

SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
HUNIAN KAMAR DI JAMBULUWUK OCEANO SEMINYAK
HOTEL



POLITEKNIK NEGERI BALI

NI LUH PUTU RIKA PRATIWI

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022

SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
HUNIAN KAMAR DI JAMBULUWUK OCEANO SEMINYAK
HOTEL



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh:

NI LUH PUTU RIKA PRATIWI

1815834052

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ni Luh Putu Rika Pratiwi
NIM : 1815834052
Program Studi : Manajemen Bisnis Pariwisata
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HUNIAN
KAMAR DI JAMBULUWUK OCEANO SEMINYAK HOTEL**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 4 Juli 2022
Yang membuat pernyataan,



Ni Luh Putu Rika Pratiwi

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI JAMBULUWUK OCEANO SEMINYAK HOTEL

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata di Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali



Diajukan oleh:

NI LUH PUTU RIKA PRATIWI

1815834052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PARIWISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI JAMBULUWUK OCEANO SEMINYAK HOTEL

Diajukan Oleh:

**NI LUH PUTU RIKA PRATIWI
NIM. 1815834052**

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik Oleh:

Pembimbing I,



**Made Sudiarta, SS.M.Par.
NIP.196812062002121002**

Pembimbing II,



**Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, S.E.,M.M
NIP.198009032008122002**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Mengetahui
Ketua Jurusan Pariwisata,**



**Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D.
NIP 196312281990102001**

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI JAMBULUWUK OCEANO SEMINYAK HOTEL


Telah diuji dan dinyatakan lulus ujian pada:
Hari Senin, 28 Juli 2022

PENGUJI

KETUA:


Made Sudiarta, SS.M.Par.
NIP.196812062002121002

ANGGOTA:


JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
1. Dr. Dra. Lien Darlina, H.Hum
NIP.196612081993032001
2. I Gusti Agung Mas Krisna Komala Sari, S.Si.,M.Si
NIP. 198809282014042001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “R Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel” ini dengan baik dan penulis mampu menyelesaikannya tepat waktu.

Proposal ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D IV Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Bali. Dalam penyusunan laporan ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Untuk itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Pendidikan Diploma IV di Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan semangat demi terselesaikannya skripsi ini di Politeknik Negeri Bali.
3. Drs. Gede Ginaya, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata yang telah memberikan masukan kepada penulis.
4. Dra. Ni Nyoman Triyuni, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata yang telah memberikan panduan dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Made Sudiarta, SS.M.Par., selaku dosen pembimbing 1 yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan serta masukan-masukan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Dr. Ni Putu Wiwiek Ary Susyarini, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing 2 atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.
7. Ni Luh Eka Armoni, SE., M.Par selaku Koordinator Praktik Kerja Lapangan Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah membantu dan memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan (PKL)
8. Kepada Bapak Phillipe Tarigan selaku *sales and marketing manager* pada departemen sales marketing selaku informan dalam penelitian ini.
9. Pihak Manajemen Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel khususnya di bagian *Sales and Marketing Department* yang telah membantu penulis selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dengan memberikan motivasi, kesempatan dan masukan untuk mengumpulkan data dalam skripsi ini.
10. Seluruh *staff front office department* yang membantu untuk mengisi form kuesioner untuk melengkapi isi dari penelitian ini.
11. Kepada departemen HRD di Jambuluwuk Oceano Seminyak Bali Hotel yang telah memberikan kesempatan serta wawasan mengenai perhotelan yang sangat berarti dalam penulisan ini.
12. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat, dan dukungan secara finansial maupun doa.

untuk menyempurnakan penulisan ini. Besar harapan penulis agar proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua mahasiswa. Demikian yang dapat penulis sampaikan, akhir kata tidak lupa penulis menyampaikan permohonan maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan proposal penelitian ini.

