

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan seluruh penjelasan yang telah diuraikan oleh peneliti dari hasil observasi, wawancara, maupun pengumpulan dokumen, dapat peneliti simpulkan bahwa :

##### 1. Bagaimana Strategi Emersia Hotel & Resort Bandar Lampung

###### Dalam Mensikapi Era Digital 4.0

- a. Dapat disimpulkan bahwa strategi yang paling efektif yang dilakukan Emersia Hotel & Reosrt Bandar Lampung dalam mensikapi era digital 4.0 adalah dengan cara melakukan pemasaran melalui digital marketing seperti membuat *website*, membuat *sponsorship*, mengirimkan *email marketing*, dan membuat sosial media untuk memudahkan para tamu mendapatkan informasi seperti lokasi, gambar, dan juga fasilitas hotel.
- b. Dalam menghadapi Era Digital 4.0 maka strategi marketing yang perlu diperhatikan adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan para tamu, biaya yang sesuai dengan kemampuan para tamu, komunikasi yang baik antara tamu dan juga akan menciptakan hubungan yang baik, kenyamanan dan pelayanan yang baik juga sangatlah penting sehingga akan membuat para tamu nyaman dan merasa puas bahkan mereka akan kembali lagi ke hotel tersebut apabila merasa semua kebutuhan dan kenyamanan diberikan dengan baik.

## **2. Peran *Marketing Department* Dalam Mensikapi *Era Digital 4.0***

- a. Emersia Hotel & Resort sangat memperhatikan hubungan baik kepada para pelanggan serta berusaha memberikan kenyamanan serta kepuasan kepada pelanggan bahkan melebihi dari ekspektasi para pelanggan. Itu semua dilakukan agar pelanggan akan kembali lagi ke hotel Emersia karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
- b. Emersia Hotel & Resport sudah mengikuti perkembangan *media internet* dalam mempromosikan *product* hotel kepada para tamu.

## **3. Tantangan yang Dihadapi *Department Marketing* Dalam Menghadapi *Era Digital 4.0***

- a. Semakin banyaknya pesaing, banyaknya perubahan baik *strategi marketing* dan sistem, dan juga perusahaan tersebut harus menjaga informasi-informasi perusahaan dalam era digital 4.0 saat ini.

## **4. Dampak *Era Digital 4.0* Bagi Emersia Hotel & Resort Bandar Lampung**

- a. Peningkatan daya saing bisnis, Peningkatan produktivitas dan pendapatan perusahaan, dan juga pengembangan teknologi dan sistem dalam operasional yang semakin berkembang pesat.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya hotel sering mengadakan training untuk pembekalan dalam era digital marketing 4.0
2. Diharapkan tim marketing Emersia Hotel& Resort Bandar Lampung lebih meningkatkan promosi melalui media sosial. Dan untuk semua karyawan agar sering mempromosikan *product* hotel di sosial media masing-masing agar promosi lebih maksimal.
3. Menjalani kerja sama untuk promo melalui media sosial seperti memberikan promo atau *free* untuk menginap kepada para *influencer* atau *blogger* agar bisa diposting di media sosial mereka.
4. Memasang iklan di portal-portal *website* seperti iklan di *youtube* dll

## DAFTAR PUSTAKA

### DARI BUKU

- Ahmadi, Candra dan Dadang Hermawan. (2013). e-Business dan e-Commerce. Yogyakarta. AN
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers
- Freddy Rangkuti. (2015) Analisis SWOT. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Fandy Tjiptono, 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4: Andi
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller (2012:25). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Nilasari, Senja. 2014. Jago Membuat Website Grafis & Cepat Secara Otodidak. Jakarta: Dunia Komputer
- P, N. L. I., Fauziyyah, S., Jember, U., Jember, U., & Jember, U. (2017). Peran Digital Marketing Terhadap Brand Equity Produk Pariwisata, 2017, 27–28.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta
- Sinambela, Litjan Poltak, dkk, 2014. Reformasi Pelayanan Publik, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Umar, A., Sasongko, A. H., Aguzman, G., & Nusantara, U. B. (2014). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata

### DARI JURNAL

- Agus, I. G., & Warmayana, K. (2018). Perancangan Sistem Informasi Wisata Religi Berbasis Website di Bali, 3, 37–58.
- Apriani dan Pahrul Irfan. 2017, Aplikasi E-Tourism Sebagai Pendukung Promosi

Pariwisata di Pulau Lombok. Konferensi Nasional Sistem & Informatika

Budi, A. P. (2013). Manajemen Marketing perhotelan. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Hasmaidi. (2018, April Rabu). *Pemahaman Revolusi Industri 4.0*. Dipetik September Minggu, 2020, dari Hasmaidi.com:<https://hasmaidi.com/pemahaman-revolusi-industri-4-0/>

Nugraheni, Putri. (2016). Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Pelanggan di Namira Hotel Syariah Yogyakarta. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

McPheat, Sean. (2011). Developing Internet Marketing Strategy. United States of America: Ventus Publishing

Putra, Yongki Perdana. Analisis Strategi Bauran Pemasaran dalam meningkatkan Volume Ekspor (Studi pada Bali Pasedena Rattan). (Malang: Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 39 No. 1

Pradiatiningtyas, D. (2014). Pemasaran Online Melalui E Tourism, Bauran Pemasaran Jasa Pariwisata dan Pemosisian Untuk Promosi Pariwisata Daerah Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata* , 4 - 5.

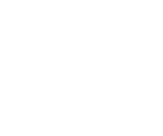
Sefudin, A. (2014). Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) “4P” Ke “4C”. *Journal of Applied Business and Economics*, 1(1), 17-23.

## **DARI INTERNET**

Digitalmarketingpariwisata.com. (2018). No Title. Retrieved from digitalmarketingpariwisata.com

StrategiPemasaran. (2019). Retrieved February 8, 2019, from Wikipedia website:[https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi\\_pemasaran?veaction=edit&section=1](https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi_pemasaran?veaction=edit&section=1)

# LAMPIRAN



## Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 485115 - 485514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@ychoo.co.id

Nomor : 1970/Q.AMPTA/XL/2020  
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 07 November 2020

Kepada Yth  
Ibu Fina Afid  
Asst. HRM Laksana Hotel  
Jl. Walter Monginsidi No.70,  
Pangajene, Teluk Betung Utara  
Bandar Lampung

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Department Marketing Emeresia Hotel, Bandar Lampung selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 07 November 2020 sampai dengan tanggal 07 Desember 2020, bagi mahasiswa kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan:

Nama Mahasiswa : Ni Ketat Dewi Yudistira Wati  
No Mahasiswa : 219200368  
Semester : VII (Tujuh).

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : **"STRATEGI EMERSIA HOTEL & RESORT BANDAR LAMPUNG DALAM MENSIKAPI ERA DIGITAL 4.0"**. Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Aas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami  
Kema



Dr. Pratiyo, M.M.

Tembusan:  
- File

## Lampiran 2 Surat Keterangan Sudah Melakukan Penelitian



Bandar Lampung, 13 November 2020

No : 001-ADM/OUT/HRD/EHR/XI/2020  
Perihal : Jawaban Permohonan Penelitian

Kepada Yth,  
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA  
Yogyakarta  
Di  
Tempat

Dengan hormat

Salam Hangat dari kami Hotel Emersia & Resort. Semoga Bapak/Ibu diberikan kesehatan & kelancaran dalam menjalankan tugas sehari-hari.

Sehubungan surat dari Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta No. 9070/Q/AMPTA/XI/2020 Perihal: Permohonan Penelitian mahasiswa atas nama tersebut dibawah ini.

No	Nama Mahasiswa	NPM	Semester
1	Ni Ketut Dewi Yuditira Wali	319200388	VII (Tujuh)

Maka dengan ini kami atas nama Manajemen Emersia Hotel & Resort menerima & memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk melakukan penelitian di Emersia Hotel & Resort yang akan dilaksanakan pada tanggal 07 November sd 07 Desember 2020.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih

Hormat Kami  
Emersia Hotel & Resort



Fina Afed - S.S.  
Asisten HRM

EMERSIA Hotel & Resort Bandar Lampung  
Jl. Wolter Monginsidi No. 70  
Bandar Lampung - Lampung  
Telp. : +62721 - 258258  
Fax. : +62721 - 262440  
reservation@emersiahotel.com / www.emersiahotel.com



