

# **STRATEGI PEMASARAN RESORT BINTANG 5 ULUWATU BALI DI TENGAH PANDEMI COVID-19**

## **PROYEK AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
dalam menempuh studi pada  
Program Diploma IV  
Program Studi Administrasi Hotel  
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

**TOETUKO ARI WIBOWO**  
**Nomor Induk: 2021309026**

**PROGRAM STUDI  
ADMINISTRASI HOTEL**

**POLITEKNIK PARIWISATA NHI  
BANDUNG  
2022**

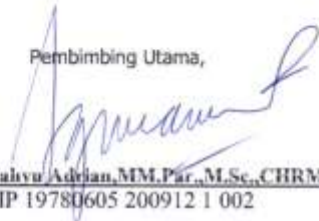
## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PROYEK AKHIR

STRATEGI PEMASARAN RESORT BINTANG 5 ULUWATU BALI DI TENGAH PANDEMI COVID-19

NAMA : TOETUKO ARI WIBOWO  
NIM : 2021309026  
JURUSAN : ADMINISTRASI HOTEL  
PROGRAM STUDI : HOSPITALITI

Pembimbing Utama,



I Gusti Agung Wahyu Adhian, MM.Par., M.Sc., CHRMP, CHE  
NIP 19780605 200912 1 002

Pembimbing Pendamping,



Dendy Sundayana, S.Si., MM.Par  
NIP 19731001 200502 1 001

Bandung, 27 Juni 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,

Dr. ER, Ummi Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP.  
NIP. 19740714 200605 1 001

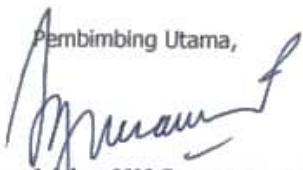
## LEMBAR PENGESAHAN (setelah sidang dan revisi)

JUDUL PROYEK AKHIR


### STRATEGI PEMASARAN RESORT BINTANG 5 ULUWATU BALI DI TENGAH PANDEMI COVID-19

NAMA : Toetuko Ari Wibowo  
NIM : 2021309026  
PROGRAM STUDI : Administrasi Hotel

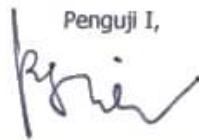
Pembimbing Utama,

  
**A. Wahyu Adrian, MM.Par., M.Sc., CHRMP.CHE**  
NIP 19780605 200912 1 002


Pembimbing Pendamping,

  
**Dendy Sundayana, S.Si., MM.Par**  
NIP 19731001 200502 1 001

Penguji I,

  
**Wisnu Bawa Tarunajaya, SE., MM.**  
NIP 19620901 198703 1 001

Penguji II,

  
**Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE**  
NIP 19770514 200902 1 002

Bandung, .....

Mengetahui,

J. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

**Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.**  
19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

**Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc**  
NIP. 19710506 199803 1 001



## **HALAMAN MOTTO**

“Wake up! No one is going to save you. No one is going to take care of your family or your retirement. No one is going to “make things” work out for you. The only way to do so is to utilize every moment of every day at 10X levels.”

Grant Cardone (10x book)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Kupersembahkan Proyek Akhir ini kepada:**

### **Allah SWT**

Puji dan syukur ku panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala kesehatan dan mukjizat, sehingga saya dapat menyelesaikan proyek akhir ini.

### **Keluarga**

Atas dukungan serta doa tanpa selang selama proses pengerjaan proyek akhir ini hingga selesai

### **Sahabat dan Teman**

Kepada seluruh mahasiswa ADH 8 A dan 8 B periode sidang Agustus 2022 yang selalu membantu, mendukung serta berjuang bersama sehingga proyek akhir ini dapat selesai. Juga kepada “Palmsclub Bali” yang selalu memberi dukungan kepada saya.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Toetuko Ari Wibowo  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta/24 Juni 1994  
NIM : 2021309026  
Program Studi : Administrasi Hotel  
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. **Proyek Akhir:**  
**“Strategi Pemasaran Resort Bintang 5 Uluwatu Bali Di Tengah Kondisi Pandemi Covid-19”** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 26 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Toetuko Ari Wibowo  
(2021309026)

## ABSTRAK

Pandemi covid-19 yang menyebar ke seluruh dunia memberikan dampak luar biasa kepada industri pariwisata dan perhotelan, dampak lain dapat dilihat melalui data statistic milik bps yang memperlihatkan tingkat penurunan kedatangan luar negeri yang memperbesar gap jumlah tamu domestik yang datang ke pulau dewata. Fenomena tersebut menjadi dasar peneliti dalam melakukan penelitian dengan judul strategi pemasaran resort bintang 5 uluwatu bali di tengah pandemi covid-19.

Dalam penelitian ini, terdapat 3 aspek yang menjadi fokus penelitian yaitu core strategi, competitive positioning dan implementation menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Proses pengumpulan data yang dilakukan menggunakan wawancara mendalam terhadap 3 informan yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian, observasi langsung serta dokumentasi. Pada proses analisa data yang dilakukan adalah reduksi data, penarikan data dan penarikan kesimpulan dengan metode triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data.

Berdasarkan atas hasil penelitian yang telah dilakukan, pandemi covid – 19 memberikan penambahan serta pengurangan pada core strategy yang dimiliki oleh resort bintang 5 uluwatu bali, yang selanjutnya mengharuskan untuk melakukan perubahan target pasar, segmentasi pasar serta positioning pada aspek competitive positioning untuk tetap dapat mempertahankan alur keuangan. Pada aspek implementasi, pandemi mengharuskan resort ini untuk menurunkan harga *publish* dikarenakan oleh *buying power* serta kondisi persaingan harga antara jasa akomodasi, melakukan pengembangan atau penambahan pada produk kamar, dan mempersiapkan promosi sesuai dengan permintaa pasar serta memaksimalkan pemasaran melalui distribusi yang terbatas.

**Kata Kunci:** Covid-19, Sales Marketing, Strategy

## ABSTRACT

The covid-19 pandemic that has spread throughout the world has had a tremendous impact on the tourism and hospitality industry, the impact can also be seen through statistical data from bps which shows a decline in sea and air accommodation and hotel occupancy. Based on this, the researcher conducted research on marketing strategies at a 5-star resort in uluwatu Bali during the pandemic.

In this study, there are 3 aspects that are the focus of research, namely core strategy, competitive positioning and implementation using the marketing mix. This research uses a descriptive approach with a case study method. The data collection process was carried out using in-depth interviews with 3 informants who were related to the research focus, direct observation and documentation. In the data analysis process, the data reduction, data collection and conclusion were drawn using the source triangulation method to test the validity of the data.

Based on the results of research that has been carried out, the covid-19 pandemic has added and reduced the core strategy owned by the 5-star resort uluwatu bali, which in turn required changes to the target market, market segmentation and positioning in the competitive positioning aspect to maintain financial flows. . In the implementation aspect, the pandemic requires this resort to lower publication prices due to purchasing power and conditions of price competition between accommodation services, developing or adding room products, preparing promotions according to market demand and maximizing marketing through limited distribution.

**Keywords:** covid-19, sales marketing, strategy



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat Rahmat dan KaruniaNya sehingga Proyek Akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Resort Bintang 5 Uluwatu Bali di Tengah Kondisi Pandemi Covid-19” dapat diselesaikan.

Proyek Akhir ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi program Diploma IV di Politeknik Pariwisata NHI Bandung pada Jurusan Hospitaliti Program Studi Administrasi Hotel.

Dalam proses penyusunan Proyek Akhir ini, peneliti banyak menghadapi rintangan dan halangan namun dengan banyak sekali pihak yang memberikan bantuan moril dan materiil, serta mereka yang telah banyak meluangkan waktunya sehingga Proyek Akhir ini dapat diselesaikan pada waktunya. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti bermaksud mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulisan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., selaku Ketua Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par., CHE selaku Ketua Program Studi Administrasi Hotel.
3. Bapak I Gusti Agung Wahyu Adrian, S.ST.Par.,MM.Par.M.Sc., CHRMP, CHE selaku Dosen pembimbing Utama, atas waktu dan kesediaan beliau dalam memberikan bimbingan serta arahan kepada peneliti.
6. Bapak Dendy Sundayana, S.Si.,MM.Par., selaku Dosen pembimbing pendukung atas waktu dan kesabaran beliau dalam memberikan bimbingan dan masukan kepada peneliti.
7. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Program Studi Administrasi Hotel.

8. Kedua orang tua peneliti (Bapak Sasmuriadi dan Ibu Novrida) yang selalu mendukung dalam proses penyusunan Proyek Akhir ini.

9. Teman – teman sesama Program Studi Administrasi Hotel (RPL) angkatan 2021 dan *regular* angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat serta membantu dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan pada Proyek Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, dan berharap dokumen ini dapat berguna bagi siapa saja dan untuk mahasiswa/I Politeknik Pariwisata NHI Bandung pada masa yang akan datang.

Bandung, 26 Juni 2022  
Yang membuat pernyataan,

Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori	
1. Pariwisata .....	11
2. Hotel .....	11
3. Covid-19 .....	12
4. Sales and Marketing .....	14
5. Pemasaran .....	14
6. Strategi .....	17
7. Strategi Pemasaran .....	18
B. Kerangka Pemikiran Penelitian .....	23
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
A. Rancangan Penelitian .....	24
B. Partisipan dan Tempat Penelitian .....	25
C. Metode Pengumpulan Data Penelitian .....	26
D. Analisis Data .....	28

E. Pengujian Keabsahan Data.....	29
F. Jadwal Penelitian.....	30
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	31
B. Pembahasan .....	52
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	61
B. Rekomendasi .....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN .....	69

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1 Data Kedatangan Wisatawan Mancanegara di Pulau Bali Tahun 2016 - 2020 .....	3
Gambar 2 Data Kedatangan Wisatawan Nusantara di Pulau Bali Tahun 2016 - 2020 .....	7
Gambar 3 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	23

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1 Perkembangan Transportasi Udara dan Laut Provinsi Bali Tahun 2019 - 2020 .....	2
Tabel 2 Tingkat Penghunian Kamar Tahun 2019 .....	5
Tabel 3 Tingkat Penghunian Kamar Tahun 2020 .....	5
Tabel 4 Penurunan Tingkat Penghunian Kamar Tahun 2019 VS 2020 .....	5
Tabel 5 Tingkat Penghunian Kamar Tahun 2021 .....	7
Tabel 6 Jadwal Penelitian Proyek Akhir 2022 .....	30
Tabel 7 Core Strategy (Strenght) .....	32
Tabel 8 Core Strategy (Weakness) .....	33
Tabel 9 Core Strategy (Opportunity) .....	34
Tabel 10 Core Strategy (Threat) .....	35
Tabel 11 Competitive Positioning (Market Target) .....	36
Tabel 12 Competitive Positioning (Market Segmentation) .....	37
Tabel 13 Competitive Positioning (Positioning) .....	38
Tabel 14 Implementations (Product) .....	39
Tabel 15 Implementations (Price) .....	40
Tabel 16 Implementations (Place/Distribution Channel) .....	41
Tabel 17 Implementations (Promotion) .....	42
Tabel 18 Reduksi Data .....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

### Halaman

Lampiran 1 Surat izin lokasi penelitian .....	69
Lampiran 2 Bisnis Plan Sales & Marketing 2021 .....	70
Lampiran 3 Data growth dan Room Night 2021 - 2022 .....	71
Lampiran 4 Hasil wawancara informan 1 .....	72
Lampiran 5 Hasil wawancara informan 2 .....	78
Lampiran 6 Hasil wawancara informan 3 .....	83
Lampiran 7 Kondisi Jl. Labuan Sait Uluwatu .....	88
Lampiran 8 Kondisi jalan masuk menuju resort dari Jl. Labuan Sait, Uluwatu Bali .....	89
Lampiran 9 Spanduk penolakan transportasi online .....	91
Lampiran 10 Sign resor dengan hotel Radison .....	92
Lampiran 11 Kondisi lahan parkir .....	93
Lampiran 12 Area sewa parkir untuk tamu menginap .....	94
Lampiran 13 Akses menuju lobby .....	95
Lampiran 14 Bedroom Ocean Suite Room .....	96
Lampiran 15 Balcony Ocean Suite Room .....	97
Lampiran 16 Bathroom Ocean Suite Room .....	98
Lampiran 17 Room Collateral .....	99
Lampiran 18 Barcode in Room Dining Menu .....	100
Lampiran 19 BBQ by the Cliff Promo di Botol Biru Bar & Resto .....	101
Lampiran 20 Dinner menu di Botol Biru Bar & Resto .....	102
Lampiran 21 Lunch menu di Botol Biru Bar & Resto .....	103
Lampiran 22 Drink List menu di Botol Biru Bar & Resto .....	104
Lampiran 23 Dokumentasi wawancara dengan Bpk. Erwin .....	105
Lampiran 24 Dokumentasi wawancara dengan Ibu Deandra .....	106
Lampiran 25 Pernyataan telah melakukan penelitian .....	107
Lampiran 26 Hasil Turnitin .....	108
Lampiran Biodata Peneliti .....	109

## DAFTAR PUSTAKA

- Anele, K.K. (2020). Assessing the Impact of Covid-19 on the Indonesian Tourism Industry. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 23(1), 108, Doi 10.17509/jithor.v5i2.34393.
- Astini, Widha S. dkk (2020). Strategi Pemasaran di Hotel Four Points by Sheraton Jakarta Pada Masa Covid-19. *Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan*. 9(1), 117-124.
- Assauri, S. (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2020). Tingkat Penghunian Kamar Provinsi Bali Tahun 2019. Statistik Tingkat Penghunian Kamar. Diakses melalui <https://bali.bps.go.id/indicator/16/230/4/tingkat-penghunian-kamar-tpk-hotel-bintang-menurut-kelas-di-provinsi-bali.html> 25 Maret 2022.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2020). Tingkat Penghunian Kamar Provinsi Bali Tahun 2020. Statistik Tingkat Penghunian Kamar. Diakses melalui <https://bali.bps.go.id/indicator/16/230/3/tingkat-penghunian-kamar-tpk-hotel-bintang-menurut-kelas-di-provinsi-bali.html> 25 Maret 2022.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2021). Tingkat Penghunian Kamar Provinsi Bali Tahun 2020. Statistik Tingkat Penghunian Kamar. Diakses melalui <https://bali.bps.go.id/indicator/16/230/2/tingkat-penghunian-kamar-tpk-hotel-bintang-menurut-kelas-di-provinsi-bali.html> 25 Maret 2022.
- Borden, N. (2003). Marketing Mix. Definition of Marketing Mix. Diakses melalui <https://www.bartleby.com/essay/Marketing-Mix-By-Neil-Borden-FJTED3AVKG> 24 Maret 2022.
- Carev, Darijel (2015). *Hotel Sales and Front Office Operation*. Zagreb: VPS Libertas.
- Christiawan, Ericko M. (2022). Strategi Pemasaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di Hotel Amaris Teuku Umar. *Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis*, 1(1), 198-205. Doi 10.22334/paris.v1i1.
- Cruz-Milan, Oliver (2020). Hotel's Marketing Mix Responses at Insecurity-Stricken destinations: a study in the US-Mexico border. *Hotel Marketing Mix Responses*, 14(1), 54–57, Doi: 10.1108/IHR-09-2020-0054.
- Hooley, Graham, dkk (2017). *Marketing Strategy & Competitive Positioning*, 6<sup>th</sup> ed. London: Barnard's Inn.
- Ikhsan, Arfan, dkk (2008). *Sistem Akuntansi Perhotelan Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Koen, Myers (2009). *Pengertian Pariwisata*. Jakarta: Unesco Coffee.
- Kotler, P., & Kevin, L.K. (2011). *Manajemen Pemasaran*, 13<sup>th</sup> ed. Jakarta: Erlangga.
- Kristiutami, Y.P., dkk (2021). Strategi Pemasaran Hotel Grand Asrilia Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pariwisata*, 19(1), 2-4. Doi: 10.36275/mws.



- Leiwakabessy, Dominggus R., dkk (2021). Hotel Marketing Strategy in Biak Papua to Survive During the Covid-19 Pandemic. *Pinisi Discretion Review*, 4(2), 319-326.
- McKeown, Max (2012). *The Strategy Book*. London: Ashford.
- Portal Informasi Indonesia. (2020). Kasus Covid-19 Pertama, Masyarakat Jangan Panik 2020, Kasus Corona pertama di Indonesia. Diakses melalui [www.indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik](http://www.indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/ekonomi/kasus-covid-19-pertama-masyarakat-jangan-panik) 25 Maret 2022.
- Purba, J. H. V., (2021). The Impact of Covid-19 Pandemic On The Tourism Sector In Indonesia. *Pandemic. Covid-19*, 24(2),. 391. Doi: 10.37641/riset.v3i1.82.
- Reid, R. D., & Bojanic, D., (2008). *Hospitality Marketing Management*, 5<sup>th</sup> Ed. New Jersey: Wiley.
- Sandy, Riza O.S., (2021). Analisis Strategi Pemasaran Pada Hotel Bintang III Dalam Situasi Pandemi Covid-19. *Journal Pariwisata*, 4(1), 29-32.
- Suryaningsih, Anggraeni I. A., dkk (2021). Strategi Bertahan Hotel Berbintang dalam Menghadapi Situasi Covid-19 di Kabupaten Badung Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 11(2), 387 – 404.
- Veal, A. J., (2018). *Research Methods for Leisure and Tourism*, 5<sup>th</sup> Ed. Harlow: Design and Patents Act.
- Wheelen, T. L., dkk (2012). *Strategic Management and Business Policy*, 4<sup>th</sup> Ed. New Jersey: Prentice Hall.
- World Healthy Organization (2021 May). Coronavirus disease (COVID-19). Definition of coronavirus. Diakses melalui [https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/coronavirus#tab=tab_1) 23 Maret 2022.