



**LAPORAN REALISASI KEUANGAN**  
ATAS KONTRAK KERJA ANTARA  
UNIVERSITAS TRIATMA MULYA  
DENGAN  
NI LUH PUTU AGUSTINI KARTA  
TAHUN ANGGARAN 2019  
**(Penelitian Terapan)**

Rekapitulasi Realisasi Anggaran:

NO.	NOMOR KONTRAK	TANGGAL KONTRAK	NILAI KONTRAK	REALISASI	SISA DANA	BUKTI SETOR
1	1/UNTRIM/ LP3M/l/20 19	5 Januari 2019	Rp. 10.000.000	Rp.10.000.000	Rp. 0	-
	Jumlah		Rp. 10.000.000	Rp.10.000.000	Rp. 0	

\*) Jika terdapat sisa dana yang tidak digunakan.

Laporan realisasi anggaran atas pelaksanaan kontrak seperti tersebut di atas dibuat dengan sebenarnya sesuai bukti pengeluaran. Dokumen pendukung tersebut telah kami catat dalam buku kas serta didokumentasikan sesuai ketentuan yang berlaku.

Kepala LP3M Universitas Triatma Mulya

  


Dr. Ida Ketut Kusumawijaya.,S.E.,M.M

10 Maret 2019  
Pelaksana Program



Dr. Ni Luh Putu Agustini K., S.E., M.M.



## **RINCIAN REKAPITULASI PENGGUNAAN ANGGARAN**

**ATAS KONTRAK KERJA ANTARA  
UNIVERSITAS TRIATMA MULYA  
DENGAN  
NI LUH PUTU AGUSTINI KARTA  
TAHUN ANGGARAN 2019  
(Penelitian Terapan)**

Rincian Rekapitulasi Penggunaan Anggaran:

<b>NO.</b>	<b>NAMA PENGGUNAAN DANA</b>	<b>NILAI DANA</b>
1	Bahan habis pakai	Rp. 2.500.000
2	Analisis data	Rp. 2.000.000
3	FGD dan responden	Rp. 2.000.000
4	Publikasi	Rp. 2.000.000
5	Transportasi dan pelaporan	Rp. 1.500.000
	Jumlah	Rp. 10.000.000

Laporan Rincian Rekapitulasi Penggunaan Anggaran atas pelaksanaan kontrak seperti tersebut di atas dibuat dengan sebenarnya sesuai bukti pengeluaran.



## **LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN**

UNIVERSITAS TRIATMA MULYA  
DENGAN  
NI LUH PUTU AGUSTINI KARTA  
TAHUN ANGGARAN 2019

### **SKEMA: PROGRAM PENELITIAN TERAPAN**

**JUDUL:** Bagaimana Pergeseran Strategi Pemasaran di Industri Perhotelan Berkontribusi pada Keberlanjutan Pertumbuhan Perusahaan?

How Does The Shifting Of Marketing Strategy In The Hospitality Industry Contribute To The Sustainability Company Growth?

### **Pendahuluan**

Pariwisata merupakan penggerak penting masyarakat Bali dan perkembangan teknologi serta sistem informasi telah mempengaruhi strategi pemasaran industri pariwisata di Bali. Jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali tumbuh sebesar 8,29% dari tahun 2014-2018, namun hanya 60% kamar yang tersedia yang puas. Perhimpunan Hotel dan Restoran Bali (PHRI) Bali mencatat 40% kamar hotel setiap tahunnya kosong sehingga memerlukan strategi khusus untuk mengoptimalkan tingkat okupansi. Penelitian ini membahas tentang pergeseran strategi pemasaran dari tradisional ke horizontal, pemasaran 3.0, dan pemasaran digital. Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan informasi telah mempengaruhi pelaksanaan pemasaran usaha pariwisata di Bali. Sejak tahun 1990 hingga 2000, bisnis agen perjalanan di Bali berkembang pesat dengan menggunakan tarif kontrak dan penjualan voucher. Pemasaran digital dengan media sosial berbasis internet telah mengungguli strategi pemasaran lainnya sehingga mempengaruhi tujuan perusahaan. Perusahaan perhotelan kini fokus pada pelanggan tidak hanya sebagai target pasar mereka tetapi juga sebagai aset berharga yang bertujuan untuk menjaga industri ini tetap tumbuh dan berkelanjutan.

### **Tujuan**

Penelitian ini mengkaji kejadian, besaran, dan dampak pergeseran terhadap perkembangan dan keberlanjutan industri pariwisata di Bali.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Penelitian ini berfokus pada 40 pengusaha di industri perhotelan yang tergabung dalam asosiasi manajer pemasaran dan IHGMA, terutama manajer pemasaran dan manajer umum di Bali,. Data dikumpulkan dari sumber primer dan sekunder. Variabel operasional meliputi

strategi X1 (pemasaran horizontal), strategi X2 (pemasaran 3.0), dan strategi X3 (pemasaran digital) yang dilakukan oleh bisnis perhotelan di Bali, dan variabel terikat Y (pertumbuhan berkelanjutan perusahaan di Bali) sebagai dampak dari pergeseran strategi pemasaran. Data diinterpretasikan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan regresi linier berganda.

### **Hasil**

Penelitian ini menguji dampak pemasaran horizontal terhadap keberlanjutan pertumbuhan perusahaan di industri perhotelan di Bali. Pemasaran horizontal berpengaruh positif terhadap 31,9% pertumbuhan perusahaan, yang menunjukkan pentingnya menjaga stabilitas dan keberlanjutan. Namun strategi pemasaran 3.0 berdampak negatif terhadap keberlanjutan karena tidak memberikan nilai lebih bagi konsumen. Studi ini menyarankan bahwa strategi ini perlu ditingkatkan untuk menjaga keberlanjutan jangka panjang. Pemasaran digital, sebuah strategi yang dapat diandalkan di era digital, berkontribusi signifikan terhadap 68,4% pertumbuhan keberlanjutan perusahaan. Perusahaan yang memanfaatkan media sosial dan digital secara efektif menjangkau konsumen dan memberikan layanan yang tepat, sehingga memungkinkan mereka bersaing dan menemukan produk dan layanan. Pendekatan ini memastikan bahwa perusahaan dipilih oleh konsumen dalam jumlah besar dan berbondong-bondong.

Hasil penelitian ini dipublikasikan pada International Journal of Interdisciplinary Current Advanced Research [www.ijicar.in](http://www.ijicar.in) volume 1, issue 3, Maret 2019.

### **Rencana Studi ke Depan**

Strategi pemasaran horizontal, khususnya pemasaran 4.0 dan pemasaran digital, dapat berdampak signifikan terhadap pertumbuhan industri yang berkelanjutan. Mengutamakan pemasaran digital di era globalisasi dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap eksistensi suatu perusahaan.

### **Saran dan Kritik**

Studi ini menyarankan bahwa industri perhotelan di Bali perlu menyesuaikan strategi pemasarannya dengan perkembangan sistem informasi. Dunia usaha harus lebih kreatif dan memperbarui strategi mereka untuk memastikan keberlanjutan.

Pelaksana Program



Dr. Ni Luh Putu Agustini K., S.E., M.M.  
NIK: 09 0800224