Badung, 28 Juli 2022

Penulis



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI JAMBULUWUK OCEANO SEMINYAK HOTEL

Ni Luh Putu Rika Pratiwi
NIM. 1815834052

ABSTRACT

This study aims to determine and at the same time formulate the right strategy carried out by Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel, by identifying strengths, as well as looking at weaknesses, opportunities, and challenges through 4 internal variables, and 4 external variables. Data collection methods used are interviews and questionnaires by purposive sampling, documentation techniques, literature study, and questionnaires. Quantitative data used in this study is the weighting and rating matrix IFAS, EFAS and IE Matrix. The population in this study were employees of Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel who were directly related to room reservations and the sample used was purposive sampling with 10 respondents. Based on the results of the IFAS matrix analysis, the main strength is the accuracy when serving each guest request, promotional messages can be clearly received by consumers, while the main weakness is in a fairly large parking area. Based on the results of the EFAS matrix analysis, it is known that the main opportunities are the implementation of health protocols during the pandemic, room price adjustments, the development of information technology, and the preparedness of the hotel in handling natural disasters, while the main threat faced is the readiness of the hotel to overcome the damage caused by the disaster. natural conditions. The results of the IE matrix research place the company in a Growth position (cell 1) which indicates that the company's strategy is in growth with concentration through vertical integration and must be maintained. SWOT analysis produces strategies that are expected to be implemented by the company.

Keywords: Marketing, Strategy, SWOT Matrix

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN HUNIAN KAMAR DI JAMBULUWUK OCEANO SEMINYAK HOTEL

**Ni Luh Putu Rika Pratiwi
NIM. 1815834052**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sekaligus merumuskan strategi yang tepat dilakukan oleh Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel, dengan mengidentifikasi kekuatan, sekaligus melihat kelemahan, peluang, dan tantangan melalui 4 variabel internal, dan 4 variabel external. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan kuesioner secara purposive sampling, teknik dokumentasi, studi pustaka, dan penyebaran kuesioner. Data Kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembobotan dan rating matriks IFAS, EFAS dan Matrik IE. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dari Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel yang berkaitan langsung mengenai pemesanan kamar dan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan 10 responden. Berdasarkan hasil analisis matriks IFAS, yang menjadi kekuatan utama adalah Ketepatan saat melayani setiap permintaan tamu, Pesan promosi dapat diterima dengan jelas oleh konsumen, sedangkan kelemahan utama yaitu pada area parkir yang cukup luas. Berdasarkan hasil analisis matriks EFAS, diketahui bahwa yang menjadi peluang utama adalah pengimplementasian protokol kesehatan pada masa pandemi, penyesuaian harga kamar, perkembangan teknologi informasi, serta kesiagaan pihak hotel dalam penanganan bencana alam, sedangkan ancaman utama yang dihadapi adalah kesiagaan pihak hotel dalam mengatasi kerusakan akibat kondisi alam. Hasil penelitian matriks IE, menempatkan perusahaan berada posisi Growth (sel 1) yang menunjukkan bahwa strategi perusahaan berada di pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal dan harus dipertahankan. Analisis SWOT menghasilkan strategi yang diharapkan dapat diterapkan oleh perusahaan.

Kata kunci: Pemasaran, Strategi, Matriks SWOT

DAFTAR ISI

ISI	HALAMAN
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR SARJANA TERAPAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENETAPAN KELULUSAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT.....	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Hotel.....	6
2.1.2 Strategi	7
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	8
2.1.4 Tingkat Hunian Kamar	9
2.1.5 Analisis SWOT	10
1.2 Hasil Penelitian Sebelumnya	12
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian.....	16
3.2 Objek Penelitian.....	17
3.3 Identifikasi Variabel.....	17
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	18
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.5.1 Jenis Data	21
3.5.2 Sumber Data.....	22
3.6 Informan Penelitian.....	23
3.6.1 Metode Penentuan Informan.....	23

3.7	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7.1	Observasi	24
3.7.2	Wawancara.....	24
3.7.3	Kuesioner	24
3.7.4	Dokumentasi	25
3.7.5	Studi Pustaka.....	25
3.8	Teknik Analisis Data.....	26
3.8.1	Analisis SWOT	26
3.8.2	Tahapan Analisis SWOT	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 39

