

STRATEGI PEMASARAN PADA HOTEL GRAND IXORA KUTA RESORT



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh
Ni Luh Putu Apri Cahyani
NIM 1915713004

PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BSINIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022

STRATEGI PEMASARAN PADA HOTEL GRAND IXORA KUTA RESORT



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Oleh
Ni Luh Putu Apri Cahyani
NIM 1915713004**

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BSINIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
20**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Nama : Ni Luh Putu Apri Cahyani
NIM : 1915713004
Prodi/Jurusan : D3 Administrasi Bisnis/ Administrasi Niaga

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul:

“Strategi Pemasaran Pada Hotel Grand Ixora KutaResort”.

Adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 29 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Ni Luh Putu Apri Cahyani
Ni Luh Putu Apri Cahyani
NIM. 1915713004

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

1. Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Pada Hotel Grand
Kuta Resort

2. Penulis

a. Nama : Ni Luh Putu Apri Cahyani

b. NIM : 1915713004

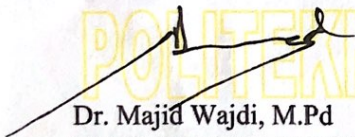
3. Jurusan : Administrasi Niaga

4. Program Studi : Administrasi Bisnis

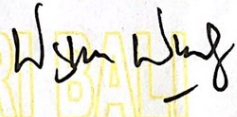
Badung, 29 Agustus 2022

Menyetujui,

Pembimbing I,


Dr. Majid Wajdi, M.Pd
NIP.196212081990111001

Pembimbing II,

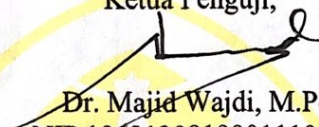

I Wayan Wirga, SE., MBA
NIP. 196107261988111001

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMASARAN PADA HOTEL GRAND
IXORA KUTA RESORT


Oleh

Ni Luh Putu Apri Cahyani
NIM 1915713004


Diserahkan Oleh
Ketua Penguji,


Dr. Majid Wajdi, M.Pd
NIP 1962120819901110001


Penguji I,


I Made Widiyantara, S.Psi., M.Si
NIP. 197902182003121002

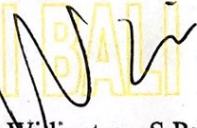
Penguji II


Kadek Dwi Cahaya Putra, S.Pd, M.Sc
NIP. 197703052001121001

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua


Dr. I Ketut Santra, M.Si
NIP. 196710211992031002

Badung, 29 Agustus 2022
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,


I Made Widiyantara, S.Psi., M.Si
NIP. 197902182003121002

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort.

Adapun tujuan dari pembuatan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh Ijazah Diploma III Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini penulis dibantu oleh berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih atas dukungannya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE.,M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas dalam kegiatan belajar di Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang sudah mengizinkan penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan.
3. Ibu Ni Made Kariati, S.Kom, M.Cs selaku Sekretaris yang telah membimbing penulis serta memberikandukungannya terhadap penulisan Tugas Akhir ini hingga selesai pada waktunya

4. Bapak I Made Widiantera, S.Psi, M.Si, selaku Ketua Program Studi D3 Administrasi Bisnis yang sudah memberikan *support* penulis dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan ini.
5. Bapak Dr. Majid Wajdi, M Pd. selaku Dosen Pembimbing Praktek Kerja Lapangan dan sekaligus Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberipengarahan dan bimbingan selama penyusunan tugas akhir ini yang telah banyak memberi dukungan dan bimbingan selama penyusunan dan selesai tepat padawaktunya,
6. Bapak I Wayan Wirga, SE MBA selaku Dosen Pembimbing Praktek Kerja Lapangan dan sekaligus Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak memberipengarahan dan bimbingan selama penyusunan tugas akhir ini yang telah banyak memberi dukungan dan bimbingan selama penyusunan dan selesai tepat padawaktunya,
7. Seluruh dosen Politeknik Negeri Bali, khususnyajurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dandorongan selama penulis mengikuti perkuliahan di

