dosen pembimbing I yang telah membantu dan memberikan arahan serta bimbingan, motivasi dan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, bimbingan serta dukungan dalam membuat skripsi ini
7. Bapak I Putu Subali Adi Putra, S.Tr. Par selaku General Manager Sanctoo Suites & Villas yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengambil data dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Putu Mardiasa selaku Asst Food & Beverage Manager Sanctoo Suites & Villas yang telah memberikan penulis izin untuk melakukan penelitian di Sanctoo Suites & Villas serta telah memberikan penulis data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Staff dan Karyawan Sanctoo Suites & Villas yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang sudah memberikan penulis informasi serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.

10. Bapak I Made Mustika dan Ibu Ni Wayan Supartini selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, motivasi dan semangat selama menempuh Pendidikan dan dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Kakak dan seluruh keluarga yang telah mendukung dan membantu penulis secara moril dalam menyusun skripsi ini.
12. Serta teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu atas bantuan, saran, dan dukungan moril dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak yang terkait di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.

Badung, Desember 2023

Penulis
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Telaah Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran	14
2.1.3 Food and Beverage Department.....	22
2.1.4 Pengertian <i>Revenue</i>	23
2.2 Penelitian Sebelumnya	24
2.3 Kerangka Teoritis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat Penelitian.....	31

3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Sumber Data.....	31
3.4 Jenis Data	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1 Sejarah Sanctoo Suites & Villas	47
4.1.2 Bidang Usaha	50
4.1.3 Struktur Organisasi	61
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	65
4.2.1 Strategi Pemasaran yang digunakan oleh Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas dalam Upaya Meningkatkan <i>Revenue</i>	65
4.2.2 Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas	69
4.2.3 Matriks IFAS.....	72
4.2.4 Matriks EFAS	73
4.2.5 Diagram Analisis SWOT	74
4.2.6 Matriks IE	76
4.2.7 Strategi Alternatif (<i>Alternative Startegy</i>) Pemasaran Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas.....	79
4.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	85
4.3.1 implikasi Teoritis	85
4.3.2 Implikasi Praktis	87

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	88
5.2 Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Revenue FB Department Sanctoo Suites & Villas 2023.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis.....	30
Gambar 4.1 Logo Sanctoo Suites & Villas Sebelum Perubahan	50
Gambar 4.2 Logo Sanctoo Suites & Villas Setelah Perubahan	50
Gambar 4.3 One Bedroom Garden Poll Villa	52
Gambar 4.4 One Bedroom River Poll Villa	53
Gambar 4.5 Sanctoo Suites	53
Gambar 4.6 Suites Pool Access	54
Gambar 4.7 Panoramic Suites	54
Gambar 4.8 Family Suites.....	56
Gambar 4.9 Residential Suites	56
Gambar 4.10 Cassowary Restaurant & Wantilan by Sanctoo.....	58
Gambar 4.11 Sanctoo SPA & Wellness	59
Gambar 4.12 Swimming Pool.....	60
Gambar 4.13 Struktur Organisasi F&B Service Sanctoo Suites & Villas	61
Gambar 4.14 Diagram Analisis SWOT F&B Sanctoo Suites & Villas	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Revenue F&B Sanctoo Suites & Villas Tahun 2023	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Packages Promotion F&B Sanctoo Suites & Villas Tahun 2023.....	7
Tabel 3.1 Tabel Matriks IFAS	39
Tabel 3.2 Tabel Matriks EFAS	41
Tabel 3.3 Tabel Matriks IE	42
Tabel 3.4 Tabel Matriks SWOT.....	45
Tabel 4.1 Faktor Strategis Internal F&B Sanctoo Suites & Villas	69
Tabel 4.2 Faktor Strategis Eksternal F&B Sanctoo Suites & Villas.....	70
Tabel 4.3 Daftar Responden.....	71
Tabel 4.4 Matriks IFAS	72
Tabel 4.5 Matriks EFAS	73
Tabel 4.6 Matriks IE	77
Tabel 4.7 Matriks Analisis SWOT F&B Sanctoo Suites & Villas	80

