

**PENERAPAN PROMOSI
PADA SAAT LOW SEASON
DI PT. MADHAVA ENTERPRISES**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

Putu Arya Febriyanto

NIM. 2115713132

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PUTU ARYA FEBRIYANTO
NIM : 2115713132
Prodi/Jurusan : D3 Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul:
**“PENERAPAN PROMOSI PADA SAAT LOW SEASON
DI PT. MADHAVA ENTERPRISES”**

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 pengetahuan saya 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, 20 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Putu Arya Febriyanto
NIM. 211571313

Lembar Persetujuan Dan Pengesahan

PENERAPAN PROMOSI PADA SAAT LOW SEASON DI PT. MADHAVA ENTERPRISES

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

(Putu Arya Febriyanto)
NIM. 2115713132

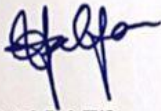
Badung, 2024

Disetujui oleh,

Nama Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Dosen Penguji, (Ketut Vini Elfarosa, S.E.MM) NIP. 1967612032008122001	
Dosen Penguji 1, (I Made Widiantera, S.Psi., M.Si) NIP. 197902182003121002	
Dosen Penguji 2, (Rifqi Nur Fakurozi, S.AB., M.AB) NIP. 199105312022031005	

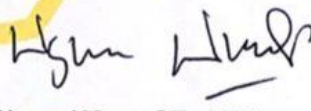
Pembimbing:

Dosen Pembimbing 1



(Ketut Vini Elfarosa, SE., MM)
NIP. 197612032008122001

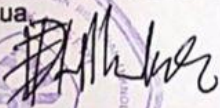
Dosen Pembimbing 2



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

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Disahkan oleh,
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua



(Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA, Ph.D)
NIP. 196409291990032000

Diketahui oleh,
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua



(I Made Widiantera, S.Psi., M.Si)
NIP. 197902182003121002



PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan kehendak-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Penerapan Promosi Pada Saat *Low Season* Di PT. Madhava Enterprises” 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:

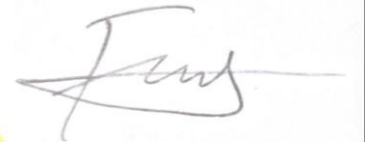
1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali atas kesempatan yang diberikan kepada Penulis untuk menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA,Ph.D, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali atas kesempatan yang diberikan kepada Penulis untuk melaksanakan kegiatan PKL.
3. Bapak I Made Widiantara, S.Psi, M.Si , selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali

atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan selama proses penyusunan laporan ini.

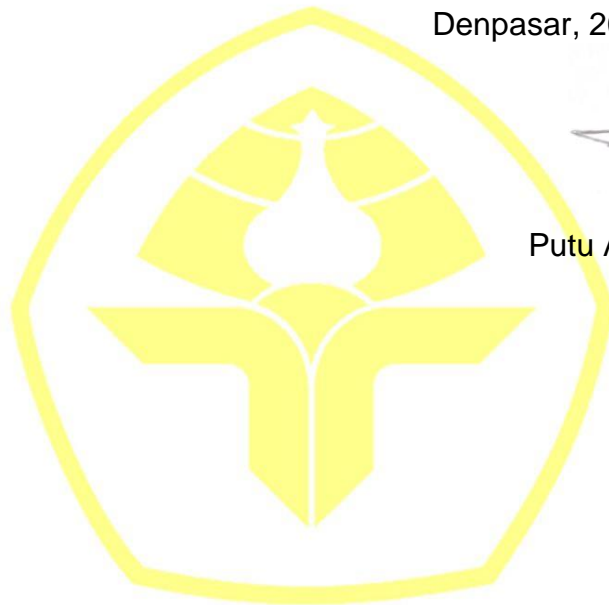
4. Ibu Ni Nyoman Teristiyani Winaya, SE.,M.M , selaku Koordinator PKL yang telah mengkoordinasikan dan memberikan pembekalan motivasi dalam pelaksanaan PKL Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
 5. Ibu Ketut Vini Elfarosa.,SE.,MM, selaku Pembimbing PKL yang telah memberikan banyak arahan sehingga Penulis dapat melaksanakan PKL dengan baik, sampai dengan terselesaikannya laporan ini dalam waktu yang telah ditentukan.
 6. Bapak I Gusti Ngurah Iriyanto , selaku *Commercial Manager Stay In Bali* yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk dapat melaksanakan PKL sebagai *Commercial Support Stay In Bali*.
 7. Seluruh *staff PT. MADHAVA ENTERPRISES* yang tentunya telah banyak membantu, menerima dan membimbing Penulis dengan sangat baik.
 8. Seluruh keluarga, teman-teman dan pihak lain yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dan motivasi dalam penyusunan laporan ini.
 9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
-

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi penyusunan, bahasa maupun penulisannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis maupun pembaca.