Politeknik Negeri Bali,

8. Bapak I Ketut Gede Budhiratmanu selaku General Manager yang telah memberikan kesempatan kepadapenulis sehingga dapat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Hotel Grand Ixora Kuta Resort
9. Kedua orang tua, serta seluruh keluarga tercinta yangselalu mendukung penulis serta mendoakan penulis agar tetap semangat dan tidak putus asa dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini
10. Ibu Made Dian Dwipayani Selaku Senior Sales Manager atas bimbingan yang telah diberikan dan kesempatan melakukan Praktek Kerja Lapangan di Hotel Grand Ixora Kuta Resort
11. Ibu Ni Nyoman Werni S.S , atas bimbingan yang telah diberikan dan kesempatan melakukan Praktek Kerja Lapangan pada bagian *Sales Marketing Department* pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort,
12. Seluruh pegawai Hotel Grand Ixora Kuta Resort yangtidak dapat disebutkan satu persatu dan senantiasa membantu keseharian penulis dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan serta kesediaanya dalam memberikan informasi yang berkaitan denganpenyusunan Tugas Akhir ini,

13. Sahabat penulis Okta, Gede, Andi, Mela, Anom yangtelah banyak memberikan semangat dan motivasi dalam penulisan Tugas Akhir ini, sehingga dapat selesai tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadarimasih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Besar harapan penulis semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan memberikan sumbangan pikiran bagi semua pihak guna menambah pengetahuan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Badung, 29 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Metodologi Penelitian	10
1. Lokasi Penelitian	10
2. Objek Penelitian	11
3. Jenis Data.....	11
4. Sumber Data	12
5. Teknik Pengumpulan Data	13
6. Teknik Analisis Data	15
BAB II LANDASAN TEORI	19
A. Manajemen.....	19
B. Pengertian Hotel.....	19
C. Strategi Bauran Pemasaran	21
D. Strategi	22
E. Pemasaran	25
F. Strategi pemasaran	28
G. Perencanaan Strategi Pemasaran	28
H. Analisis S.W.O.T	30

I. Matriks Internal Factors Analysis Summary (IFAS)	38
J. Matriks External Factors Analysis Summary (EFAS)	40
K. Matriks Internal Eksternal (IE)	43
L. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	46
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	49
A. Sejarah Berdirinya Grand Ixora Kuta Resort	49
B. Bidang Usaha	50
C. Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Kebijakan Perusahaan	64
B. Sistem penilaian hasil kerja.....	66
C. Upah dan sistem pengganjian.....	66
D. Pemasaran	67
E. Analisis Dan Interpretasi Data	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	106
A. Ssimpulan	106
B. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Hunian Kamar Hotel Di Bali Tahun 2017-2021	2
Tabel 1.2 Tingkat Hunian Kamar Hotel Grand Ixora Kuta Resort	5
Tabel 2.1 Matriks SWOT	33
Tabel 2.2 Matriks IFAS.....	39
Tabel 2.3 Matrik EFAS	41
Tabel 2.4 Matriks IE	42
Tabel 4.1 Daftar harga/Tarif kamar Hotel Grand Ixora Kuta Resort	68
Tabel 4.2 Presentase Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 4.3 Presentase Usia Responden.....	69
Tabel 4.4 Faktor Strategi pemasaran Hotel Grand Ixora Kuta Resort	77
Tabel 4.5 Faktor Strategi pemasaran Hotel Grand Ixora Kuta Resort	78
Tabel 4.6 Tabel IFAS	81
Tabel 4.7 Tabel EFS.....	85
Diagram Matrik IE	93
Tabel Matrik SWOT	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Teknik Analisis Data Kualitatif.....	15
Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	36
Gambar 3.1 Superior room Hotel Grand Ixora Kuta Resort	49
Gambar 3.2 Deluxe room Hotel Grand Ixora Kuta Resort	50
Gambar 3.3 Junior Suite Hotel Grand Ixora Kuta Resort	50
Gambar 3.4 Bambu Roras resto Hotel Grand Ixora Kuta Resort.....	52
Gambar 3.5 Pool Bar Hotel Grand Ixora Kuta Resort	53
Gambar 3.6 Meeting room Hotel Grand Ixora Kuta Resort.....	54
Gambar 3.7 Spa Jasmin Hotel Grand Ixora Kuta Resort	55
Gambar 3.8 Struktur Organisasi Hotel Grand Ixora Kuta Resort	56
Gambar 4.1 Diagram Analisis SWOT	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indikator Kekuatan (Strength) Lampiran 2