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Perubahan Judul Skripsi
- Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 3 : Hasil Wawancara
- Lampiran 4 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 5 : Tabulasi Penilaian Rating Faktor Strategis Internal
- Lampiran 6 : Tabulasi Penilaian Rating Faktor Strategis Eksternal
- Lampiran 7 : Tabulasi Penilaian Bobot Faktor Strategis Internal
- Lampiran 8 : Tabulasi Penilaian Bobot Faktor Strategis Eksternal
- Lampiran 9 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 10 : Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 11 : Hasil Luaran Penelitian
- Lampiran 12 : Surat Keterangan Penyelesaian Skripsi
- Lampiran 13 : Daftar Riwayat Hidup

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian adalah ciri khas perkembangan bisnis Indonesia. Banyak faktor yang mempengaruhi hal ini, yang paling utama adalah dengan adanya perkembangan teknologi di berbagai bidang seperti di bidang informasi dan komunikasi serta perkembangan internet yang semakin canggih. Perkembangan teknologi ini tentunya akan memberikan dampak pada perusahaan atau bisnis, baik dampak yang positif maupun negatif, tetapi sebagian besar akan berdampak positif.

Dengan perkembangan tersebut akan membantu perusahaan terutama dalam hal mempromosikan atau dalam memasarkan dan menilai suatu produk atau layanan yang disediakan suatu bisnis. Namun perlu diingat dengan berkembang teknologi tersebut kadang kala akan menciptakan aliansi yang erat antara perusahaan terutama dalam perusahaan yang sejenis, Dengan demikian, penting bagi para pelaku bisnis untuk lebih memerhatikan lingkungan yang dapat memberikan dampak negatif bagi mereka, sehingga para pelaku bisnis dapat memahami dan belajar dari strategi pemasaran, apa yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya, agar bisnis tersebut dapat mencapai tujuannya.

Strategi pemasaran adalah metode yang digunakan untuk memasarkan suatu produk, baik itu barang maupun jasa, dengan memanfaatkan taktik terkini dan pola terencana untuk meningkatkan penjualan dan mencapai tujuan perusahaan. Selain itu strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rencana keseluruhan yang

dibuat untuk mencapai tujuan pemasaran suatu produk atau layanan yang melibatkan serangkaian langkah-langkah yang kemudian dipilih dengan cermat untuk mempromosikan, mendistribusikan, dan menjual produk atau layanan tersebut kepada konsumen atau target pasar.

Kotler (2018) menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan strategi terstruktur yang terkait dengan pasar, posisi, anggaran, dan fase strategi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa strategi pemasaran merupakan salah satu hal terpenting yang perlu diimplementasikan secara cermat agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Hal ini dikarenakan strategi pemasaran memiliki pertimbangan yang sangat penting, terutama dalam proses penjualan ataupun pendapatan, karena dengan memiliki strategi yang tepat dan dapat diimplementasikan dengan tepat pula maka akan membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan sehingga pendapatan bertambah, peningkatan kesadaran merk di kalangan masyarakat hingga pengembangan hubungan yang baik dengan pelanggan.

Seperti halnya dengan industri perhotelan, dimana setiap hotel pastinya memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda sesuai dengan tujuan dan targetnya masing-masing. Begitu juga dengan Sanctoo Suites & Villas yang merupakan salah satu hotel bintang 5 yang ada di Bali, yang berlokasi di jalan Ulun Suwi II Singapadu, Sukawati, Gianyar. Sanctoo Suites & Villa memiliki daya tarik tersendiri dikarenakan berada di sebelah utara Bali Zoo dan yang menginap di Sanctoo Suites & Villas akan mendapatkan *free ticket unlimited* ke Bali Zoo. Hal ini adalah salah satu metode pemasaran yang diterapkan oleh Sanctoo Suites & Villas dalam upaya meningkatkan daya tarik tamu agar mau menginap sehingga

pendapatan bertambah. Namun, selain itu, setiap departemen harus memiliki strategi pemasaran yang unik dan tentunya berbeda untuk mencapai tujuannya.

Sanctoo Suites & Villas memiliki 8 department yaitu Human Resource Department, Sales & Marketing Department, Front Office Department, Food & Beverage Department, Accounting Department, Engineering Department, Housekeeping Department, dan SPA Department yang mana setiap department memiliki tugasnya masing-masing dan tentunya memiliki target yang berbeda-beda namun tetap memiliki satu tujuan yaitu untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan untuk mendapatkan *revenue* yang sebesar-besarnya. Seperti halnya dengan Food and Beverage Department Sancto Suites & Villas dalam menjalankan usahanya pasti memiliki strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan sehingga bisa menambah *revenue* setiap bulannya atau bisa mencapai target yang diharapkan.