### **Lampiran 3 Pedoman Wawancara**

#### Emersia Hotel & Resort Bandar Lampung

1. Strategi apa yang dipakai Emersia Hotel & Resort Bandar Lampung Dalam Mensikapi *Era Digital 4.0* ?
2. Peran *Marketing* Dalam Mensikapi *Era Digital 4.0* ?
3. Tantangan Yang Dihadapi Dalam Menghadapi *Era Digital Marketing 4.0* di Emersia Hotel & Resort Bandar Lampung ?
4. Dampak *Era Digital 4.0* Bagi Emersia Hotel & Reosrt Bandar Lampung ?

**Lampiran 4 Transkrip Wawancara**  
(Hasil Wawancara dengan *Desain Grafis*)

Keterangan :

Lampung, 25 November 2020

N : Narasumber (Pak Agung)

P : Peneliti

P : Selamat sore Pak Agung, saya Tira mahasiswi semester akhir STP AMPTA Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian di hotel ini tentang strategi pemasaran Emersia Hotel & Resort Bandar Lampung pada *era digital 4.0*, apakah saya bisa meminta Pak Agung meluangkan waktunya sebentar?

N : Baik ada yang bisa saya bantu?

P : Terimakasih Pak Agung, saya ingin menanyakan sejauh ini apa yang mempengaruhi perubahan strategi pemasaran dalam *era digital 4.0* sangatlah penting?

N : Kondisi kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat strategi pemasaran dalam dunia *marketing* berubah. Kondisi inilah yang pada akhirnya menjadi satu pemikiran tersendiri bagi para pelaku bisnis di sektor industri perhotelan. *era industri 4.0* yang saat ini sedang terjadi merupakan perubahan iklim bisnis perhotelan yang dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti terjadinya perkembangan teknologi komunikasi,

munculnya generasi *millennial* yang pada akhirnya memiliki peran cukup *signifikan* dalam mempengaruhi sebuah sektor bisnis serta terjadinya perubahan pola pikir dan sikap dari pelaku industrinya agar perubahan yang terjadi dalam industri tersebut tidak membawa dampak *negatif* bagi perubahan kinerja perusahaan hotelnya.

P : Baik pak, jadi strategi apa yang dilakukan dalam menghadapi *era digital marketing 4.0*?

N : Yang bisa kita lakukan antara lain:

1. Membuat *website* untuk memudahkan para tamu mencari informasi mengenai Emersia Hotel & Resort Bandar Lampung sebelum memutuskan untuk menginap di hotel tersebut.
2. Membuat akun sosial media seperti *facebook, instagram, twitter* dll untuk menunjukkan update terbaru dari Emersia Hotel & Resort dan mengupload foto-foto atau video agar dapat dilihat dan menarik perhatian para followersnya.
3. Menaruh iklan di *website-website* yang menyediakan tempat pasang iklan *online (online advertising)*.
4. Membuat sponsorship seperti banner, textlink atau newsletter.
5. Mengirimkan *email marketing* atau pesan *text whatsapp* untuk memberitahukan info promo dll.

P : Lalu Pak, tantangan apa yang dihadapi dalam menghadapi *revolusi industri 4.0* ?

N : Tantangan yang dihadapi adalah :

- a. Tantangan dalam keamanan, menjadi tantangan mengingat risiko keamanan di sistem IT yang masih belum benar-benar terjamin. *Integrasi* secara *online* akan member ruang untuk kebocoran dan pencurian terhadap data.
- b. Dalam permodalan, adalah merupakan sebuah tantangan lain karena untuk mengubah system tentu membutuhkan investasi besar dalam teknologi baru. Dan transformasi juga harus mempertimbangkan tingkat risiko yang mungkin sangat besar karena tidak mungkin transformasi dengan modal besar justru mengorbankan pangsa pasar di masa depan.
- c. Dalam ketenagakerjaan, juga menjadi pertimbangan karena perlu keterampilan khusus dari tenaga kerja yang harus berhadapan dengan teknologi baru.
- d. *Privasi*, yang tidak hanya menjadi kekhawatiran produsen tapi juga bagi pelanggan. Dalam industri, produsen perlu mengumpulkan dan menganalisa data. Hal ini bisa saja dianggap ancaman oleh pelanggan terhadap privasinya.

P : Baik Pak Agung terimakasih atas informasi dan waktunya.

N : Sama-sama

## TRANSKIP WAWANCARA

(Hasil Wawancara dengan *Senior Marketing*)

Keterangan :

Lampung, 03 Desember 2020

P : Peneliti

N : Narasumber (Mba Heny)

P : Selamat siang Mba Heny, maaf mengganggu sebelumnya dan terimakasih telah mengizinkan saya untuk mewawancarai Mba Heny. Saya langung saja ya mba, pertanyaan pertama, dalam menghadapi *Era Digital 4.0* maka *strategi marketing* apa yang perlu diterapkan?

N : **1. Strategi pemasaran 4C:**

**a. *Customer solution* (Pelayanan)**

Memberikan pelayanan terbaik melebihi *ekspektasi* dari para tamu sehingga akan memberikan kepuasan dan juga kesan kepada tamu karena merasa diberikan apa yang mereka butuhkan bahkan melebihi apa yang mereka harapkan.

**b. *Customer Cost* (Biaya Pelanggan)**

Harga yang ditetapkan harus diperhatikan apakah akan terasa sangat mahal bagi para tamu sehingga para tamu merasa sangat berat untuk membayar dengan biaya yang sudah ditetapkan.

**c. *Convenience* (Kenyamanan)**

Tidak hanya merasa puas dengan pelayanan, para tamu juga harus merasakan nyaman pada saat menginap atau pada saat ada acara di hotel Emersia, oleh karenanya kita juga harus tahu apa yang bisa membuat nyaman para tamu. Contohnya adalah kebersihan.

**d. *Communication* (Komunikasi)**

Komunikasi yang baik sangatlah penting pada saat promosi karena kita harus menjelaskan dengan sangat jelas kenapa para tamu harus memilih Emersia Hotel & Resort dengan semua fasilitas yang ada.

**2. Strategi pemasaran 4P:**

**a. *Product***

Mengenai keragaman produk, Emersia Hotel and Resort menyediakan berbagai paket dan fasilitas untuk penyelenggaraan acara, yaitu: Paket *Meeting* and *Gathering*:

- 1) *Residential Meeting*
- 2) *Full Day Meeting*
- 3) *All Day Meeting*
- 4) *Half Day Meeting*
- 5) *Coffee Break Meeting*
- 6) *Gathering Package*

**b. Price**

Banyak konsumen menyukai tawaran diskon, mereka akan mempertimbangkan jika mendapat tawaran diskon oleh hotel, karena mereka merasa dalam posisi yang diuntungkan. Salah satu strategi pemasaran hotel selanjutnya adalah memberikan tawaran diskon pada konsumen.

**c. Place**

**1) Aksesibilitas**

Beberapa layanan yang disediakan adalah fasilitas *hotline*, situs *web*, dan *online booking*. Emersia Hotel and Resort juga bekerja sama dengan beberapa perusahaan lain, khususnya di bidang *wedding organizer* untuk mempermudah konsumen dalam mencari lokasi acara pernikahan.

**2) Lokasi**

Hotel ini hanya berjarak 5 menit dari pusat distrik bisnis dan tradisional. Emersia Hotel & Resort menawarkan 122 kamar dan *suite*, akses *internet* gratis dan fasilitas ruang pertemuan untuk acara liburan dan bisnis.

**3) Distribusi**

*Distribusi* yang telah dilakukan adalah penempatan produk di *online travel agent* dan situs – situs *web* seperti *Traveloka* dan *Booking.com*, pengadaan fasilitas *online booking* juga meningkatkan *aksesibilitas* produk.

d. **Promotion**

Ada beberapa aktivitas promosi yang dilakukan Emersia Hotel and Resort untuk mempromosikan produk, di antara lain:

1) **Iklan**

Aktivitas periklanan dilakukan dengan cara memasang *iklan banner* di setiap *e-mail* yang dikirim oleh pihak hotel. Sarana periklanan lain seperti *spanduk, banner, flyer*, dan *brosur* juga digunakan untuk mempromosikan produk.

2) **Sales promotion**

Beberapa promosi terbatas juga di tawarkan oleh Emersia Hotel and Resort, seperti promosi menawarkan harga paket acara pernikahan yang lebih murah untuk *early bird reservation* dan *down payment* lebih awal sebagai cara membuat *insentif* bagi konsumen untuk membeli produk.

3) **Direct marketing**

Aktivitas *direct marketing* dilakukan dengan cara melakukan *sales blitz*, yaitu praktek pemasaran dengan cara mengunjungi daerah target pasar konsumen dan menyebarkan *sales kit* dan selebaran yang berisi promosi dan informasi produk yang ditawarkan hotel, khususnya untuk paket acara *meeting* dan mencatat alamat serta nomor kontak perusahaan yang dapat dihubungi.



#### 4) *Personal Selling*

Praktik *personal selling* biasanya dilakukan sebagai lanjutan dari *sales blitz*, yaitu dengan cara melakukan kontak dan hubungan secara langsung dengan *klien potensial* melalui data yang telah didapatkan dari *sales*.

P : Wah strateginya ternyata harus sangat diperhatikan ya mba di *era digital 4.0* ini, lalu apa dampak dari *revolusi industri 4.0* bagi Emersia Hotel & Resort Bandar Lampung ini mba ?

N : Dampak dari *revolusi industri 4.0* ini adalah :

##### 1. Peningkatan Daya Saing Bisnis

Dampak *revolusi industri 4.0* adalah meningkatkan daya saing *global* melalui kerja sama dan *konfederasi* perusahaan. Terlihat bahwa produk tidak lagi dibuat oleh seorang pekerja di masa depan, melainkan oleh robot atau *programmer*.

##### 2. Peningkatan Produktivitas dan Pendapatan

Dengan peningkatan *efisiensi*, penurunan biaya operasional menyebabkan peningkatan pendapatan dan keuntungan. Ini juga mendorong peningkatan *produktivitas*. Dan dampak *revolusi industri 4.0* adalah salah satu pendorong utama peningkatan pendapatan perusahaan, mengatasi kesulitan keuangan dalam bisnis, dan dapat meningkatkan pertumbuhan PDB Negara.

### 3. Pengembangan Teknologi yang Dipercepat

Dampak *revolusi Industri 4.0* adalah menyediakan *platform* untuk dasar *inovasi* lebih lanjut dengan teknologi yang berkembang. Sistem dan layanan manufaktur dapat dikembangkan lebih lanjut. Misalnya, dengan aplikasi pembukuan akuntansi, semakin berkembangnya teknologi pembukuan akuntansi, maka semakin dapat mempermudah para pembisnis dalam membereskan pembukuan yang mereka miliki.

P : Baik terimakasih mba ataswaktunya.

N :Oke tira, sama-sama

## TRANSKIP WAWANCARA

(Hasil Wawancara dengan *junior marketing*)

Keterangan :

Lampung, 05 Desember 2020

N : Narasumber (Yuli)

P : Peneliti

P : Selamat siang Mba Yuli, maaf mengganggu sebelumnya dan terimakasih telah mengizinkan saya untuk mewawancarai Mba Yuli. Saya langung saja ya mba, pertanyaan pertama, mengenai peran *marketing* dalam menghadapi *Era Digital 4.0*?

N : Peran *marketing* dalam menghadapi *Era Digital 4.0* adalah ;

### **1. Gunakan Omnisaluran untuk Pemasaran**

Pemasaran di *era marketing 4.0* tak sepatutnya hanya berkonsentrasi pada pemasaran *online*. Pemasaran tradisional atau *offline* jangan dilupakan. Misalnya begini, lewat medsos kamu mencitrakan diri sebagai pribadi cerdas, bijak, dan serba baik. Namun, segala citra itu tak ada artinya bila aslinya kamu tak sesuai gambaran diri di medsos. Versi diri di *online* harus tergambar pula di *offline*.

### **2. Berikan Solusi Pada Pelanggan**

Sebagai individu yang ingin “terpasarkan” sebagai pribadi yang baik, kehadiran kamu wajib jadi solusi. Bukannya menambah persoalan dan bikin ruwet. Misal, ketika ada persoalan di kantor kamu datang bawa

solusi cemerlang. Wah, bos dan rekan kerja pasti senang. Pasaran kamu langsung naik.

### **3. Kembangkan Perpaduan *Back-End***

Ibarat aplikasi di *smartphone* apa yang tersaji di depan sekedar tampilan antar muka (*inter face*). Untuk menampilkan fungsi antar muka yang mulus dengan fitur canggih, *back-end* yang baik wajib dibangun dahulu. Dalam teori *marketing 4.0* unsur pendukung lain itulah *back-end*. Pemasar harus menentukan cara memadukan dengan unsure pendukung lain yang tidak diperhatikan pelanggan, tetapi penting untuk pengalaman mereka.

### **4. Mempraktikkan *Antropologi Digital***

Dalam kehidupan sehari-hari kamu bisa memantau percakapan orang lain tentang dirimu, bisa dengan bertanya langsung atau terkadang ada yang menyindir kamu tanpa menyebut nama di medsos. Selayaknya *brand*/merek kamu tak harus kesal atau marah. Upaya klarifikasi dan persuasi halus lebih *efektif*. Itu malah akan menambah nilai plus kamu di mata orang lain.

P : Baik Mba Yuli terimakasih atas waktunya

N : Sama-sama Tira

## Lampiran 5 Dokumentasi





**Foto Promo atau Pemasaran yang dilakukan di Era Digital 4.0**





## URBAN STREET FOOD



*Urban Street Food*

**Every Thursday, Friday & Saturday Nite**  
Live Acoustic Music

**Every Thursday, Come & Joint With US**  
Buy 2 Get 1 Free

@emersia EmersiaHutan EmersiaHutanGroup 0721 258 258  
[www.urbanstreetfood.com](http://www.urbanstreetfood.com)



## SOP BUNTUT EMERSIA

# ANDA DIRUMAH SAJA  
BIAR KAMI YANG MENGANTARKAN



*Sapphire*

**FREE DELIVERY :**  
- Min Pembelian 100 K  
- Max Jarak 5 km  
- Last Order Pkl 16.30



**75K / NETT**

**BOOK**  
**0721 258 258**

@emersia EmersiaHutan EmersiaHutanGroup 0721 258 258  
[www.urbanstreetfood.com](http://www.urbanstreetfood.com)





## Akad Nikah Package

**IDR 12.500.000 nett**

**Includes:**

- Venue rental Akad Nikah at Emerald room
- 1 Night stay at Executive Ocean room
- Coffee break for 30 persons
- Wedding buffet lunch or dinner for 30 persons
- Decoration for Akad Nikah
- Entertainment (DJ/stone)
- Sound system
- 10% wedding photo taking's venue at hotel price
- Special price for honeymoon room
- 50% Disc. Taxi/air parkir
- 20% Disc. Laundry stay period
- 10% Airport Price
- Terms & Conditions Applied

021-2511 2511 | Jl. Summarelay No. 10, RT 07/01 RW 011 2008  
 www.emersia.com | emersia@emersia.com  
 Jl. Summarelay No. 10, RT 07/01 RW 011 2008



## ROMANTIC DINNER



**IDR 750.000, nett / Couple**

**Benefit**

- Appetizer | Soup | Main Course | Dessert |
- Juice or Softdrink | Flower | Chocolate | Standard Table
- Decoration | Staff Incharge

021-2511 2511 | Jl. Summarelay No. 10, RT 07/01 RW 011 2008  
 www.emersia.com | emersia@emersia.com



## Lampiran 6

### Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA MAHASISWA : NI KATUT DELA YUDHASTRA (1)  
 NO. MAHASISWA : 319.200.356  
 JUDUL PENELITIAN : \_\_\_\_\_

NAMA PEMBIMBING I : \_\_\_\_\_

NAMA PEMBIMBING II : \_\_\_\_\_

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	4/2020	Review skripsi	
		Review Proposal	Us
		apa/Program	
		yang dilakukan	
		5 Hal dengan	
		adanya 40	
		1.000.000	
		belum pernah	hr
		banyak internet	
		Analisis kuantitatif	
		Respon yang	
		ada 1000 kg dan	
		meliputi	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	17/08/2020	Standa-standa dan	
		D.P. dan	Us
2	17/08/2020	manajemen	
		keuangan/konvensional	
		D.P. juga	Us
3	10/10/2020	dan	