Indikator Kelemahan (weaknesses) Lampiran 3

Indikator Peluang (Opportunities) Lampiran 4

Indikator Ancaman (Threats) Lampiran 5 Promo Hotel

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sarana untuk memperkenalkan berbagai macam keindahan alam dan ragam budaya yang ada, kepada masyarakat Indonesia maupun turis mancanegara. Tempat pariwisata saat ini juga memiliki daya tarik masing-masing, seperti: keanekaragaman budaya, sistem hidup bersosial, keunikan seni dan keindahan alam. Setiap usaha pariwisata memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pemasukan devisa negara dan diharapkan menjadi sumber perekonomian yang potensial.

Bali merupakan salah satu destinasi kunjungan wisata favorit, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Daya tarik Bali bagi

wisatawan bukan hanya keindahan alam, melainkan juga keunikan ritual Hindu. Berdasarkan antusiasme wisatawan yang berkunjung ke Bali, diketahui bahwa pariwisata Bali tidak hanya menonjolkan keindahan dan segi keunikannya sebagai sarana promosi, tetapi juga terkait dengan kesiapan akomodasi pariwisata. Salah satunya akomodasi yang paling penting untuk menunjang pariwisata adalah hotel.

Tabel 1.1
Tingkat Hunian Kamar Hotel Di Bali Tahun 2017 - 2021

BULAN	2017	2018	2019	2020	2021
Januari	50,67%	49,63%	71,83%	74,59%	11,15%
Februari	50,58%	59,50%	75,58%	60,11%	8,99%
Maret	49,31%	56,23%	68,57%	30,56	10,24%
April	54,04%	56,53%	74,14%	4,86	10,09%
Mei	53,27%	57,38%	63,93%	4,22	10,35%
Juni	56,24%	60,70%	80,36%	3,49	16,68%
Juli	60,59%	64,45%	77,74%	4,24	5,23%
Agustus	66,19%	63,76%	83,73%	6,69	4,77%
September	60,54%	60,67%	77,12%	9,24	9,46%
Oktober	54,54%	57,44%	79,27%	12,84	17,73%
November	45,03%	45,86%	72,48%	13,57	20,67%
Desember	43,54%	50,74%	77,80%	22,33	30,67%
Total	53,61%	56,58%	75,35%	30,64%	13,25%

(Sumber Data Statistik Provinsi Bali)

Data tabel 1.1 di atas merupakan tingkat hunian kamar di Bali dari tahun 2017 sampai dengan 2021. Dari data di atas dapat dilihat terjadinya kenaikan dan penurunan tingkat hunian kamar di sektor pariwisata Bali. Pada tahun 2017 tingkat hunian kamar di Bali sebesar 53,61, lalu mengalami kenaikan di tahun 2018 yaitu 56,58 lalu mengalami kenaikan lagi pada tahun 2019 yaitu 75,35 mengalami penurunan di tahun 2020 yaitu 30,64 dan mengalami penurunan drastis yaitu 13,25 diakibatkan wabah covid-19 yang melanda dunia. Pariwisata tidak luput dari sarana dan prasana dalam menunjang kepariwisataan itu sendiri seperti Akomodasi, *Restaurant, Spa, Beach club*, dan lain sebagainya. Salah satu sarana yang berperan penting dalam dunia pariwisata yaitu hotel, hotel adalah suatu usaha yang bergerak dibidang jasa untuk mencari keuntungan melalui suatu pelayanan kepada tamu yang menginap. Hotel merupakan suatu layanan yang dinikmati tamu dari semenjak penjemputan di *airport* atau transfer dari hotel ke *airport*, menginap di hotel, makan dan minum di restaurant atau menggunakan fasilitas yang tersedia di hotel serta pengurusan barang-barangnya semenjak *chek-in* hingga *chek-out* dari hotel, agar hotel mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan programnya, maka segala sesuatu yang diperlukan oleh tamu dan semua fasilitas yang menunjang harus siap tersedia. Tiap hotel akan berusaha untuk memberikan nilai tambah yang berbeda terhadap produk dan jasa serta pelayanan yang diberikan kepada tamunya.

Sales And Marketing Department Memiliki posisi terpenting dalam penjualan, Strategi yang digunakan untuk menarik perhatian *company* yang sangat diperlukan hotel untuk mendapatkan pendapatan, tentu saja seorang *sales and marketing* harus mampu membawa nama hotel ke *company* untuk mendapatkan perjanjian kontrak harga. Tidak hanya *company* atau *embassy* maupun pemerintah. Hotel bergerak di bidang pariwisata sebagai faktor terpenting. Pemasaran hotel memiliki tiga kegiatan utama, yaitu: Usaha menarik tamu untuk datang dan tinggal sertamenginap di hotel yang mereka tawarkan. Untuk membujuk tamu yang menginap di hotel agar menggunakan fasilitas yang tersedia di hotel. Usaha untuk menarik masyarakat di sekitar hotel untuk menginap atau menggunakan fasilitas yang tersedia di hotel. *Sales And Marketing Department* hotel Grand Ixora Kuta Resort memiliki beberapa bagian atau *section* diantaranya adalah *Senior Sales Manager dan Supervisor Reservation*. Fungsi pemasaran terdiri dari tiga komponen kunci yaitu bauran pemasaran, kekuatan pasar dan proses penyelarasan. Bauran pemasaran merupakan satu dari sekian konsep yang paling *universal* yang telah dikembangkan dalam pemasaran, kebanyakan pembahasan mengenai pemasaran disebut 4 P, Komponen ini meliputi *Product, Price, Promotion and Place*. Komponen ini dikembangkan menjadi 8 P yaitu *Product, Price, Promotion and Place, People, Programing, packaging and partnership*. Dewasa konsep bauran pemasaran merupakan salah satu alat yang dikembangkan dengan baik yang dipakai sebagai struktur oleh

pemasar yang digunakan untuk melaksanakan strategi *positioning* pemasaran. Pada dasarnya bauran pemasaran menunjukkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan saat menentukan strategi pemasaran suatu perusahaan.

Suatu perusahaan khususnya hotel pasti banyak mengalami kendala pada perusahaan, banyak faktor yang dapat menjadi kendala pada suatu perusahaan seperti tingkat persaingan yang tinggi dalam jasa akomodasi perhotelan, perusahaan harus meningkatkan daya saing karena banyaknya jumlah akomodasi khususnya hotel yang ada di Bali sehingga kendala yang dihadapi akan dapat teratasi. Hotel Grand Ixora Kuta Resort merupakan salah satu hotel yang ada di pulau Bali. Hotel Grand Ixora Kuta Resort yang berada di jantung pariwisata Bali yaitu Kuta memiliki kendala yang dialami yaitu pada tingkat hunian kamarnya. Berikut ini merupakan data tingkat hunian kamar hotel Grand Ixora Kuta Resort pada tahun 2017 hingga 2021

Tabel 1.2
Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort
Tahun 2017-2021

TOTAL	2017	2018	2019	2020	2021
1	3.538	3.620	3.905	2.100	2.427

(Sumber data Hotel Grand Ixora Kuta Resort)

Data dari tabel 1.2 merupakan tingkat hunian kamar pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort tahun 2017-2021, pada tahun 2017-2019 tingkat hunian kamar pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort masih tergolong belum begitu tinggi,

tingkat hunian mengalami peningkatan tetapi tidak terlalu signifikan. Lalu pada tahun 2020 dunia mengalami wabah penyakit yaitu covid-19 yang mengakibatkan penurunan tingkat hunian secara signifikan. Penyebaran Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) di Indonesia sudah semakin meluas dan jumlah kasus terpapar Covid-19 semakin meningkat dari hari ke hari. Dampak krisis wabah Covid-19 telah mengubah tatanan hidup masyarakat dan harus menghadapi tantangan baru dalam menjalankan kehidupan sehari-hari salah satunya bagi pelaku bisnis. Sampai saat ini pandemi Covid-19 tidak dapat dikatakan bahwa telah berakhir, namun kehidupan harus terus berlanjut bahkan semakin melanda serta menghantam para pebisnis salah satunya pada jasa perhotelan yang bisa dikatakan paling awal terkena dampak oleh pandemi Covid-19 dan paling lambat untuk pemulihan. Pemerintah menerapkan banyak kebijakan, diantaranya yaitu penutupan sementara operasional hotel untuk mengurangi interaksi sosial sebagai upaya pencegahan penularan Covid-19. Dengan berlakunya era New Normal yaitu suatu aktivitas yang bisa dilakukan kembali di luar rumah dengan tetap mematuhi protokol kesehatan, kini para pelaku bisnis dituntut untuk dapat beradaptasi dengan kebiasaan atau perilaku baru dalam melakukan aktivitas sehari-hari dengan merujuk kepada protokol kesehatan yang sudah dianjurkan atau ditetapkan oleh pemerintah seperti rajin mencuci tangan dengan sabun atau cairan antiseptik seperti hand sanitizer, memakai masker saat keluar rumah, menjaga jarak, dan hindari kerumunan dengan tujuan agar tetap aman dan mampu melindungi diri dari penyebaran