Food and Beverage Department mempunyai peranan krusial karena bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan tamu melalui penyediaan makanan dan minuman, yang merupakan kebutuhan utama dari tamu. Makanan dan minuman yang disajikan harus memenuhi standar dan kualitas sesuai dengan standar dan kualitas *standart operational procedure* perusahaan. Karena dengan mampu menyajikan makanan dan minuman yang berkualitas tinggi tentunya akan memberikan banyak dampak positif seperti peningkatan penjualan

Melihat peran dan tugas Food and Beverage Departement yang sangat penting karena dapat menambah pemasukan bagi hotel, membuat Sanctoo Suites & Villas mulai menonjolkan bagian Food and Beveragenya sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak tamu. Berbagai langkah diambil, termasuk peningkatan rasa dan kualitas makanan yang disajikan, perbaikan pelayanan, serta promosi intensif untuk menginformasikan calon tamu hotel tentang berbagai penawaran makanan dan minuman yang dipromosikan.

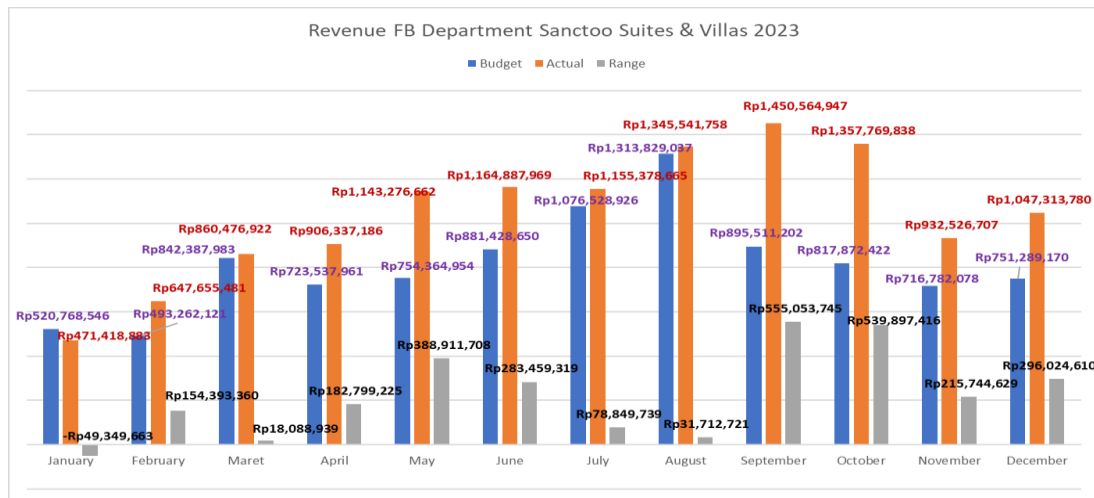
Melihat hal tersebut, tentunya Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas mempunyai berbagai macam strategi untuk mencapai target yang diinginkan. Untuk menemukan strategi pemasaran yang efektif, maka cara pertama adalah menggunakan alat analisis SWOT. Hal ini dikarenakan dengan menggunakan teknik analisis SWOT maka akan membantu Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas dalam mengidentifikasi dan membandingkan faktor internal dan faktor eksternal antara perusahaannya dengan perusahaan yang sejenis sehingga bisa menemukan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*) mengacu pada penilaian atas hasil dari proses identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi tertentu diklasifikasikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang dan atau ancaman. Maka dari itu penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh Food and Beverage Departement pada Sanctoo Suites & Villas untuk mendapatkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Dimana permasalahan yang sering dijumpai pada Food and Beverage Department adalah adanya pertanyaan mengenai

mengenai *revenue*, seperti *revenue* yang belum tercapai atau masalah mengenai *revenue* yang tidak mengalami peningkatan dari bulan sebelumnya ke bulan berikutnya pada setiap *briefing*. Hal ini dikarenakan *revenue* sangat memiliki pengaruh yang besar terhadap perusahaan dan karyawan, dikarenakan akan menambah pemasukan untuk perusahaan dan membantu perusahaan dalam membayar biaya operasional seperti gaji karyawan dan lainnya, selain itu dengan terus bertambahnya *revenue* maka akan membantu perusahaan untuk semakin berkembang dan membantu perusahaan untuk mengukur kinerjanya secara keseluruhan.

Melihat bagaimana pentingnya *revenue* dalam perusahaan maka penulis ingin membantu Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas dalam upaya meningkatkan *revenu*nya. Dimana dapat dilihat pada gambar berikut mengenai data Revenue F&B.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI



Gambar 1.1 *Revenue* FB Department Sanctoo Suites & Villas Tahun 2023
Sumber: F&B Department Sanctoo Suites & Villas

Tabel 1.1 *Revenue* F&B Sanctoo Suites & Villas Tahun 2023

Month	Budget	Actual	Range
January	Rp 520,768,546	Rp 471,418,883	-Rp 49,349,663
February	Rp 493,262,121	Rp 647,655,481	Rp 154,393,360
Maret	Rp 842,387,983	Rp 860,476,922	Rp 18,088,939
April	Rp 723,537,961	Rp 906,337,186	Rp 182,799,225
May	Rp 754,364,954	Rp 1,143,276,662	Rp 388,911,708
June	Rp 881,428,650	Rp 1,164,887,969	Rp 283,459,319
July	Rp 1,076,528,926	Rp 1,155,378,665	Rp 78,849,739
August	Rp 1,313,829,037	Rp 1,345,541,758	Rp 31,712,721
September	Rp 895,511,202	Rp 1,450,564,947	Rp 555,053,745
October	Rp 817,872,422	Rp 1,357,769,838	Rp 539,897,416
November	Rp 716,782,078	Rp 932,526,707	Rp 215,744,629
December	Rp 751,289,170	Rp 1,047,313,780	Rp 296,024,610
Average Revenue selama 1 tahun dari January - Desember			Rp 1,040,262,399.86

Sumber: Sumber: F&B Department Sanctoo Suites & Villas

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI BALI

Setelah melihat *revenue* Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas melalui gambar dan tabel dalam kurun waktu satu tahun terakhir, *revenue* cenderung lebih dari *budget* namun tidak selalu mengalami peningkatan dari bulan ke bulan berikutnya dan ada juga yang tidak mencapai dari *budget* pada awal tahun 2023 yaitu di bulan januari. Walaupun dalam gambar *revenue* Food and Beverage

Department Sanctoo Suites & Villas terlihat sudah cukup bagus, namun nyata *revenue* tersebut didapatkan dari adanya program kerjasama dengan Bali Zoo yaitu *EMF (Elephant Mud Fun)* yang menyumbang hampir 50% dari *revenue* yang didapatkan oleh Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas. Dimana hal tersebut tidak sesuai dengan harapan dari manajemen karena seharusnya Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas seharusnya mampu mendapatkan *revenue* diatas 1,5 sampai 2 Miliar tanpa EMF yang dilihat dari jumlah room yang cukup banyak yaitu sebanyak 39 rooms. Namun nyatanya rata-rata *revenue* F&B Sanctoo Suites & Villas perbulannya hanya 1,04 Miliar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *revenue* Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas masih dibawah rata-rata. Melihat hal tersebut maka penulis ingin mengkaji lebih dalam perihal penyebabnya dan ingin menemukan strategi pemasaran yang tepat guna membantu Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas dalam meningkatkan *revenue*. Selain itu, hal ini diperkuat dengan data berikut.

Tabel 1.2 Data Penjualan Packages Promotion F&B Sanctoo Suites & Villas Tahun 2023

No	Strategi Promosi	Target / Month	Average Achieve / Month	Average Variance / Month
1	Pool Packages	60	40	20
2	Beer Bucket	150	95	55
3	Floating Breakfast	90	45	45
4	Barbeque Live	30	8	22
5	Daily Temptations	300	120	180
6	Promo of the Month	300	100	200
7	Free Flow Packages	450	300	150
8	Cooking Class	30	10	20
9	Wedding Packages	4	1	3
10	Banquet Event	8	6	2

Sumber: F&B Department Sanctoo Suites & Villas

Seperti pada gambar diatas yang menunjukkan data penjualan paket promosi yang dimiliki oleh Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas, dimana penjualan paket promosi rata-rata dalam sebulan tak satu pun mencapai target yang ditentukan. Melihat hal tersebut semakin membuat penulis ingin pikirkan lebih cermat bagaimana ini mungkin terjadi dan solusi apa yang bisa penulis berikan kepada Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas dalam upaya meningkatkan *revenue*.

