

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI  
RESTORAN KAYUMANIS  
HOTEL TENTREM YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO-JURUSAN PARIWISATA  
PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN PERHOTELAN  
TAHUN 2024**

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1	Latar Belakang ..... 1
1.2	Rumusan Masalah ..... 2
1.3	Tujuan Penelitian..... 2
1.4	Manfaat Penelitian ..... 2
<b>BAB II</b> <b>TINJAUAN PUSAKA.....</b>	<b>4</b>
2.1	Landasan Teori ..... 4
2.1.1	Konsep Strategi ..... 4
2.1.2	Konsep Promosi ..... 5
2.2	Penelitian Terdahulu..... 7
2.3	Kerangka Pemikiran..... 8
<b>BAB III</b> <b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>11</b>
3.1	Jenis Penelitian..... 11
3.2	Lokasi Dan Waktu Penulisan..... 11
3.3	Jenis Sumber Data..... 12
3.4	Metode Pengumpulan Data..... 13
3.4.1	Wawancara ..... 13
3.4.2	Dokumentasi ..... 14
3.4.3	Analisis Data ..... 14
<b>BAB IV</b> <b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>16</b>
4.1	Gambaran Umum Objek..... 16
4.1.1	Sejarah Singkat..... 16
4.1.2	Fasilitas dan Sarana..... 17
4.1.3	Struktur Organisasi..... 28
4.2	Hasil Data Wawancara ..... 31
4.4	Pembahasan..... 34
<b>BAB V</b> <b>PENUTUP.....</b>	<b>35</b>
5.1	Kesimpulan ..... 35
5.2	Saran..... 37
DAFTAR PUSTAKA .....	38
LAMPIRAN.....	39

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis kuliner secara umum adalah situasi saat dua atau lebih entitas bisnis berusaha memperebutkan pasar atau pelanggan yang sama, tujuannya untuk mencapai keunggulan kompetitif dan mencapai keberhasilan dalam suatu bisnis. Persaingan peluang bisnis kuliner sangatlah tinggi karena industri ini memiliki daya tarik yang besar bagi konsumen. Persaingan ini bisa terjadi di restoran, kafe, warung makan, gerai makanan cepat saji, dan usaha kuliner lainnya, yang berkompetisi untuk menarik perhatian dan memenangkan konsumen.

Persaingan dalam bidang usaha kuliner semakin ketat, setiap restoran dituntut agar mampu mengoptimalkan kinerja restorannya untuk dapat bersaing dalam bidang usaha kuliner. Untuk mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya para pengusaha kuliner harus bisa menciptakan strategi promosi yang baik untuk bisa menarik para pelanggan strategi yang baik yaitu untuk mengiklankan, mempromosikan, dan menjual produk dan jasa perusahaan, seperti jenis, biaya pemasaran, target pasar.

Peneliti telah melakukan proses PKL di Hotel Tentrem Yogyakarta dan ditempatkan di *department F and B service*. Selama peneliti melakukan praktik kerja lapangan, peneliti telah mengobservasi secara langsung strategi promosi yang dilakukan oleh marketing yang ada di Restoran Kayumanis. Restoran ini melaksanakan kegiatan promosi untuk mencapai target hasil penjualan yang baik dan juga mendapatkan posisi di pasar kuliner. Peneliti telah melakukan analisa strategi promosi Restaurant Kayumanis. Melatar belakang hal tersebut, peneliti

ingin menjelaskan analisis strategi promosi Restoran Kayumanis di hotel Tentrem Yogyakarta Berbintang 5.

Peneliti memilih judul ini karena sangat tertarik dengan masalah-masalah promosi dan dampaknya terhadap Restoran Kayumanis. Peneliti ingin lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi cara promosi pada Restoran Kayumanis Hotel Tentrem Yogyakarta, sehingga bisa mengetahui upaya meningkatkan promosi Restoran Kayumanis Hotel Tentrem Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Restoran Kayumanis Hotel Tentrem Yogyakarta?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi cara promosi pada Restoran Kayumanis Hotel Tentrem Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan oleh Restoran Kayumanis Hotel Tentrem Yogyakarta

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Jika tujuan penelitian ini dapat dicapai, maka penelitian ini akan memberikan dua macam manfaat, yaitu manfaat praktis dan manfaat teoritis.

### **1. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Hotel Tentrem Yogyakarta**

Diharapkan dapat menjadi masukan dalam peningkatan kualitas produk dan layanan strategi promosi kayumanis restoran dalam upaya menarik tamu didalam Hotel Tentrem Yogyakarta, serta menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi promosi selanjutnya.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata, bagi peneliti hasil penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai peran *marketing mix* dalam meningkatkan penjualan.

c. Bagi Politeknik Negeri Manado

Dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sumber bacaan bagi mahasiswa khususnya Program Studi D4 Perhotelan pada Jurusan Pariwisata dan mahasiswa Politeknik Negeri Manado pada umumnya.