Denpasar, 20 Agustus 2024



Putu Arya Febriyanto

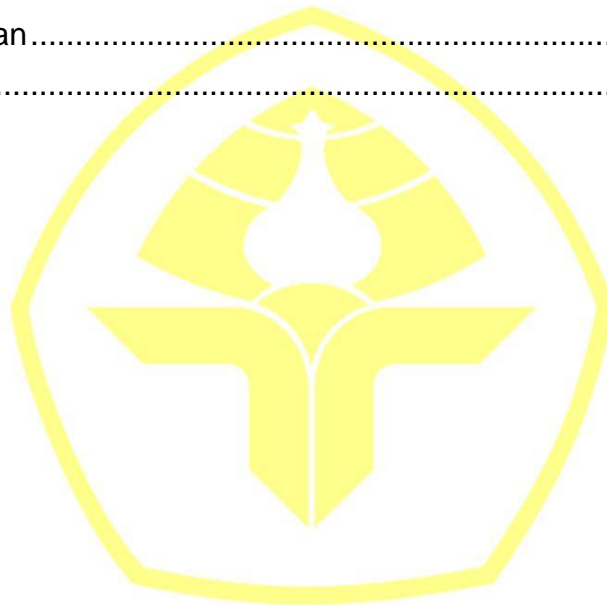


JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR Error! Bookmark not defined.	
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	11
PENDAHULUAN	11
A. Latar Belakang	11
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Manfaat Penelitian	18
E. Metode Penelitian	19
F. Pengumpulan Data	21
G. Teknik Analisis Data	21
BAB II	23
LANDASAN TEORI	23
A. Pemasaran (Marketing)	23
1. Pengertian Pemasaran (Marketing)	23
2. Marketing mix (Bauran Pemasaran)	24
3. Strategi Marketing	31
4. Traditional Marketing	33
5. Digital Marketing	36
BAB III	42
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	42
A. Sejarah Perusahaan	42
B. Bidang usaha	44
C. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	47
BAB IV	63
HASIL DAN PEMBAHASAN	63

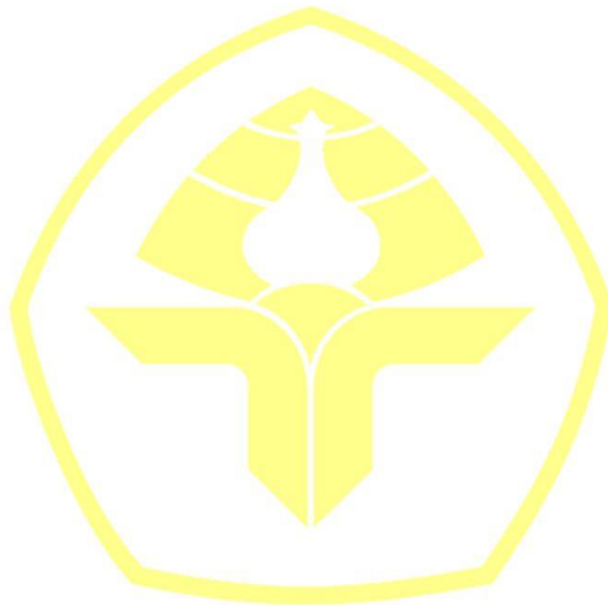
A. Kebijakan Perusahaan.....	63
1. Iklan (advertising)	63
B. Analisis dan Interpretasi Data	70
1. Promosi Platform Online.....	73
a. Tiktok.....	73
b. Facebook.....	78
c. Instagram.....	85
d. WhatsApp.....	92
2. Promosi <i>offline</i> (tradisional)	95
a. Sales Call	96
BAB V	99
SIMPULAN & SARAN.....	99
A. Simpulan.....	99
B. Saran	100



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data wisatawan yang berkunjung ke bali tahun 2023	13
Tabel 1. 2 Data pencapaian target penjualan Stay In Bali tahun 2023	14
Tabel 1. 3 Data Hunian Property di STAY IN BALI Tahun 2023	15



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Perusahaan PT.MADHAVA	48
Gambar 4. 1 Akun Tiktok Stay In Bali.....	75
Gambar 4. 2 Konten foto Tiktok Stay In Bali	75
Gambar 4. 3 Konten foto Tiktok Stay In Bali	76
Gambar 4. 4 Konten foto Tiktok Stay In Bali	77
Gambar 4. 5 Konten foto Tiktok Stay In Bali	77
Gambar 4. 6 Akun facebook Stay In Bali	80
Gambar 4. 7 Konten facebook Stay In Bali	81
Gambar 4. 8 Konten facebook Stay In Bali	82
Gambar 4. 9 Konten facebook Stay In Bali	83
Gambar 4. 10 Konten facebook Stay In Bali	84
Gambar 4. 11 Ulasan facebook Stay In Bali	85
Gambar 4. 12 Akun instagram Stay In Bali	88
Gambar 4. 13 Konten instagram Stay In Bali	89
Gambar 4. 14 Konten reels instagram Stay In Bali	90
Gambar 4. 15 Konten instagram Stay In Bali	90
Gambar 4. 16 Konten instagram Stay In Bali	91
Gambar 4. 17 saluran instagram Stay In Bali.....	92
Gambar 4. 18 WhatsApp business Stay In Bali	94
Gambar 4. 19 Katalog whatsapp business Stay In Bali	95
Gambar 4. 20 Kegiatan sales call	98



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bali adalah primadona pariwisata Indonesia yang sudah terkenal di seluruh dunia. Selain terkenal dengan keindahan alam, terutama pantainya, Bali juga terkenal dengan kesenian dan budayanya yang unik dan menarik. Industri pariwisata berpusat di Bali Selatan dan di beberapa daerah lainnya. Lokasi wisata yang utama adalah Kuta dan sekitarnya seperti Legian dan Seminyak, Sanur, Ubud, dan di daerah selatan seperti Jimbaran, Nusa Dua dan Pecatu. Bali sebagai tempat tujuan wisata yang lengkap dan terpadu memiliki banyak sekali tempat wisata menarik.

Dengan pertumbuhan yang pesat dalam industri pariwisata, persaingan di antara pelaku industri semakin sengit, terutama di sektor jasa akomodasi properti dan perjalanan wisata. Perusahaan yang beroperasi di sektor ini harus memberikan prioritas yang tinggi pada pelayanan *hospitality* untuk mencapai keuntungan yang optimal. Oleh karena itu, perusahaan di sektor jasa akomodasi properti dan perjalanan wisata perlu memfokuskan upaya mereka untuk mengidentifikasi dan menangani masalah-masalah yang muncul selama melayani tamu, sehingga dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar

Selain banyaknya pesaing dalam bisnis jasa akomodasi *property* dan perjalanan wisata, musim liburan juga memiliki pengaruh penting dalam tingkat hunian *property*. Bisnis perhotelan merupakan sektor yang beroperasi dalam siklus tahunan yang diselingi oleh musim. Secara umum, bulan November hingga Maret merupakan periode di luar jam sibuk bagi pelaku bisnis perhotelan. Antara bulan Juni dan akhir Agustus, kehadiran berada pada puncaknya, ini adalah musim ramai. Penurunan musiman dialami oleh semua orang yang terlibat dalam perjalanan. Hal ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap pendapatan institusi. Namun, pelaku bisnis perhotelan tidak boleh tinggal diam namun memanfaatkan momen ini untuk menetapkan strategi jangka panjang guna memitigasi dampak musiman terhadap omzetnya. Berlaku juga untuk *PT. MHADAVA ENTERPRISES* khususnya divisi *STAY IN BALI* sebagai divisi yang beroperasi di bidang *travel experience*.

Stay In Bali adalah salah satu divisi dari *Madhava Enterprises* yang fokus pada perjalanan wisata berbasis pengalaman sosial, budaya, gaya hidup, dan alam. *PT. Madhava Enterprises* menghadirkan *platform Stay In Bali* untuk memudahkan para traveler mencari paket perjalanan dan aktivitas selama tinggal di Bali.