Selain itu, penelitian oleh Wahyudi Ilham (2023) tentang Analisa Strategi Pemasaran Food and Beverage Department Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada La Bella Vita Lounge Di Hotel Best Western Premier Panbil Batam, menunjukkan bahwa departemen ini berhasil menerapkan segmentasi, penargetan, dan penempatan (positioning) dengan efektif. Selain itu, Food and Beverage Department juga mengadopsi Bauran Pemasaran 4P, yang mencakup strategi produk, harga, distribusi, dan promosi. Dengan mempertimbangkan analisis SWOT, beberapa strategi pengembangan dapat diidentifikasi untuk mendukung kemajuan Departemen Makanan dan Minuman di Hotel Best Western Premier Panbil Batam.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Nur Afrillita T (2013) mengenai Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT. Samekarindo Indah Di Samarinda. Adapun hasilnya yaitu ditemukannya masing-masing kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman PT. Samekarindo Indah Di Samarinda sehingga membantu perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Selain itu, penelitian lainnya yang dilakukan oleh Fera Dhian Anggraini & Siti Zidha Rahmayanti (2023) mengenai Strategi Promosi Food and Beverage Department Dalam Upaya Menarik Tamu Guna Meningkatkan Pendapatan Di Hotel Horaios Malioboro. Adapun hasil dari penelitian ini adalah strategi promosi Food and Beverage Departement yang diterapkan oleh Hotel Horaios Malioboro cukup efektif untuk menarik tamu sehingga mampu meningkatkan pendapatan di Hotel Horaios Malioboro. Strategi promosi dalam Food and Beverage Departement yang efektif tersebut berhasil dilakukan dengan melalui beberapa cara yaitu dengan *digital advertising*, menggunakan media cetak, dan *personal selling*.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Konsistensi dalam penelitian ini adalah meneliti strategi pemasaran yang digunakan oleh Food and Beverage Department dalam rangka meningkatkan penjualan dan menambah pendapatan. Sedangkan perbedaan didasarkan pada lokasi dan waktu penelitian. Dari uraian tersebut maka penulis ingin pembahasan ini dituang lebih lanjut dalam bentuk penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Food and Beverage Department Dalam Upaya Meningkatkan *Revenue* Pada Sanctoo Suites & Villas Gianyar”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut: Apa strategi pemasaran yang telah digunakan dan strategi pemasaran apa yang paling tepat untuk digunakan dalam upaya meningkatkan *revenue* pada Food and Beverage Department Sanctoo Suites and Villas Gianyar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk memahami strategi pemasaran yang telah digunakan dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang paling efektif untuk digunakan oleh Food and Beverage Department dalam upaya meningkatkan *revenue* pada Sanctoo Suites & Villas Gianyar.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan semangat dan pemahaman mahasiswa dalam menyusun strategi pembelajaran yang tepat, khususnya pada Food and Beverage Department, serta membantu mahasiswa menjadi lebih fokus dan disiplin dalam menyelesaikan tugas. Selain itu, mahasiswa juga dapat menerapkan teori dan ilmu yang telah diperoleh sebelumnya.

2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber acuan atau referensi pada perpustakaan serta diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian sejenis di masa mendatang.

3. Bagi Perusahaan

Bagi Sanctoo Suites & Villas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan bahan dan dukungan ide bisnis atau sumbangan pemikiran kepada para pelaku bisnis, sehingga dapat diambil langkah lebih lanjut dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tepat bagi Food and Beverage Department



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan pada penelitian ini, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Strategi umum yang dapat diterapkan pada posisi sel 4(empat) ini adalah strategi tumbuh dan membangun. Strategi ini dapat ditunjang dengan upaya peningkatan SDM, penetrasi pasar (*market penetration*), pengembangan pasar (*market development*), dan pengembangan produk (*product development*) untuk meningkatkan penjualan sehingga *revenue* bertambah dan meningkat. Strategi alternatif yang dapat digunakan oleh Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas dalam upaya meningkatkan *revenue* melalui analisis matriks SWOT yaitu, untuk strategi SO: melakukan kerjasama dengan supplier dengan membuat kontrak kerja dengan penawaran khusus, membuat packages promotions khusus untuk wisatawan india dan *customer* loyal, melakukan kerjasama dengan Bali Zoo, meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan dan produk. Strategi WO: memanfaatkan kualitas pelayanan dan produk yang diberikan untuk persaingan harga, lokasi restaurant yang kurang strategis dapat diatasi dengan menonjolkan burung cassowary di samping restaurant sehingga permasalahan mengenai lokasi bisa diatasi. Strategi ST: membuat packages promosi dengan harga yang terjangkau, menjaga konsistensi dari kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada tamu, melakukan penanganan