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1	Sejarah Hotel.....	39
4.1.2	Struktur Organisasi	41
4.1.3	Kegiatan Usaha	46
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.2.1	Analisis Kekuatan Dan Kelemahan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hunian Kamar di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel.....	53
4.2.2	Analisis Ancaman Dan Peluang Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Hunian Kamar di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel.....	56
4.2.3	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel.....	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 70

5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 Data tingkat hunian kamar Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel periode 2019-2021	2
Tabel 3. 1 Identifikasi Variabel.....	18
Tabel 3. 4 <i>Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)</i>	27
Tabel 3. 5 <i>Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)</i>	29
Tabel 3. 6 Kriteria Penilaian Analisis	30
<i>Tabel 3. 7 Model Matriks IE (Internal Eksternal)</i>	31
Tabel 3. 8 Kriteria Penilaian Analisis	35
<i>Tabel 3. 9 Matriks Swot</i>	36
Tabel 4. 1 Rating Penilaian Faktor <i>Internal</i>	54
Tabel 4. 2 Penilaian Bobot Faktor <i>Internal</i>	55
Tabel 4. 3 Penilaian Rating Faktor Eksternal.....	57
Tabel 4. 4 Penilaian Bobot Faktor Eksternal	58
Tabel 4. 5 <i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i>	60
Tabel 4. 6 <i>External Factor Analysis Summary (EFAS)</i>	61
Tabel 4. 7 Matrix IE.....	63
Tabel 4. 8 Analisis SWOT	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman wawancara

Lampiran 2 : Kuesioner SWOT

Lampiran 3 : Dokumentasi

Lampiran 4 : Perhitungan Rating Faktor Internal dan Eksternal

Lampiran 5 : Perhitungan Bobot Faktor Internal dan Eksternal

Lampiran 6 : Perhitungan Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)

Lampiran 7 : Perhitungan External Factor Analysis Strategy (EFAS)



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peranan globalisasi yang telah melanda dunia tentu mengakibatkan perkembangan perekonomian di Indonesia. Hal ini dapat dirasakan dengan adanya perkembangan dunia usaha dalam negeri yang mengalami kemajuan yang cukup pesat, baik yang dilakukan pihak pemerintah maupun swasta. Dengan adanya banyak perusahaan – perusahaan baru, dapat mengakibatkan persaingan di dunia usaha yang semakin ketat. Pemerintah terbuka menyambut datangnya *investor* swasta dalam memajukan perekonomian di Indonesia. Kondisi ini dapat menyebabkan peranan besar dalam persaingan bisnis sehingga memaksa pelaku bisnis untuk lebih jeli dan ulet dalam melihat kesempatan bisnis yang ada demi mencapai tujuan yang diinginkan. Semua hal itu akan menjadi perhatian utama setiap perusahaan di Bali baik perusahaan barang maupun jasa. Tidak dapat dipungkiri bahwa perekonomian di Bali banyak dipengaruhi oleh pariwisata sehingga banyak pebisnis mendirikan perusahaan – perusahaan yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan industri pariwisata di Bali, misalnya: hotel, restoran, *tour & travel* dan sebagainya.

Bali memiliki beberapa kawasan berpotensi wisata yang sekarang ini sudah semakin berkembang dalam meningkatkan produktivitas

perhotelan, salah satunya di daerah Seminyak. Banyaknya jumlah wisatawan yang datang berpengaruh terhadap jumlah akomodasi perhotelan di daerah tersebut. Industri perhotelan di daerah Seminyak sudah mengalami perkembangan yang pesat dikarenakan banyaknya investor lokal maupun asing yang sudah mulai melihat keuntungan dengan membangun hotel untuk wisatawan menginap.