Low season biasanya dimulai saat diluar musim liburan umum lokal, nasional maupun internasional. *Low season* terdapat pada awal bulan September hingga awal Desember dan terjadi juga di

pertengahan Januari hingga akhir April.

Berikut data pengunjung wisatawan pada tahun 2023.

Tabel 1. 1 Data wisatawan yang berkunjung ke Bali tahun 2023

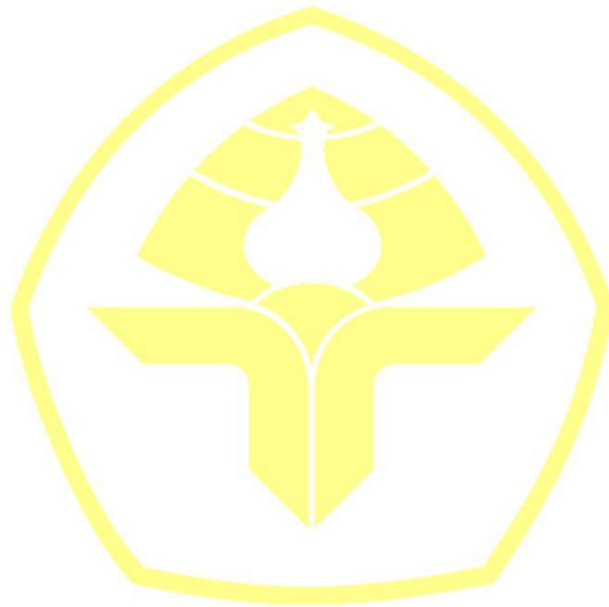
Bulan	Tahun
Januari	331 912
Februari	323 623
Maret	370 832
April	411 510
Mei	439 475
Juni	478 198
Juli	541 353
Agustus	522 141
September	508 350
Oktober	461 441
November	403 154
Desember	481 646
Total	5 274 235

Sumber/Source: Badan Pusat Statistik Provinsi Bali/BPS - Statistics of Bali Province

Berdasarkan data diatas jumlah wisatawan yang datang ke Bali pada tahun 2023 terlihat adanya penurunan jumlah wisatawan yang datang pada saat *low season*, yaitu pada bulan Januari, Februari, Maret, April, Oktober, dan bulan November.

Pada setiap perusahaan *travel agent* memiliki definisi berbeda-beda dalam bulan-bulan yang tergolong *low season*, *high season* dan *peak season*, begitu juga dengan perusahaan PT. MADHAVA

ENTERPRISES yang memiliki definisi tentang *low season* yang terletak pada bulan pertengahan januari sampai akhir pertengahan april dan terjadi lagi pada bulan September. Oleh karena itu *PT. MADHAVA ENTERPRISES* sudah memiliki dan menyesuaikan target penjualan yang berbeda-beda pada setiap *season* nya, khusus pada saat *low season* target penjualannya menjadi lebih sedikit dari pada *high season* dan *peak season*.



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Tabel 1. 2 Data pencapaian target penjualan Stay In Bali tahun 2023

Data Pencapaian Penjualan	
Bulan	Persentase tidak tercapai
January	+5.34%

February	-9.7%
March	-16.03%
April	-7.8%
May	-10.44%
June	+2.23%
July	+8.54%
August	+10.3%
September	+4.5%
October	-3.12%
November	-17.6%
December	- +18.9%

Sumber. *STAY IN BALI*

Berdasarkan data di atas yang menjelaskan tentang target pencapaian penjualan divisi *STAY IN BALI* menurun pada bulan-bulan yang tergolong *low season* seperti pada bulan Februari, Maret, Mei, Oktober, dan November.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

Tabel 1. 3 Data Hunian Property di *STAY IN BALI* Pada Saat Low Season Tahun 2023

Bulan	Book
January	272

February	249
March	255
April	274
May	267
June	281
July	297
August	308
September	279
October	274
November	150
December	356
Grand Total	3262

Sumber STAY IN BALI

Berikut adalah data jumlah kamar yang di pesan dari *STAY IN BALI*, terlihat bahwa bookingan kamar di *STAY IN BALI* mengalami penurunan pada saat *low season*, sehingga penulis sangat tertarik menganalisis penerapan promosi yang digunakan oleh *STAY IN BALI* yang dinaungi oleh *PT. MADHAVA ENTERPRISES*.

PT. MADHAVA ENTERPRISES memiliki beberapa divisi, berikut divisi-divisi yang ada di perusahaan *MADHAVA ENTERPRISES*:

1. *Madhava Asia Management*
2. *MAVA (Madhava Visual Art)*
3. *MENTORY ID (Madhava Creative Project)*

4. *Stay In Bali*

Stay In Bali adalah divisi yang bergerak di bidang pariwisata khususnya jasa akomodasi *property* dan perjalanan wisata. Dampak *low season* sangat mempengaruhi jumlah hunian di *STAY IN BALI* Sehingga hunian pada bulan-bulan tersebut tergolong rendah. Dan hal tersebut menjadi sebuah masalah terhadap *revenue* perusahaan dan memerlukan strategi promosi yang bagus untuk menghadapinya.

Pada saat *high season*, *peak season* dan *low season* *STAY IN BALI* menerapkan metode promosi *digital marketing* dan *traditional marketing*. *Stay In Bali* menerapkan metode *digital marketing* yang berfokus di *website*, dan di beberapa media sosial seperti Instragram, Tiktok, Facebook dan lainnya. Sedangkan untuk melakukan promosi *traditional marketing* *Stay In Bali* melakukan kegiatan *sales call* yang dilakukan 5 kali di setiap bulannya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dimana terjadi penurunan yang terjadi pada *low season*, *high season*, dan *peak season* terutama pada tingkat hunian penulis tertarik untuk mengambil judul “PENERAPAN PROMOSI PADA SAAT *LOW SEASON* DI PT. MADHAVA ENTERPRISES”.

B. Rumusan Masalah

Dengan rendahnya tingkat *booking* di *web* *STAY IN BALI* pada saat *low season* maka disusunlah pokok masalah: Bagaimana penerapan

metode pemasaran oleh *STAY IN BALI* dalam menghadapi *low season*?

C. Tujuan Penelitian

Dalam hal tujuan penelitian ini yang akan dicapai adalah untuk mengetahui penerapan dari metode promosi yang digunakan dalam memasarkan akomodasi dan layanan di *STAY IN BALI* pada saat *low season*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan promosi pemasaran dalam industri perhotelan atau pariwisata dan pengaplikasian metode pemasaran.

2. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Bali

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

3. Manfaat Bagi Perusahaan

Diharapkan untuk menjadi pertimbangan untuk melakukan promosi untuk dan juga guna meningkatkan *occupancy* untuk perusahaan

dan mencapai target yang ditentukan serta tujuan perusahaan.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di *PT. MADHAVA ENTERPRISES* yang beralamat di Jl. Tukad Badung VII No.9, Renon, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali 80234.

2. Objek Penelitian

Adapun objek penelitian dalam penyusunan penelitian ini adalah “Penerapan promosi pada saat low season di PT. Madhava Enterprises”.

3. Data Penelitian

a. Jenis Data

Jenis data bersifat induktif/kualitatif Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat *post positivisme*, digunakan untuk memeriksa fenomena alami atau obyek dalam konteksnya sendiri. Pendekatan ini cenderung bersifat induktif, di mana data dikumpulkan dan dianalisis untuk menemukan pola, tema, dan makna yang muncul dari data itu sendiri. Lebih dari sekadar mengejar generalisasi, penelitian kualitatif menekankan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti. (Sugiyono, 2016:15). Dalam penelitian ini penulis menggunakan data kualitatif yang berbentuk informasi seperti gambaran umum perusahaan dan informasi lain yang

digunakan untuk membahas rumusan masalah.

b. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1) Data primer

Data primer adalah data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berlangsung. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama, baik dari individu atau organisasi, melalui survei lapangan atau interaksi langsung. Data ini tidak melalui media perantara dan bersifat orisinal. Pengumpulan data primer dapat menggunakan metode, seperti wawancara, observasi, atau pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Karena sumber datanya bersifat asli, proses pengumpulan data primer dianggap lebih sulit dibandingkan dengan pengumpulan data sekunder. (Sugiyono 2019:296)

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diperoleh oleh pengumpul data, melainkan melalui pihak

ketiga atau dokumen. Misalnya, data yang didapatkan dari laporan, arsip, atau informasi yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh pihak lain. (Sugiyono 2018:456)

F. Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang perlu diteliti. Teknik ini juga digunakan jika peneliti ingin menggali informasi yang lebih mendalam dari responden mengenai suatu topik tertentu. (Sugiyono 2016:194)

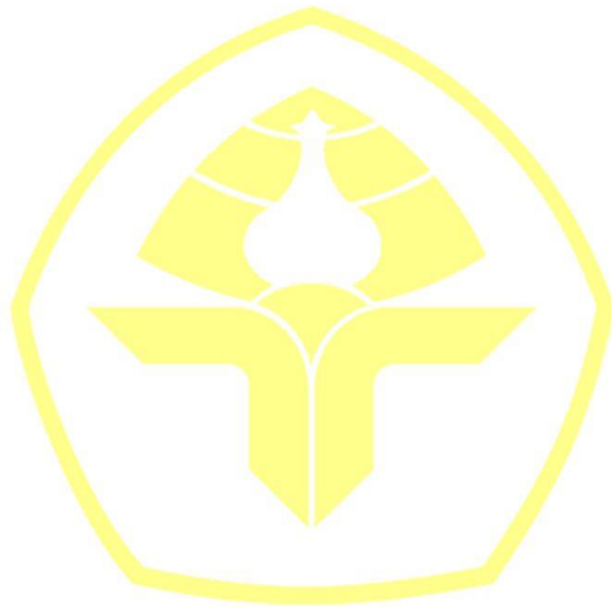
2. Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode 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. Studi dokumen merupakan pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih terpercaya dan memiliki kredibilitas tinggi jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang sudah ada. (Sugiyono 2018:476).

G. Teknik Analisis Data

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang menguraikan dan menjelaskan

keterangan atau data yang telah dikumpulkan. Metode penelitian kualitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang didasarkan pada filosofi postpositivisme dan digunakan untuk mempelajari objek dalam kondisi alamiah. Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data. (Sugiyono 2022)



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN & SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai penerapan promosi selama *low season* di PT. MADHAVA ENTERPRISES, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Terlihat bahwa penerapan promosi pada saat *low season* di PT. MADHAVA ENTERPRISES dapat terbilang cukup bagus, namun tetap ada beberapa hal yang perlu di evaluasi terkait promosi yang dilakukan untuk bisa mencapai target sesuai dengan keinginan perusahaan.

Pada saat melakukan promosi saat *low season* terlihat bahwa promosi *online* yang telah dibuat cenderung lebih banyak menggunakan *instagram* sebagai media promosi, serta ke konten yang ada disana lebih dominan untuk memberikan informasi terkait akomodasi, paket perjalanan, paket kegiatan rapat dan informasi terkait daerah tertentu yang direkomendasikan untuk berlibur, sedangkan pada saat *high season* konten yang dibuat cenderung lebih sering mempromosikan ke akomodasi yang mendapat harga istimewa seperti menginap lebih lama

akan mendapatkan harga yang istimewa dan pada saat hari-hari tertentu.

Begitu juga dengan promosi *offline* yang telah dilakukan dapat dikatakan berhasil, karena melalui kegiatan *sales call*, *Stay In Bali* mampu membangun hubungan yang baik dengan mitra bisnis baru dan mitra bisnis lainnya.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan mengenai penerapan promosi selama *low season* di PT. MADHAVA ENTERPRISES, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

