



# Analisis Strategi Pemasaran Upaya Meningkatkan Pendapatan Jasa Ekspedisi Pada PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya

I Made Sriyana Adiwijaya <sup>1\*</sup>, Ni Nyoman Supiatni <sup>2</sup>, Ida Bagus Sanjaya <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

<sup>2</sup> Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

<sup>3</sup> Prodi Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

\*Corresponding Author: [vivien.elza.32@gmail.com](mailto:vivien.elza.32@gmail.com)

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran upaya meningkatkan pendapatan jasa ekspedisi pada PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya, pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, dokumentasi, observasi. Teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data adalah teknik deskriptif, kualitatif, dan analisis SWOT. Melalui penggunaan matriks SWOT strategi pemasaran yang dapat di terapkan PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya dalam meningkatkan pendapatan jasa ekspedisi melakukan pemasaran menggunakan media pemasaran harus dimaksimalkan seperti memanfaatkan teknologi komunikasi yang sekarang semakin canggih dan juga membuka target pasar baru. Membuat promosi dalam bentuk audio visual yang menarik dan di promosikan di sosial media yang mendukung promosi audio visual.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

**Abstract:** The purpose of this study was to determine the marketing strategy of efforts to increase the revenue of expedition services at PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya, data collection was carried out by interview, documentation, and observation methods. The analytical techniques used to analyze the data are descriptive, qualitative, and SWOT analysis techniques. Through the use of the SWOT matrix, the marketing strategy that can be applied by PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya in increasing the revenue of expedition services doing marketing using marketing media must be maximized, such as utilizing communication technology that is now increasingly sophisticated and also opening up new target markets. Make promotions in the form of attractive audio-visuals and promote them on social media that supports audio-visual promotions.

**Keyword :** Marketing Strategy, SWOT Analysis

**Informasi Artikel:** Pengajuan Repository pada September 2022/ Submission to Repository on September 2022

## Pendahuluan/Introduction

Di Indonesia Jasa Ekspedisi atau Jasa Pengiriman Barang kini semakin banyak diminati setiap kalangan masyarakat Indonesia yang memiliki bidang usaha, banyaknya masyarakat yang mengirim barang menjadikan jasa pengiriman sangat penting bagi masyarakat. Dengan jarak pengirim barang dan penerima barang semakin tidak terbatas dan jarak tersebut dapat menggunakan jasa ekspedisi atau jasa pengiriman barang.

Strategi pemasaran adalah penentuan pasar. Penargetan ini menentukan kompetitor perusahaan, perusahaan harus memutuskan posisi yang terbaik dan meneliti posisi perusahaan pesaing. Strategi pemasaran yaitu suatu tujuan dasar dalam meningkatkan penjualan dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Adapun pengertian pemasaran menurut Para Ahli :

William J. Stanton (1985 :7), Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang dapat memuaskan keinginan baik kepada konsumen saat ini maupun yang potensial.

Kharisma (2016), Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain.

Indonesia terdapat banyak perusahaan jasa ekspedisi yang dipercaya memiliki kualitas bagus dengan berbagai layanan jasa ekspedisi yang memudahkan pelanggan untuk memilih jasa yang sesuai dengan kebutuhan usaha, salah satunya jasa ekspedisi yang diminati yaitu perusahaan PT Sinar Cendana AbdiPutra Surabaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ekspedisi yang berada di kawasan Perak, Surabaya.

Dalam menjalankan kegiatan usaha jasa ekspedisi PT Sinar Cendana AbdiPutra Surabaya telah melayani pengiriman barang maupun dokumen dari kota besar seluruh Indonesia maupun luar Indonesia, pengiriman tersebut mulai dari paket kecil sampai dengan paket besar. Tarif pengiriman yang dikenakan kepada pelanggan jumlahnya bervariasi tergantung pada jarak jauh dekat kota tujuan dan berat barang yang ingin dikirim, harga yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan ketetapan harga dari jasa ekspedisi. Apabila diperhatikan jumlah pendapatan jasa ekspedisi pada PT Sinar Cendana AbdiPutra Surabaya selama dua tahun terakhir ini mengalami penurunan hal ini dapat dilihat pada grafik 1.1 Pendapatan Jasa Ekspedisi.

**Tabel 1.1** Pendapatan Jasa Ekspedisi

Bulan	Pendapatan Tahun 2020	Pendapatan Tahun 2021
Januari	Rp. 71.560.900	Rp. 54.875.600
Februari	Rp. 49.484.500	Rp. 50.981.549
Maret	Rp. 38.633.600	Rp. 80.579.631
April	Rp. 117.275.900	Rp. 68.177.549
Mei	Rp. 54.364.500	Rp. 86.999.822
Juni	Rp. 76.886.500	Rp. 77.593.276
Juli	Rp. 129.798.500	Rp. 65.088.140
Agustus	Rp. 59.876.400	Rp. 63.487.754
September	Rp. 62.203.500	Rp. 74.792.873
Oktober	Rp. 87.704.000	Rp. 58.304.554
November	Rp. 79.653.500	Rp. 59.468.054
Desember	Rp. 64.039.000	Rp. 63.487.754
<b>JUMLAH</b>	<b>Rp. 891.480.800</b>	<b>Rp. 803.836.556</b>

**Sumber :** PT Sinar Cendana AbdiPutra Surabaya

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pendapatan jasa ekspedisi PT Sinar Cendana AbdiPutra Surabaya mengalami fluktuatif (naik-turun), maka pendapatan tersebut sudah ditetapkan oleh perusahaan. Dari tabel diatas diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh PT Sinar Cendana AbdiPutra Surabaya dari tahun 2020 sampai 2021, Pendapatan pada tahun 2020 mengalami kenaikan. Sedangkan pendapatan pada tahun 2021 mengalami penurunan, oleh karena itu sejak awal pandemi covid-19 perusahaan PT Sinar Cendana AbdiPutra Surabaya mengalami penurunan. Permasalahan yang dihadapi dilapangan yaitu persaingan bisnis yang semakin ketat antar perusahaan jasa ekspedisi agar mencapai sasaran yang diinginkan berupa promosi yang dapat memuaskan pelanggan atau calon pelanggan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu: Berdasarkan uraian di atas, maka penulis akan meneliti lebih lanjut mengenai strategi pemasaran yang dilakukan PT. Sinar Cendana Abdiputra Surabaya dengan mengambil judul “Analisis Strategi Pemasaran Upaya Meningkatkan Pendapatan Jasa Ekspedisi Pada PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya”.

## Metode/Method

Metodologi penelitian bertujuan untuk memberikan kerangka penelitian yang sistematis sehingga dapat memberikan kesesuaian antara tujuan penelitian dengan karakteristik permasalahan yang ada, meminimasi kesalahan-kesalahan yang mungkin terjadi serta mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini dilakukan di PT.Sinar Cendana Abdiputra Surabaya yang terletak di Jl. Tanjung Batu 21/B3, Perak Bar, Kec. Krembangan, Kota Surabaya, perusahaan ini bergerak dalam bidang pengiriman barang ekspor impor.

a. Observasi

Observasi Lapangan metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pencatatan secara sistematis terhadap suatu obyek yang diamati serta tindakan yang berhubungan secara langsung dengan masalah yang diangkat.

b. Wawancara

Wawancara metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan melakukan wawancara kepada direktur perusahaan dari PT. Sinar Cendana Abdiputra Surabaya dan beberapa karyawan dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara terstruktur dan sesuai dengan pokok permasalahan yang akan dibahas.

c. Studi Pustaka

Studi Pustaka merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara membaca, mengumpulkan, dan mencatat sumber dari literatur-literatur serta buku-buku bacaan yang berhubungan dengan obyek penelitian ini.

d. Kuesioner

Kuesioner metode pengumpulan data yang dilakukan secara mengajukan pertanyaan kepada responden dengan mengedarkan formulir pertanyaan untuk mendapatkan jawaban yang mendukung mengenai angka pendapatan jasa ekspedisi. Kuesioner akan diberikan kepada direktur perusahaan dan karyawan yang benar mengerti keadaan pendapatan jasa ekspedisi agar mengetahui peningkatan pendapatan.

e. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Teknik analisis data deskriptif kualitatif, yaitu memberikan ulasan terhadap data yang diperoleh sehingga menjadi lebih jelas dan bermakna dibandingkan dengan sekedar dalam bentuk angka. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan yaitu Teknik analisis SWOT, IFAS, EFAS, Matrik IE dan Matrik SWOT.