Covid-19. Sebutan era New Normal bisa dikatakan dapat memberikan peluang bagi para pelaku bisnis dengan membuka kembali perusahaan yang ditutup sementara waktu untuk dapat bangkit kembali agar tetap bertahan. Mengingat adanya pandemi ini, kebijakan yang dapat dilakukan oleh pihak hotel yaitu dengan menerapkan protokol kesehatan seperti menggunakan masker, mencuci tangan saat sebelum masuk ke dalam hotel, penyediaan hand sanitizer di beberapa titik lingkungan hotel, pengecekan suhu tubuh melalui pintu masuk, menjaga jarak, dan melakukan pembersihan serta penyemprotan desinfektan secara berkala dengan tujuan agar dapat menciptakan kondisi yang memprioritaskan kesehatan sehingga meningkatkan kepercayaan diri tamu ketika berkunjung serta memberikan pelayanan yang aman dan nyaman bagi pengunjung. Di masa pandemi Covid-19, strategi pemasaran sangat penting dilakukan untuk mendapatkan hasil terbaik. Perusahaan perlumenyadari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya dalam persaingan. Ini bisa sangat membantu dalam mengidentifikasi perusahaan memanfaatkan semua peluang yang ada, dan menghindari atau meminimalkan risiko yang ada. Produk yang dikeluarkan pasti memiliki kelebihan dan kekurangan masing masing. Analisis atau penelitian biasanya digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan tersebut. Analisis SWOT (kelebihan, kelemahan, peluang, ancaman). Diyakini bahwadapat mengevaluasi suatu produk dan memasarkannya. Tujuan dari analisis SWOT ini adalah untuk mendiagnosa produk sehingga dapat

dilakukan dengan benar pada produk yang akan dijual. Oleh karena itu, fungsi analisis SWOT dan strategi bersaing adalah menganalisis kekuatan,kelemahan, dan keunggulan bersaing suatu perusahaan yang dilakukan melalui analisis kondisi internal perusahaan, yang dilakukan melalui analisis kondisi eksternal perusahaan. Teknik analisis SWOT pada dasarnya adalah teknik mengidentifikasi berbagai kondisi yang menjadi dasar perencanaan strategis. Terlepas dari faktor subjektif, tujuan dari analisis SWOT ini adalah untuk mendiagnosis suatu produk agar secara umum dapat membuat prediksi yang akurat tentang produk yang dimiliki. Biasanya langkah pertama dalam pengembangan adalah berinvestasi pada elemen internal keberadaan hotel. Adanya faktor internal tersebut akan menggambarkan seperti apa sebenarnya sebuah hotel dalam mengembangkan produknya. Adapun kendala yang dialami hotel Grand Ixora Kuta Resort yaitu tingkat hunian kamarnya yang kurang memiliki peningkatan signifikan . Banyaknya persaingan bisnis seperti hotel pesaing juga menjadi faktor kendala yang dialami oleh Hotel Grand Ixora Kuta Resort selain wabah covid-19. Suatu perusahaan dalam mencapai target diperlukan suatu strategi pemasaran yang handal dalam menghadapi persaingan yang ada. Disinilah pentingnya tugas dan peran strategi pemasaran pada suatu hotel tepatnya hotel Grand Ixora Kuta Resort agar dapat menjul kamar pada waktu sepi (*low season*) sehingga tingkat hunian dapat meningkat. Melihat pentingnya strategi pemasaran dan dilihat dari data tabel tingkat hunian kamar diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian berjudul

“Strategi Pemasaran pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort”

B. Pokok Masalah

Bersadarkan latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan penelitian ini yaitu :

1. Bagaimanakah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel GrandIxora Kuta Resort ?
2. Bagimanakah analisis swot Hotel Grand Ixora Kuta Resort ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Strategi pemasaran yang digunakan oleh Hotel Grand Ixora Kuta Resot
2. Untuk mengetahui analisis swot Hotel Grand Ixora Kuta Resort

D. Manfaat Penelitian

Manfaat-manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan menjadi sumber dapat dijadikan bahan referensi untuk penulisan berikutnya serta menambah ilmu pengetahuan pengembangan pariwisata khususnya dalam hal strategi pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Untuk memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar Diploma III Jurusan Administrasi Niaga Program Studi D3 Administrasi Bisnis. Menerapkan ilmu yang sudah diperoleh di bangku kuliah. Kemudian

mempraktekannya di dunia industri. Menambah wawasan serta pengalaman agar nantinya siap terjun ke dunia industri yang sesungguhnya berfokus di bidang *sales & marketing departemen*.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Meningkatkan proses belajar mengajar sesuai dengan visi misi kampus dan juga sebagai tambahan informasi dan referensi bacaan bagi semua pihak yang membutuhkan.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada pihak perusahaan mengenai strategi pemasaran.

E. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort, yang beralamat di Jl. Kartika Plaza No.92 Kuta, Badung, Bali. dengan nomor telephone +62 (361) 759099 dan alamat websitenya di www.grandixora.com

Grand Ixora Kuta Resort

berjarak kurang lebih hanya 10 Menit dari pusat kota dan dari bandara bisa ditempuh dengan jarak kurang lebih 5 Menit.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan mengenai hubungan strategi pemasaran, dalam penelitian ini yang menjadi variabel yaitu strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi untuk perubahan.

3. Jenis Data

yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka dan diperoleh dari berbagai macam teknik pengumpulan data seperti wawancara, dokumentasi, dan observasi. Data kualitatif juga dapat dinyatakan dalam bentuk gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video dokumentasi. Data kualitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data uraian tugas berupa struktur organisasi pada hotel Grand Ixora Kuta Resort dan uraian tugas dan tanggung jawab pada *Sales and Marketing Department*. Sedangkan data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka, dapat dinyatakan dalam bentuk tabel dan sebagainya. Data kuantitatif yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data tingkat hunian

kamar di Bali pada tahun 2017-2021, data tingkat hunian kamar pada hotel Grand Ixora Kuta Resort.

4. Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Sumber Data Primer

Data Primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara. Dataprimer merupakan data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian dan sesuai dengan keadaan perusahaan dan masalah yang dikaji. Data primer penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung yang berupa informasi umum tentang hotel, informasi mengenai strategi pemasaran yang digunakan oleh *sales and marketing department* dalam meningkatkan penjualan kamar pada hotel Grand Ixora Kuta Resort dan tingkat hunian kamar pada hotel Grand Ixora Kuta Resort dari tahun 2017 – 2021.

b. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada, atau arsip yang baik dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara

umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi (*Observation*)

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks. Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrumen yang dapat dipakai data berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, dan lain – lain. Observasi ini akan dilakukan apabila hasil dari data wawancara kurang memberikan jawaban yang relevan dengan rumusan masalah yang ada. Observasi akan dilakukan pada *sales and marketing department* untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan hotel Grand Ixora Kuta Resort.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti melakukan studi pendahuluan guna menentukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan dengan tatap muka maupun lewat telepon. Yang menjadi narasumber dalam wawancaraini adalah Ibu Dian Dwipayani selaku *Senior Sales*

and Marketing.

c. Dokumentasi (*Dokumentation*)

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mencari informasi – informasi yang berkaitan dan diperlukan dalam melakukan penelitian. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumentasi yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah. Berikut merupakan contoh dari dokumentasi penulis pada saat melakukan penelitian di Hotel Grand Ixora Kuta Resort.