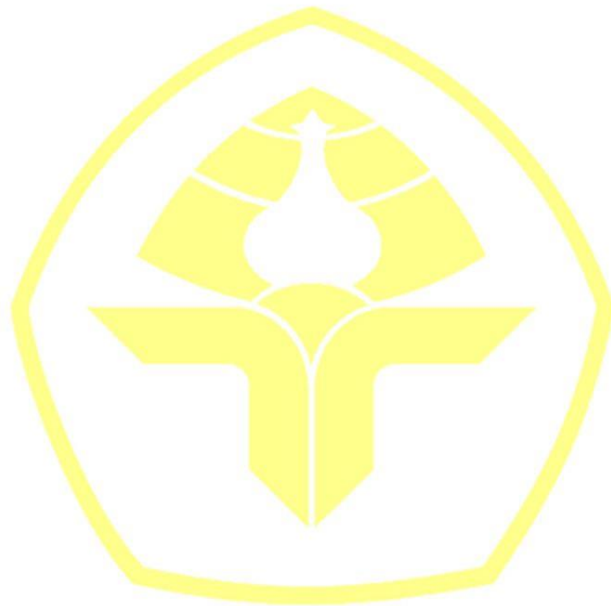
Dalam melakukan promosi *Stay In Bali* sebaiknya meningkatkan upaya dalam melakukan *update story* di *platform whatsapp* sehingga kemungkinan untuk pelanggan bisa tertarik untuk melakukan transaksi kembali serta bisa meningkatkan *direct booking*. Perusahaan juga sebaiknya memanfaatkan fitur baru dari *WhatsApp*, yaitu fitur *channel* (saluran) untuk memudahkan perusahaan menyebarkan informasi terkait akomodasi atau layanan secara cepat dan massal.

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.).
- Amartha, T. B. (2024, Jan 23). *7 Contoh Strategi Promosi yang Tepat untuk Bisnis Kamu!* Diambil kembali dari Amartha: <https://amartha.com/blog/work-smart/tujuh-contoh-strategi-promosi-yang-tepat-untuk-bisnis/>
- Bisnis Meta, P. B. (2024). *Tentang Standar Periklanan Meta*. Diambil kembali dari Meta: <https://id-id.facebook.com/business/help/488043719226449?id=434838534925385>
- Chandra, Y. U. (2023, Jan 24). *Pemasaran Tradisional & Digital*. Diambil kembali dari Binus University: <https://sis.binus.ac.id/2023/01/24/pemasaran-tradisional-digital/#:~:text=Pemasaran%20tradisional%20adalah%20kategori%20luas,Iklan%20majalah>
- Instagram. (2023, Feb 16). *Memperkenalkan Saluran Siaran, Cara Baru Kreator Memperdalam Hubungan dengan Followers*. Diambil kembali dari About Instagram: <https://about.instagram.com/blog/announcements/introducing-broadcast-channels>
- M. E. (t.thn.). *Madhava Enterprises*. Diambil kembali dari Madhava Enterprises: <https://madhavaenterprises.com/about/>
- Mayantari, N. W., Astawa, I. P., & B. S. (2016). PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENUNJANG RESERVASI UNTUK MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA HOTEL LE MERIDIEN BALI JIMBARAN. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan Vol. 12. No.2*, 2.
- Musyawah, I. Y., & D. I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ilmu Management*, 1-4.
- N. S. (2021, Juni 21). *Pengertian Metode Penelitian dan Jenis-jenis Metode Penelitian*. Diambil kembali dari Ranah Redearch: <https://ranahresearch.com/metode-penelitian-dan-jenis-metode-penelitian/>
- N. S., & Gede, I. G. (t.thn.). *Industri Pariwisata Bali*. Diambil kembali dari RajaGrafindo Persada: <https://www.rajagrafindo.co.id/produk/industri-pariwisata-bali/>
- Nandy. (t.thn.). *Manajemen Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Tugas, dan Konsep*. Diambil kembali dari Gramedia Blog: <https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/>
- P. K. (2023, Nov 23). *Cara Memilih Teknik Analisis Data yang Tepat Dan Benar*. Diambil kembali dari Accounting Computerization: <https://dac.telkomuniversity.ac.id/cara-memilihan-teknik-analisis-data-yang-tepat-dan-benar/#:~:text=Teknik%20analisis%20data%20adalah%20proses,k>

- eputusan%20berdasarkan%20informasi%20yang%20ditemukan
Tiktok. (2024). *Alat kamera*. Diambil kembali dari Tiktok:
[https://support.tiktok.com/id/using-tiktok/creating-videos/camera-
tools](https://support.tiktok.com/id/using-tiktok/creating-videos/camera-tools)
-
- W. P. (2022, Jul 8). *Digital Marketing : Pengertian dan Jenis Strategi
Penerapan Bisnis*. Diambil kembali dari Mekari Jurnal:
[https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-
dan-penerapannya/](https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-
dan-penerapannya/)



JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI