

**STRATEGI PEMASARAN DAN *PUBLIC RELATION* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DI NUSA DUA BEACH HOTEL AND SPA-
BALI**

Oleh

Bibit Santoso, NIM. 1707031010

Jurusan Manajemen

Prodi Perhotelan Program Diploma III

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan sarana yang penting untuk mengomunikasikan dan menawarkan produk jasa kepada pelanggan yang potensial. Riset terdahulu menunjukkan bahwa fungsi komunikasi pemasaran apabila diaplikasikan dengan baik diyakini mampu meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan *public relation* yang diterapkan di Nusa Dua Beach Hotel & Spa dalam meningkatkan penjualan. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dari staf *Marketing* dan *Public Relation* yang direkrut melalui teknik *purposive sampling*. Selain itu, observasi juga dilakukan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif yang melibatkan tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian dan penarikan simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan penjualan, Nusa Dua Beach Hotel & Spa menggunakan konsep Bauran Komunikasi Pemasaran dengan menerapkan beberapa kegiatan seperti periklanan (surat kabar, sosial media, majalah, *factsheet*, video), pemasaran langsung (*telemarketing*, *email*, *digital marketing*, *OTA*), promosi penjualan (penawaran khusus, *flash sale*, *voucher*, diskon, *newsletter*), penjualan personal (media, instansi) dan humas (*event*, sponsor, bakti sosial, *influencer*, *gift*, *award*).

Kata Kunci : hotel, bauran komunikasi pemasaran, *public relation*, strategi pemasaran

**STRATEGI PEMASARAN DAN *PUBLIC RELATION* DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DI NUSA DUA BEACH HOTEL AND SPA-
BALI**

Oleh

Bibit Santoso, NIM. 1707031010

Jurusan Manajemen

Prodi Perhotelan Program Diploma III

ABSTRACT

Marketing communication is an important tool in marketing that serves to communicate and offer products and services to the potential customers. Previous researches have shown that when applied properly, the function of marketing communication will be able to increase sales. This research aimed to identify the marketing and public relation strategy adopted at Nusa Dua Beach Hotel & Spa in order to increase sales. This research used primary data which were collected from the hotel's Marketing and Public Relations staff who were recruited using purposive sampling technique through in-depth interview. In additions, observation was also conducted. Data obtained were then analyzed using descriptive qualitative method involving three steps which were data reduction, data display, and conclusion. The results showed that to increase sales of the products, Nusa Dua Beach Hotel & Spa used marketing communication concept by applying some marketing activities such as advertising (newspaper, social media, magazine, factsheet, video), direct marketing (telemarketing, email, digital marketing, OTA), sales promotion (special offers, flash sale, voucher, discount, newsletter), personal selling (media, agency), and public relation (event, sponsor, social work, influencer, gift, award).

Keywords : hotel, marketing communication, marketing mix, public relation