d. Kuisisioner

Adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan kepada informan untuk dijawabnya. Teknik ini berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki di Hotel Grand Ixora Kuta Resort

1. Teknik Analisis Data

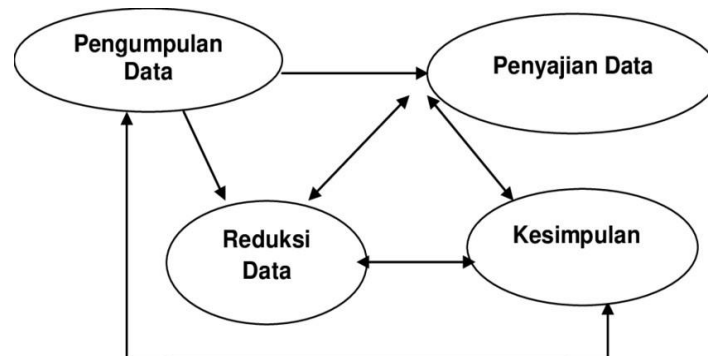
Metode analisis data bertujuan untuk menyederhanakan dan menyajikan secara sistematis semua data yang terkumpul, kemudian mengolah, menafsirkan dan menginterpretasikan data tersebut. Analisis data merupakan upaya untuk memecahkan masalah penelitian untuk mendapatkan jawaban atas masalah yang diteliti. Masalah dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif, IFAS (Summary of Internal Factors Analysis) dan EFAS (Summary of External Factors Analysis) serta SWOT (Strengths)

Analisis Weaknesses Threats Opportunities) untuk merancang strategi pengembangan.

2. Analisis Data Model Miles and Huberman

Analisis data menurut Sugiyono (2018:482) merupakan proses menyusun dan memproses suatu data yang diperoleh dalam hasil wawancara maupun dokumentasi, dengan menyusun kedalam kategori serta menjabarkan ke dalam unit-unit sehingga mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber dan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam dilakukan secara terus menerus yang mengakibatkan variasi data yang tinggi. Dalam teknik analisis data peneliti menggunakan model *Miles and Huberman* dalam buku Sugiyono (2018:246) yang aktivitas dalam analisis data kualitatif ini secara interaktif dan berlangsung terus hingga tuntas.

Gambar 1.2 Gambar Teknik Analisis Data Kualitatif



Sumber : Buku Metode Kualitatif Oleh Prof. Dr. Sugiyono, 2018 Berdasarkan gambar diatas, memiliki empat jalur kegiatan yang terjadi dalam waktu yang bersamaan. Dimulai dari pengumpulan data dimana dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi yang dapat disebut dengan (triangulasi). Reduksi data yang merupakan tahapan selanjutnya dalam memfokuskan pada hal-hal penting yang sesuai dengan topik penelitian serta memberikan gambaran yang lebih jelas dalam mempermudah pengumpulan data selanjutnya. Saat mereduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dari hasil gabungan triangulasi tersebut maka data dapat dibuat bentuk *table*, *flowchart*, *pictogram*, *graphic* dan sejenisnya. Maka data akan tersusun dengan baik dan semakin mudah dipahami. Langkah yang terakhir yaitu Penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif penarikan kesimpulan ini dapat menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin saja tidak. Namun bila kesimpulan yang dikemukakan didukung oleh bukti atau objek yang jelas dan *Valid*, maka data yang dikemukakan akan menjadi jelas. Melalui teknik analisis ini akan dijelaskan bagaimana strategi pemasaran pada hotel Grand Ixora Kuta Resort

Data dikumpulkan terlebih dahulu lalu dianalisis dengan alur tahapan sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Menurut Sugiyono (2013:15) “reduksi data adalah analisis data yang dilakukan dengan memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal

yang penting, dan dicari tema serta polanya”. Data yang diperoleh ditulisdalam bentuk laporan atas data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok dan difokuskan pada hal-hal penting. Data hasil mengikhtiarkan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema, dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempengaruhi penelitian untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh

b. Penyajian Data

Metode informal yaitu metode penyajian data dengan menyajikan hasil analisis dengan kata-kata bisa berupa penjelasan dan keterangan serta metode formal yaitu penyajian data hasil analisis dengan tabel, gambar dan dokumentasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada Hotel Grand Ixora Kuta Resort

c. Penyimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi sumber data dan metode, diskusi dengan teman sejawat dan pengecekan anggota.

d. Kesimpulan Akhir

Kesimpulan akhir diperoleh berdasarkan kesimpulan sementara yang telah diverifikasi. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, maka Hotel Grand Ixora Kuta Resort yang bergerak dibidang jasa penginapan saat ini mengalami masa yang cukup rumit dimana pesaing yang sangat ketat tidak dapat dihindari lagi, sehingga menjadikan manajemen Hotel Grand Ixora Kuta Resort melakukan kajian ulang untuk memenangkan pangsa pasar. Dari analisis yang dilakukan dengan menggunakan analisis S.W.O.T dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, faktor *internal* mencakup *Strengths* dan *Weaknesses* dimana ada faktor *internal* posisi *Strengths* Setelah diketahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan, Hotel Grand Ixora

Kuta Resort mempunyai kekuatan dan peluang lebih tinggi dibandingkan kelemahan dan ancaman artinya Hotel Grand Ixora Kuta Resort dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meminimalkan kelemahan-kelemahan dan dapat tumbuh berkembang di masa yang akan datang dengan melakukan antisipasis terhadap ancaman-ancaman.

B. Saran

Untuk mempertahankan posisi kompetitif pasa yang kuat, melihat semakin ketatnya persaingan akibat pertumbuhan jumlah hotel baik yang sudah beroperasi maupun yang akan beroperasi di Bali, maka Hotel Grand Ixora Kuta Resort harus memperhatikan strategi produk dengan cara terus menerus meningkatkan kualitas produk, fasilitas yang tersedia. Adapun Kegiatan pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh Grand Ixora Kuta Resort sebagai berikut

1. Sosial Media Marketing
2. Influencer Endorsement
3. Bekerjasama dengan OTA (Online Travel Agency)

Dan adapun strategi pemasaran yang dapat dilakukan setelah menganalisis menggunakan analisis swot yaitu :

1. Penetrasi Pasar
2. Pengembangan Pasar

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Basu dan Irawan. (2014). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberti

Dewi. (2014) *Bauran Pemasaran*: Yogyakarta : Sri Candra

Grant. (2013) *Sukses Manajemen Pemasaran*. Jakarta :
Perpusnas RI

Hermawan. (2012) *Bauran Promosi*. Bandung : Indah

Kotler, Philip. (2012) *Manajemen Pemasaran, Analisis dan Perencanaan*, Yogyakarta : Liberti

Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*.
Buku 2, Jakarta : Selembat empat

Lupiyoadi. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta :
Selembat Empat

Morissan M, Dkk. (2012) *Metode Penelitian Survei*, Jakarta :
Kencana

Morissan M, Dkk (2017) *Metode Penelitian Survei*, Jakarta :
Kencana

Rangkuti, Freddy. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah
Kasus Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Robinson. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta :
Gramedia Pustaka Utama

Rusmawati. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*,
Lamongan : Kogan Page

Sudaryono. (2016) *Manajemen Pemasaran Teori dan
Implementasi*, Yogyakarta : Andi

Sugiyono. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan
R&D*, Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2016) *Manajemen Pemasaran Teori dan
Implementasi*, Yogyakarta : Andi

Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung :
Alfabeta

Sugiyono. (2018) *Metode Penelitian Kualitatif di Indonesia*,

Bandung : Alfabeta

Soekadijo. (2013) *Metode Penelitian Kombinasi*, Jakarta : PT

Gramedia Pustaka Utama.

Sudaryanto. (2016) *Metode dan Aneka Teknik Analisis*,

Yogyakarta : Duta Wacana University Press.

Sunyoto. (2016) *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*

Dagang, Yogyakarta : Caps

Sumber Skripsi

Budiman, Tri (2017) *Analisis SWOT Pada Usaha Kecil dan*

Menengah. (Skripsi) Institut Agama Islam Negeri

Putri, Pradnya Asih (2019) *Analisis Strategi Promosi Pada*

Bali Beach Glamping. (Skripsi) Politeknik Negeri Bali

Sumber Undang Undang

2013 SK Dirjen Pariwisata No. 14/UU/11/2013 Tentang

Perhotelan