Saat ini sudah banyak hotel dan bar yang berkembang di Seminyak, baik dari hotel bintang sampai pada *guest house* yang dikelola masyarakat lokal. Salah satu hotel bintang 5 yang ada di Seminyak adalah Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel, hotel ini merupakan salah satu hotel bintang 5 yang terletak di wilayah Seminyak, dimana hotel ini berdekatan dengan pantai, restoran serta bar yang bertaraf internasional di area Seminyak, oleh karena itu banyak pebisnis pun tergiur untuk membangun usaha terutama dalam industri pariwisata di area Seminyak, Sebelum pandemi hotel ini memiliki tingkat hunian cukup tinggi, jumlah tingkat hunian kamar pada Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel dapat dilihat dari tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1. 1 Data tingkat hunian kamar Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel periode 2019-2021

Bulan	Tahun		
	2019	2020	2021
Januari	55.78	71.73	16.21
Februari	58.04	61.13	7.04
Maret	60.47	36.01	9.32
April	67.72	4.69	15.81
Mei	61.20	6.83	6.6

Juni	85.80	3.78	17.58
Juli	84.28	2.95	7.82
Agustus	88.97	6.65	6.86
September	88.83	4.16	7.13
Oktober	81.28	6.98	22.25
November	76.55	10.56	19.89
Desember	71.30	32.79	29.41
Rata-rata	73.35	20.69	13.83

Sumber: *Sales and Marketing Department, 2021 (Data diolah)*

Berdasarkan data tabel 1.1 Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel memiliki tingkat hunian yang cukup tinggi yang dimana tahun 2019 tingkat huniannya mencapai rata-rata 73,35, pada tahun 2020 dikarenakan terjadinya pandemi COVID-19 pada awal tahun dimana hanya memperoleh tingkat hunian dengan rata-rata 20,69 hingga pada tahun 2021 masih ditemukan penurunan karena adanya COVID-19 dengan tingkat hunian 13.83.

Terjadinya penurunan terhadap tingkat hunian kamar 2 tahun terakhir yang disebabkan oleh pandemi yang melanda, berbagai metode pemasaran yang telah digunakan namun tetap mengalami penurunan disetiap tahunnya, Maka dari itu penulis tertarik untuk menganalisis dan mencari strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan hunian kamar di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hunian Kamar Di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan sebelumnya, maka permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1. Apa kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman dari strategi pemasaran dalam meningkatkan hunian kamar di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel ?
- 1.2.2. Apa saja strategi pemasaran yang dihasilkan untuk meningkatkan hunian kamar di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman dari strategi pemasaran dalam meningkatkan hunian kamar di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel.
- 1.3.2 Untuk menganalisis strategi pemasaran yang dihasilkan untuk meningkatkan hunian kamar pada Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibedakan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan pengembangan pariwisata, khususnya dalam hal pemasaran dan tingkat hunian kamar pada Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Politeknik Negeri Bali

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi terhadap penelitian yang serupa dimasa yang akan datang.
- Hasil dari penelitian ini dapat memberikan pengembangan ilmu pada bagian reservasi.

2. Bagi perusahaan Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel

Diharapkan pembahasan yang dilakukan nantinya akan menjadi bahan masukan perusahaan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan hunian kamar pada Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel.

3. Bagi peneliti

Sebagai pengalaman yang berguna bagi peneliti dalam mengaplikasikan berbagai ilmu dan pengetahuan pada suatu bentuk karya tulis.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di bab 4 maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menjelaskan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan hunian kamar dan strategi pemasaran *alternative* yang sebaiknya diterapkan oleh Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel, dari hasil analisis SWOT diperoleh strategi alternatif yang bisa diterapkan di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel adalah :

- 1 Strategi SO (*Strength-Opportunity*)
 - a. Mengoptimalkan interior kamar agar tetap bersih dan nyaman
 - b. Melakukan brand positioning sebagai hotel yang berkualitas
 - c. Mengoptimalkan penggunaan promosi berbasis online
 - d. Memberikan pelatihan kepada karyawan (grooming, pelatihan skill) untuk meningkatkan kualitas pelayanan & kepuasan tamu.
- 2 Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)
 - a. Menganalisis komponen biaya untuk lahan parkir
 - b. Selalu memperhatikan kebersihan kamar agar tetap wangi dan nyaman sehingga memberikan rating yang bagus untuk hotel.
- 3 Strategi ST (*Strength-Threat*)
 - a. Melakukan analisis terhadap kualitas kamar dan harga terhadap hotel sejenis.
 - b. Selalu memeriksa keadaan bangunan hotel.
 - c. Meningkatkan hubungan dengan partner, media, influencers serta konsumen dalam promosi menarik daya minat masyarakat.

d Menggunakan media promosi yang saat ini digunakan dikalangan masyarakat.

4 Strategi WT (Weakness-Treath)

a Mencari atau menyewa lahan parkir untuk hotel

b Selalu sigap untuk memperbaiki bangunan hotel yang mengalami kerusakan.

5.2 Saran

Sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, ada beberapa saran dari penulis yang dapat berikan, adalah seperti berikut:

1. Berdasarkan analisis diatas maka untuk kenyamanan lingkungan baik bagi karyawan ataupun tamu yang menginap dihotel, pihak hotel yang bersangkutan harus selalu sigap dalam kondisi alam contohnya seperti hujan lebat, yang mengakibatkan kebocoran pada atap hotel, dimana hal tersebut tentunya akan mengganggu kenyamanan baik karyawan yang bekerja dan tamu yang menginap, maka dari itu pencegahan bisa dilakukan dengan cara melakukan pemeriksaan secara berkala untuk mengantisipasi kebocoran yang terjadi.
2. Penggunaan teknologi serta media sosial dalam pelaksanaan promosi di Jambuluwuk Oceano Seminyak Hotel masih harus ditingkatkan, khususnya penggunaan media sosial seperti Tiktok dan Facebook. Pembuatan konten promosi juga harus diperhatikan, variasi konten promosi yang menarik serta redaksi yang digunakan juga harus dibuat semenarik mungkin agar dapat

memberikan kesan bagi calon *customer* sehingga dapat menarik minat untuk membeli produk yang di promosikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (4th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Bagyono. (2014). *Pariwisata & Perhotelan* (4th ed.). Alfabeta.
- Ekalista, P., & Tri Hardianto, W. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.33366/jkn.v1i1.6>
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*.
- I Gusti Bagus Rai Utama & Ni Made Eka Mahadewi. (2012). *Metodologi Penelitian Pariwisata & Perhotelan* (P. Christian (ed.)). CV ANDI OFFSET.
- Juliansa hengki, D. sarjon, & Sumijan. (2017). Jurnal Resti. *Resti*, 1(1), 19–25.
- Nurnawati, E. K., & Ardyrusmarryya, D. (2017). Pemetaan hotel untuk menunjang potensi wisata berbasis mobile untuk menunjang smart city. *Prosiding Sensei*, 1(1), 1–8.
- Parvez, S. J., Moyeenudin, H. M., Arun, S., Anandan, R., & Janahan, S. K. (2018). Digital marketing in hotel industry. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(November), 288–290. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.21.12383>
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2), 107–112. <http://www.cakrawalajournal.org/index.php/cakrawala/article/view/36>
- Retina Sri Sedjati. (2015). *Manajemen Strategi*. Deepublish.
- Sandu Siyoto & Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.).
- Solihat, A., Hamzah, H., & Susan, E. (2017). Pengaruh Iklan Dan Harga Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Hotel. *Jurnal Pariwisata*, IV(2), 103–112.
- Suastika, I. G. Y., & Yasa, I. N. M. (2017). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan, dan Tingkat Hunian Hotel terhadap Pendapatan Asli Daerah dan Kesejahteraan Masyarakat pada Kabupaten/Kota di Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(7), 1338. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/29349>

- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (24th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016c). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (23 th). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016d). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016e). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R&D* (23th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2016f). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R&D* (23th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Wijaya, C. P., & Santoso, T. P. B. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Bali Mandira Legian – Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 13(1), 42–53.
<http://www.jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/341>
- Wisata, J. M., & Hendriyati, L. (2019). *Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar Di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta*. 17(November), 1–10.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/e3st8>



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI