

INTISARI

Manohara Center of Borobudur Study adalah satu-satunya hotel yang berada di wilayah PT Taman Wisata Candi Borobudur. Manohara Center of Borobudur Study Hotel juga merupakan anak usaha dari PT Taman Wisata Candi Borobudur. Manohara Center of Borobudur Study memiliki produk unggulan yaitu Manohara Resto. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana upaya yang dilakukan Manohara Center of Borobudur Study untuk mempromosikan Manohara Resto.

Dalam hal ini, penelitian menfokuskan kepada upaya *Sales Marketing* mempromosikan penjualan produk di Manohara Resto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara dan observasi. Waktu yang di ambil untuk melakukan pengambilan data pada masa liburan Hari Raya Idul Fitri, saat jumlah pengunjung Candi Borobudur mengalami peningkatan dari hari-hari biasa.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk promosi yang digunakan oleh Manohara Center of Borobudur Study dapat ditinjau dari 3 Aspek. Aspek tersebut meliputi produk resto, promosi produk resto, dan harga produk resto.

Kata Kunci : **Manohara Center of Borobudur Study, Manohara Resto, Upaya *Sales Marketing*, Hari Raya Idul Fitri**

ABSTRACT

Manohara Center of Borobudur Study is the only one hotel located in PT Taman Wisata Borobudur area. Manohara Center of Borobudur Study Hotel is also a subsidiary of PT Taman Wisata Candi Borobudur. Manohara Center of Borobudur Study has an excellent product that is Manohara Resto. The purpose of this study is to determine the extent of efforts made Manohara Center of Borobudur Study to promote Manohara Resto.

In this case, The research is focused on effort Sales Marketing promoting product sales in Manohara Resto. This research uses qualitative descriptive research method and data collection method used is interview and observation method. Time taken to take data during Idul Fitri holidays, when the number of visitors Borobudur Temple has increased from the usual days.

The results of this study indicate that the form of promotion used by Manohara Center of Borobudur Study can be divided into 3 part. These part are restaurant products, restaurant promotion, and restaurant product prices.

Keywords : *Manohara Center of Borobudur Study, Manohara Resto, Effort Sales Marketing ,Eid Al-Fitr*