## Hasil dan Pembahasan/ Result and Discussion

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan

1. Distribusi

Saluran distribusi kadang-kadang juga disebut saluran perdagangan. Saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai ke konsumen. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat menggunakan berbagai bentuk saluran distribusi yang mungkin dilakukannya.

Daerah pemasaran dan pemilihan saluran distribusi yang diterapkan perusahaan sebagai berikut:

Daerah pemasaran utama PT Sinar Cendana Abadiputra Surabaya tidak menentukan area market perwilayah, di mana pun bisa di terobos walaupun di luar area Jawa Timur. PT Sinar Cendana Abadiputra Surabaya juga mendistribusi pemasaran Negara China, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Jepang.

**Tabel 4.2 Target Pemasaran Perusahaan PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya pada tahun 2020 – 2021**

Kota / Negara	% dari pasar yang ada
Jakarta	20%
Surabaya	35%
Sidoarjo	15%
China	15%
Vietnam	5%
Thailand	10%
Total	100%

## 2. Produk

PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan ekspor impor dengan *product sea freight* dan produk darat serta *custom clearance* untuk pengiriman barang dari dan ke luar negeri serta antar pulau. Karena di sini produk perusahaan berupa jasa pengapalan melalui laut, maka perusahaan harus mempunyai strategi dalam mempertahankan pemasaran, khususnya dalam usaha memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, memerlukan penerapan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya. Pada dasarnya mengembangkan strategi pemasaran adalah mengembangkan formula umum mengenai bagaimana bisnis akan dijalankan, apa yang seharusnya menjadi tujuan dan kebijakan apa yang diperlukan untuk memasarkan produk yang dihasilkan tersebut. Produk dibidang jasa *freight forwarding* seharusnya benar-benar memberikan manfaat atau jaminan yang bisa diharapkan oleh pelanggan sehingga pelanggan yang mengadakan ekspor dan impor akan tertarik dan yakin akan produk tersebut. Sehingga pelayanan berupa produk itu akan memberikan kepuasan terhadap konsumen atau pelanggan.

PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya dapat memberikan pelayanan jasa angkutan laut terbaik dan efisien untuk memenuhi kebutuhan kriteria pengiriman baik dalam bentuk *containers, break bulk, flat racks, LCL and gateway consolidations, or import* atau *export*. Dengan itu konsumen dapat memilih pelayanan tersebut dengan kriteria masing-masing yang di inginkan konsumen. dengan jadwal *stuffing* pada hari dan jam masing-masing yang sudah tersedia di PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya Dengan itu konsumen bisa melakukan pengiriman barang sesuai dengan jadwal pengapalan yang ada setelah sebelumnya melakukan permintaan pengiriman dan negosiasi dengan perusahaan. Selain itu PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya juga menangani pengiriman angkutan jasa laut atau dari mana saja ke setiap jurusan. Karena perusahaan mempunyai *Staff* jasa angkutan laut akan mengkoordinasikan pengiriman *Full Container Load (FCL) cargo* ke pelabuhan internasional dari semua pelabuhan internasional kepelabuhan tujuan.

PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya juga bisa melayani proses pengiriman cargo konsumen melalui agen internasionalnya di seluruh dunia baik itu berupa *single shipments* atau *multiple shipments* bahkan untuk kebutuhan *project cargo*. *Staff* yg berpengalaman akan menangani semua pengiriman logistik dari pelabuhan internasional diseluruh.

PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya juga menawarkan solusi terbaik untuk kebutuhan total transportasi konsumen. Perusahaan dapat menangani *heavy, oversized, atau unconventional cargo* sehingga *cargo* tersebut sampai tepat pada waktunya dimana saja di alamat. Dengan didukung oleh jaringan *agent* yang kuat, pengiriman *cargo* dapat dipercepat oleh *staff* yang berpengalaman dapat memberikan solusi yang cepat untuk semua kebutuhan transportasi konsumen.

PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya juga mempunyai jasa layanan khusus *custom broker* yaitu menyiapkan semua dokumen dan transaksi yg diperlukan untuk diserahkan kepada bea cukai mengenai jaminan masuk semua barang kiriman konsumen. Semua dokumen ini mencakup klasifikasi, penilaian barang masuk, cukai, pajak, dan semua iuran yang harus dibayarkan kepada Bea Cukai. Perusahaan juga akan membantu untuk menjamin kelancaran pengiriman *import dan export*. Dengan ini konsumen dapat menghindari keterlambatan yang tidak perlu dan *penalty*, dan dapat meminimalisasi biaya dan akhirnya memanfaatkan waktu yang berharga untuk keperluan yang lain.

## 3. Promosi

- a. Metode yang dipilih untuk meningkatkan volume penjualan dengan memperkenalkan kepada masyarakat melalui kegiatan antara lain:
  1. *Contact Service Promote* (promosi kontak *service*) Perusahaan dalam memasarkan produknya dengan keunggulan “*good service*”. Perusahaan *international freight forwarder shipping agency*, karena hal perusahaan *forwarder* yang bisa menjual

harga atau *special rates* dibandingkan dengan *direct shipping line*.

2. Pembuatan kalender

Perusahaan membuat kalender untuk memperkenalkan produknya dan membagikan kalender tersebut kepada customer dan karyawan perusahaan.

Analisis Swot Pemasaran Upaya Meningkatkan Pendapatan Jasa Ekspedisi Pada Pt Sinar Cendana Abdiputra Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memperoleh data berupa informasi analisis lingkungan internal dan eksternal pt sinar cendana abdiputra surabaya. Data diperoleh dari teknik pengumpulan data berupa wawancara, kuesioner dan observasi sehingga memperoleh data untuk menghasilkan strategi yang akan dianalisis dengan tahap berikutnya. Dalam penelitian ini, rumusan strategi pemasaran upaya meningkatkan pendapatan jasa ekspedisi pada pt sinar cendana abdiputra surabaya yaitu berdasarkan data yang diperoleh dari identifikasi faktor internal (*internal factor analysis strategy / ifas*) dan juga faktor eksternal (*eksternal factor analysis strategy / efas*). Faktor internal yang dimaksud yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh produk jasa ekspedisi pada pt sinar cendana abdiputra surabaya, serta faktor eksternal yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari luar yang berdampak terhadap produk jasa ekspedisi pada pt sinar cendana abdiputra surabaya.

a. *Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS)

*Internal Factor Analysis Strategy* (IFAS) merupakan analisis internal yang berada pada PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya guna untuk menemukan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki. Hasil kuesioner diolah dari 12 responden yang terdiri dari pegawai PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya. Pemberian bobot dimulai dari skala 1 (paling penting) sampai 0.0 (tidak penting) serta dicari jumlah rata-rata bobot dan tidak boleh melebihi skor total (1.00). Dimana data yang diperoleh diberikan rating serta bobot yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3  
Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*)

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Rating X Bobot
<b>Kekuatan (<i>Strenghts</i>)</b>				
1	Kami memberi kebebasan berkreasi kepada seluruh SDM perusahaan (seperti pengelola dan karyawan) untuk menemukan ide-ide pemasaran baru yang dapat memperbaiki efektivitas program-program pemasaran.	0.15	4.6	0.69
2	Kami sering mencoba (eksperimen) cara-cara baru (terobosan baru) dalam melaksanakan program-program pemasaran.	0.13	4	0.52
3	Kami senantiasa memanfaatkan teknologi baru yang memudahkan pemasaran produk yang dihasilkan	0.16	4	0.64
4	Kami meningkatkan produksi pendapatan untuk perusahaan dengan cara memberikan service terbaik untuk pelanggan	0.20	4	0.80
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1	Promosi pendapatan untuk perusahaan masih kurang maksimal	0.20	4	0.80

2	Promosi Daily Content masih kurang maksimal, dikarena banyak dari karyawan masih jarang memposting Daily Content untuk perusahaan.	0.16	4	0.64
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>		<b>4.09</b>

Sumber : Data diolah, 2022

b. *External Factor Analysis Strategy (EFAS)*

*External Factor Analysis Strategy (EFAS)* merupakan analisis eksternal yang berada pada PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya guna untuk menemukan peluang serta ancaman yang dapat berdampak pada strategi pemasaran produk jasa ekspedisi pada PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya. Hasil kuesioner diolah dari 12 responden yang terdiri dari pegawai PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya. Pemberian bobot dimulai dari skala 1 (paling penting) sampai 0.0 (tidak penting) serta dicari jumlah rata-rata bobot dan tidak boleh melebihi skor total (1.00). Dimana data yang diperoleh diberikan rating serta bobot yang hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 4 Tabel EFAS (External Factor Analysis Strategy)

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Rating X Bobot
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
1	Mudah menggunakan web site bisnis.	0.17	4	0.68
2	Kami memiliki kemampuan untuk belajar dan memahami strategi dan taktik pesaing utama perusahaan di pasar.	0.20	4.3	0.86
3	Kami memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi dan memahami tren (perkembangan) pasar.	0.17	4	0.68
<b>Ancaman (Threath)</b>				
1	Harga jasa ekspedisi yang sering bersaing, demi mendapatkan pelanggan.	0.17	4	0.68
2	Strategi pemasaran yang dapat ditiru oleh jasa ekspedisi lain.	0.16	4	0.64
3	Cara pelayanan kepada pelanggan yang sering ditiru oleh jasa ekspedisi lainnya.	0.13	4	0.52
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>		<b>4.06</b>

Sumber: Data diolah, 2022

c. *Matrik IE*

Matrik IE (Internal Eksternal) adalah untuk mengetahui parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal dan pengaruh eksternal yang dihadapi perusahaan. Letak titik temu antara IFAS dan EFAS akan menentukan strategi yang akan dipilih oleh perusahaan. Matrik IE dapat dibagi menjadi tiga bagian kuadran yang memiliki implikasi strategi yang berbeda. Pertama, kuadran I-II-IV disebut posisi tumbuh dan berkembang. Kedua, kuadran III-V-VII disebut posisi bertahan. Ketiga, kuadran VI-VIII-IX disebut posisi penentuan yaitu berbenah diri (*retrenchment*) atau melepaskan aset perusahaan (*divestiture*).

Setelah memberi bobot dan rating pada Matrik IFAS dan Matrik EFAS pada PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya, maka menghasilkan nilai skor yang berguna untuk menentukan dua dimensi kunci.

Tabel 4.5 Matrik IE PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya

		TOTAL NILAI IFAS		
TOTAL NILAI IFAS		IFAS4.09		
		5,0 KUAT	4,0 RATA-RATA	3,0 LEMAH
TOTAL NILAI IFAS	BESAR	I	II	III
	EFAS 4.06 4,0			
	RATA-RATA	IV	V	VI
	3,0			
	RENDAH	VII	VIII	IX
	2,0			

## Simpulan/ Conclusion

Berdasarkan hasil dari pengumpulan dan Analisis data yang telah dilakukan bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan ekspor impor dengan *product sea freight* dan *land freight* serta *custom clearance* untuk pengiriman barang dari dan ke luar negeri serta antar pulau. Karena di sini produk perusahaan berupa jasa pengapalan melalui laut, maka perusahaan harus mempunyai strategi dalam mempertahankan pemasaran, khususnya dalam usaha memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, memerlukan penerapan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya.

PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya tidak menentukan area market perwilayah, di mana pun bisa di terobos walaupun di luar area Jawa Timur.

PT Sinar Cendana Abdiputra Surabaya banyak menggunakan *phone* (telepon) untuk mempromosikan jasa *freight forwarding*-nya karena dari situ konsumen bisa langsung bernegosiasi dan mencapai kata sepakat atau *fix*, mengenai harga atau *rate*, jadwal *stuffing*.

## Ucapan Terima Kasih/ Acknowledgment

Dalam tercapainya dan keberhasilan penulis dalam menyusun artikel ini tentunya penulis dibantu serta didukung dari berbagai pihak baik moril maupun materiil, untuk itu dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Drs. I Ketut Yasa, M M., selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Ketua Penguji dan Bapak I Ketut Muderana, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing II, Bapak Dr. Ketut Santra, M.Si. selaku Dosen Penguji I dan Bapak I Gede Made Subagiana, SE, MM. selaku Dosen Penguji II, terima kasih karena telah meluangkan waktu dan memberikan ilmunya untuk membimbing serta membantu penulis dalam menyelesaikan artikel ini.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pihak Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Badung karena telah berbagi pengalaman serta informasi selama penyusunan artikel ini.

## Referensi/ Reference

Kharisma, dkk. 2016. Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI. Bandung: Jurnal Tidak

Diterbitkan

Stanton, J.W. 1985. Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.