yang tanggap dan cekatan terhadap review yang diberikan oleh konsumen pada *platform online*. Strategi WT: melakukan kajian harga terhadap kompetitor, melakukan pembaharuan peralatan untuk menunjang operasional *restaurant*.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis data pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis serta memperlihatkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat penulis berikan yang dapat dipertimbangkan oleh pihak hotel khususnya Food and Beverage Department Sanctoo Suites and Villa dalam upaya meningkatkan *revenue* yaitu sebagai berikut:

1. Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas diharapkan dapat menerapkan semua strategi alternatif yang dihasilkan pada penelitian ini dan akan lebih baik jika dapat menerapkan strategi SO yaitu: membuat *packages promotions* khusus untuk wisatawan india dan *customer loyal*.
2. Selain itu, Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas diharapkan juga untuk tetap dapat menerapkan *packages promotions* yang telah dimiliki dan mengkolaborasikan dengan strategi alternative seperti *free flow packages* dengan *packages* khusus untuk wisatawan Indian atau *customer loyal* sehingga diharapkan mampu meningkatkan *revenue*.
3. Serta, Food and Beverage Department Sanctoo Suites & Villas diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk yang dimiliki dengan cara menyesuaikan dengan standar atau SOP yang telah dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F. D., & Rahmayanti, S. Z. (2023). *Strategi Promosi Food and Beverage Department dalam Upaya Menarik Tamu Guna Meningkatkan Pendapatan di Hotel Horaios Malioboro*. *Mabha Jurnal*, 4(1), 11-23.
- Asri, N. L R. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Sofitel Bali Nusa Dua Beach Resort*.
- Bautista, A. G., & Belandres, E. B. (2022). *Online Marketing Strategies of Food and Beverage Industries in Urdaneta City: Basis For Sales Optimization*. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Studies*, 2(7), 370-389. eISSN: 2799-0664
- Dewi, R. P., Ervina, E., & Taufiq, R. (2019). *Peranan Food and Beverage Sales Executive Dalam Meningkatkan Revenue Di Sheraton Bandung Hotel&towers*. *eProceedings of Applied Science*, 5(3).
- Dewi, N. P. C. T. (2021). *Strategi Pemasaran Melalui E-Commerce Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Hotel The One Legian*.
- Duman, M., Berybe, G. A., Wellalangi, M. B., Ciptosari, F., & Hadia, F. (2023). *Strategi Pemasaran Food and Beverage Departemen Sudamala Resort Komodo Pasca Covid-19*. *Jurnal Penelitian Terapan Mahasiswa*, 1(1), 63-76.
- Gifalyn, P. G. (2022). *Penerapan Strategi Pemasaran Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penumpang Pada Maskapai Citilink*. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(2), 16-23.
- Haekal, J. (2022). *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) in Determining Alternative Strategies for the Covid-19 Epidemic in the Food and Beverage Manufacturing Companies in Indonesia*. *International Journal of Scientific and Applied Research (IJSAR)*, eISSN: 2583-0279, 2(4), 1-10. <https://doi.org/10.54756/IJSAR.2022.V2.i4.1>
- Ilham, W. (2023). *Analisa Strategi Pemasaran Food And Beverage Department Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada La Bella Vita Lounge Di Hotel Best Western Premier Panbil Batam*. *Jurnal Mata Pariwisata*, 2(2), 73-79. <https://jurnal.btp.ac.id/index.php/mata-btp/article/view/223>.
- Ikhsan, R. F., Devi, A., & Kosim, A. M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Depok*. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(1), 22-47. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i1.329>
- Kusuma, A. C., Mukhlis, A., & Fatari, F. (2024). *The Strategy of Online Marketing at Mc. Donald's Restaurant to Increasing Sales in The Digital Era*. *International Journal of Economy, Education and Entrepreneurship (IJE3)*, 4(1), 148-157. <https://doi.org/10.53067/ije3.v4i1.244>

- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management, Global Edition 15e*. United States of America: Pearson Education, Inc.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). *Strategi peningkatan omset UKM percetakan dengan pendekatan analisis SWOT*. SESINDO 9, 2017. Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Masatip, A., Maemunah, I., Rosari, D., & Anggreani, C. (2020). *Marketing strategy analysis of the Inna Parapat Hotel in a Covid-19 Pandemic situation*. Jurnal Akademi Pariwisata Medan, 8(2), 150-59.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2019. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: ALFABETA, 2012, hlm. 14.
- Noviastuti, N., & Astuti, I. W. (2021). *Usaha Food And Beverage Product Dalam Meningkatkan Revenue Di Grand Puri Saron Boutique Hotel Yogyakarta*. Jurnal Nusantara, 4(1).
- Nandy, 2021, *Pengertian Segmentasi pasar*, <https://www.gramedia.com/literasi/segmentasi-pasar/>, diakses pada tanggal 08 Maret 2024
- Nur Afrillita, T. (2013). *Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran sepeda motor pada PT. Samekarindo Indah di Samarinda*. Jurnal Administrasi Bisnis, 1(1), 56-70.
- Nwulu, C. S., & Nwokah, N. G. (2018). *Customer service management and marketing performance of food and beverage manufacturing firms in Nigeria*. International Journal of Social Sciences and Management Research, 4(8), 79-89. ISSN: 2545-5303
- Oliver, Andre. 2022. *Strategi market positioning*. <https://glints.com/id/lowongan/market-positioning/>, diakses pada tanggal 09 Maret 2024
- Pengertian Segmentasi pasar, <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/pasar-manfaat-jenis-dan-tahapnya>, diakses pada tanggal 10 Maret 2024
- Ratnawati, S. (2020). *Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos Kota Magelang 56100)*. Jurnal Ilmu Manajemen, 17(2), 58-70.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saleh, Dr. H. M. Y & Said, Dr. Miah. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar. CV. Sah Media.

Sagala, Y. E., & Setiawan, B. A. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Strength Weakness Opportunity Threat Di Martabak Acil Gama Cikutra Bandung*. Jurnal E-Bis, 8(1), 216-228. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i1.1449>

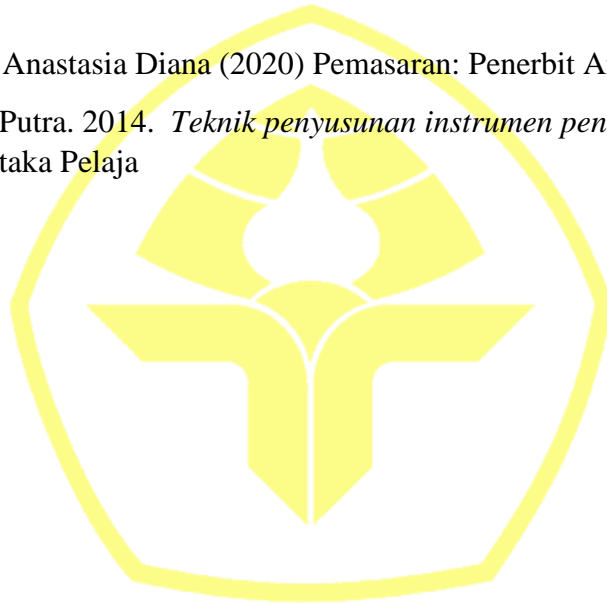
Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). *Pengaruh pengembangan produk, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap penjualan pada PT Astragraphia Medan*. Jurnal Manajemen, 1(1), 1-6.

Shaheen, O. H. A. G., Morsy, M. A., Qoura, O., & Zaki, K. M. G. (2021). *The Effect of Yield Management on Food & Beverage Department Profitability in Five-Star Hotels in Greater Cairo: A qualitative approach*. *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality*, 15(1), 127-138. <https://doi.org/10.21608/ijhth.2021.214109>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020) *Pemasaran*: Penerbit Andi Yogyakarta.

Widoyoko, Eko Putra. 2014. *Teknik penyusunan instrumen penelitian*. Yogyakarta: pustaka Pelaja



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI