

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DALAM
MENINGKATAN *ROOM NIGHT OCCUPANCY* DI HOTEL
THE JAYAKARTA BALI BEACH RESORT RESIDENCES AND SPA**



**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga**

Politeknik Negeri Bali

OLEH

NI PUTU AYU INTEN ADNYASARI

1815744104

MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

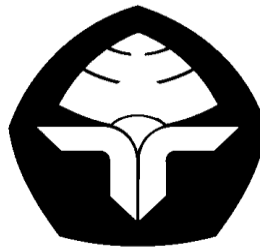
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

2022

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DALAM
MENINGKATAN *ROOM NIGHT OCCUPANCY* DI HOTEL
THE JAYAKARTA BALI BEACH RESORT RESIDENCES AND SPA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga
Politeknik Negeri Bali**

OLEH

NI PUTU AYU INTEN ADNYASARI

1815744104

MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

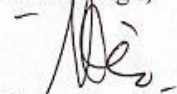
1. Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT
Dalam Meningkatkan Room Night Occupancy di
Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residens and
Spa
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Putu Ayu Inten Adnyasari
 - b. NIM : 1815744104
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 22 Agustus 2022

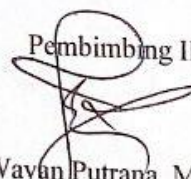
Menyetujui:

Pembimbing I,


Putu Adriani Prayustika, SE.MM

NIP. 198406082015042002

Pembimbing II,


Ir. I Wayan Putrana, M.Agb.

NIP. 195712021989031001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DALAM
MENINGKATKAN ROOM NIGHT OCCUPANCY DI HOTEL THE
JAYAKARTA BALI BEACH RESORT RESIDENS AND SPA**

Oleh:

NI PUTU AYU INTEN ADNYASARI

NIM: 1815744104

Disahkan:

Ketua Tim Penguji



Putu Adriani Prayustika, SE.MM

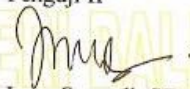
NIP. 198406082015042002

Penguji I



Lily Marheni, SH.,MH
NIP. 196407091991032002

Penguji II



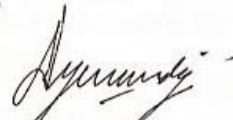
I Gede Iwan Suryadi, SE., MM
NIP. 198003052008121001

Mengetahui,
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua,



Dr. I Ketut Santra, SE., MM
NIP. 196710211992031002

Badung, 22 Agustus 2022
Prodi Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,



Cokorda Gede Putra Yudistira, SE.,MM
NIP. 196808271993031002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Do Your Best and Never Give Up”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk orang – orang yang telah mendampingi penulis selama proses penyusunan, yaitu:

1. Ibu Putu Adriani Prayustika, SE.MM. dan Bapak Ir. Wayan Putrana, M.Agb. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan membantu memberikan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak I Made Indra Bayu dan Ibu Ni Ketut Lilik Untari kedua orang tua penulis serta keluarga yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.
3. Sahabat, teman-teman dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, atas dukungan selama proses penyusunan skripsi.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Room Night Occupancy di Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa” adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi 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 Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Denpasar, 11 Agustus 2022

Yang menyatakan,

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI



Ni Putu Ayu Inten Adnyasari

NIM. 1815744104

ABSTRAK

Dalam masa pandemi Covid-19 ini strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui pemanfaatan peluang yang ada untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi hotel di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang sesuai untuk diimplementasikan oleh The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa. Data dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada *Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS) dengan skor 3,14. Pada *External Faktor Analysis Summary* (EFAS) jumlah skor 3,13. Hasil diagram SWOT menunjukkan bahwa posisi perusahaan terletak pada sel 1 (satu) maka strategi yang harus diterapkan oleh objek yang berada pada sel 1 (satu) yaitu *Growth*: berarti memiliki kompetitif yang kuat. Cara yang tepat yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah dengan cara *forward integration* yaitu mengambil alih fungsi distribusi dengan melalui pendekatan sumber daya internal dan eksternal seperti misalnya pengembangan usaha dengan mengembangkan dan memperluas usaha secara focus melalui strategi promosi yang fokus melakukan upaya-upaya mengontrol kualitas produk, mengontrol kualitas dari fasilitas-fasilitas di hotel, distribusi produk dan meminimalkan biaya serta operasi yang tidak efisien. Sehingga alternatif strategi yang dapat digunakan dalam matriks SWOT adalah Strategi (WO) *Weakneses Opportunities*

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, *Growth*, *Forward integration*, Strategi (WO) *Weakneses Opportunities*.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic, marketing strategy is very important to do. By implementing an effective marketing strategy through exploiting existing opportunities to increase sales, it is expected to maintain and improve the hotel's position in the market. This study aims to determine the appropriate marketing strategy to be implemented by The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires. The analysis technique used is SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) analysis. The results of this study indicate that the Internal Faktor Analysis Summary (IFAS) with a score of 3.14. In the External Faktor Analysis Summary (EFAS) the total score is 3.13. The results of the SWOT diagram show that the company's position is in cell 1 (one), so the strategy that must be applied by the object in cell 1 (one), namely Growth: means having a strong competitive edge. The right way that can be used by the company is by forward integration, namely taking over the distribution function through internal and external resource approaches such as business development by developing and expanding the business in a focused manner through promotional strategies that focus on efforts to control product quality, control the quality of hotel facilities, product distribution and minimize costs and inefficient operations. So that an alternative strategy that can be used in the SWOT matrix is the Strategy (WO) Weakness Opportunities

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Growth, Forward Integration, Strategy (WO) Weakness Opportunities.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

KATA PENGANTAR

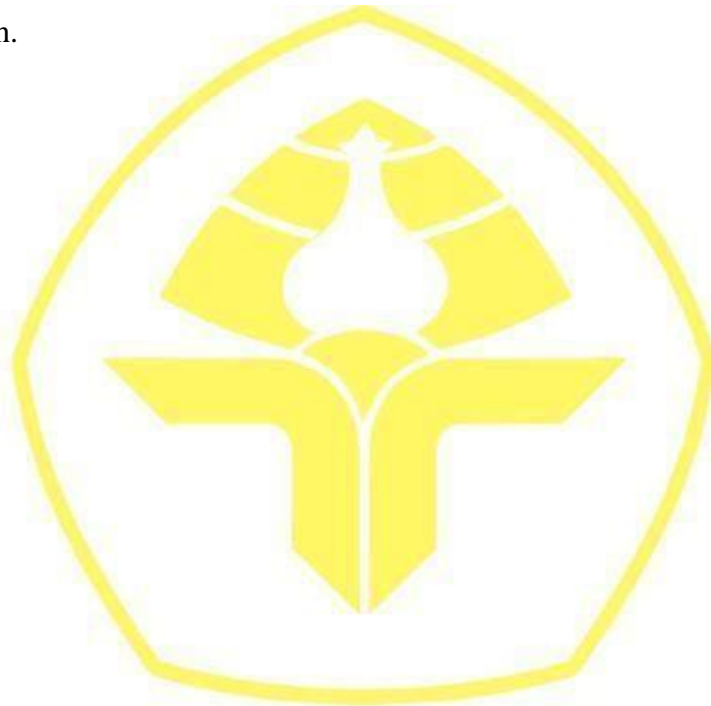
Tidak hentinya puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Wishi Wasa, karena atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, Skripsi Terapan dengan judul “Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan *Room Night Occupancy* di Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa” dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Tujuan penyusunan Skripsi Terapan dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional pada Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi Terapan ini tidak sedikit hambatan yang ditemui, serta arahan dari berbagai pihak, semangat tinggi, maka hambatan tersebut dapat diatasi. Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas dan bimbingan selama penulis mengikuti pendidikan di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
3. Bapak Cokorda Gede Putra Yudistira S.E., MM selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Manajemen Bisnis Internasional atas segala fasilitas, saran, dan masukan dalam menyelesaikan Skripsi Terapan ini.

4. Ibu Putu Adriani Prayustika, SE.MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi bimbingan, arahan, dan masukan selama penyusunan Skripsi Terapan ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya tepat pada waktunya.
5. Bapak Ir. Wayan Putrana, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi bimbingan, arahan, dan masukan selama penyusunan Skripsi Terapan ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat pada waktunya.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar beserta staf pegawai di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bekal pembelajaran dan ilmu pengetahuan serta bantuan dan pelayanan yang baik selama ini atas keperluan penulis di Jurusan Administrasi Niaga.
7. Ibu Febrina Venti Justicia selaku Sales and Marketing Manager di Hotel The Jayakarta yang telah membantu mendampingi, memberikan ilmu di dunia kerja selama kegiatan PKL serta memberikan data dalam menyusun Skripsi Terapan ini.
8. Orang tua penulis serta keluarga yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta doa yang tiada henti untuk pendidikan dan kesuksesan penulis.
9. Seluruh member BTS selaku orang spesial bagi penulis yang selalu menemani baik dalam suka maupun duka, memberikan dukungan lewat lagu dan tiada henti selalu menghibur penulis setiap harinya karena tingkah lakunya.
10. Sahabat-sahabat penulis yaitu Dyah Pramesty, Millenia Tamara, Miranti Arimbawa dan Berliana Andriani sudah menemani, membantu dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. erta seluruh teman-teman 8E MBI yang berjuang bersama-sama dan melewati masa pendidikan di bangku kuliah ini dengan penuh semangat dan harapan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi Terapan ini jauh dari sempurna, maka penulis mohon masukan untuk sempurnanya Skripsi Terapan ini. Penulis berharap Skripsi Terapan ini bermanfaat bagi semua pihak dan peneliti selanjutnya. Terimakasih.



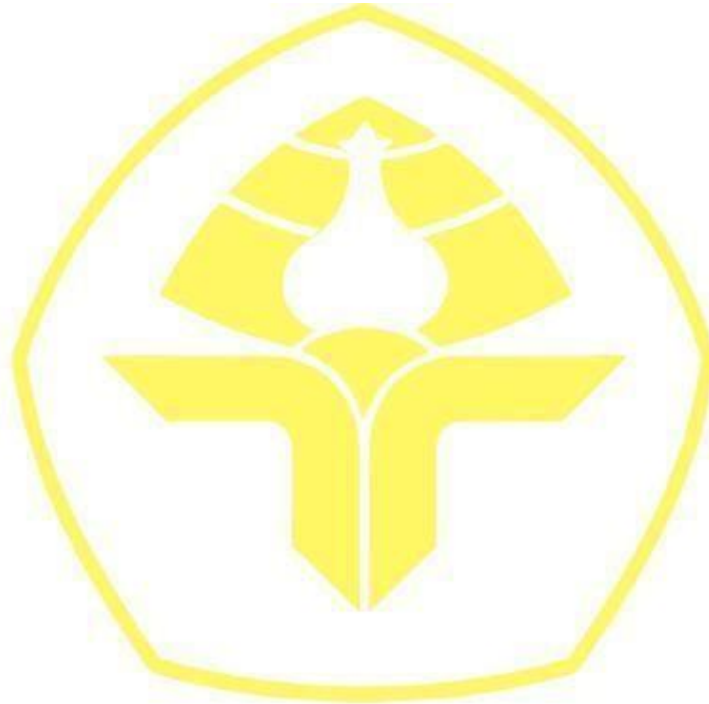
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Daftar Isi

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	9
1.4.1 Bagi Perusahaan	9
1.4.2 Bagi Peneliti	10
1.4.3 Bagi Peneliti Selanjutnya	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	11
2.1.2 Hotel	13
2.1.3 Tingkat Hunian Kamar (<i>Room Occupancy</i>).....	16
2.1.4 Analisis SWOT	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Teoritis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis data dan Sumber data.....	34

3.1.1.	Jenis Data	34
3.1.2.	Sumber Data.....	34
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	36
3.2.1.	Observasi.....	36
3.2.2.	Wawancara.....	36
3.2.3.	Dokumentasi	37
3.2.4.	Kuesioner	37
3.3.	Metode Analisis Data	38
3.3.1.	Matriks IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>).....	39
3.3.2.	Matriks EFAS (<i>Eksternal Factors Analysis Summary</i>).....	42
3.3.3.	Diagram SWOT	46
3.3.4.	Matriks TOWS atau SWOT	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	51
4.1.1.	Sejarah The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa.....	51
4.1.2.	Fasilitas	55
4.1.3.	Visi dan Misi Perusahaan.....	60
4.1.4.	Struktur Organisasi.....	61
4.2.	Hasil Analisis dan Pembahasan	74
4.2.1.	Analisis SWOT	74
4.2.2.	Pemberian <i>Rating</i> Internal dan Eksternal.....	77
4.2.3.	Penentuan Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman The Jayakarta Hotel	82
4.2.4.	Bobot Faktor Internal dan Eksternal.....	87
4.2.5.	Hasil Perhitungan IFAS dan EFAS.....	90
4.2.6.	Diagram Analisis SWOT	93
4.2.7.	Strategi Alternatif (<i>Alternative Strategy</i>) Pemasaran The	

Jayakarta Hotel	96
BAB V PENUTUP.....	105
DAFTAR PUSTAKA	106



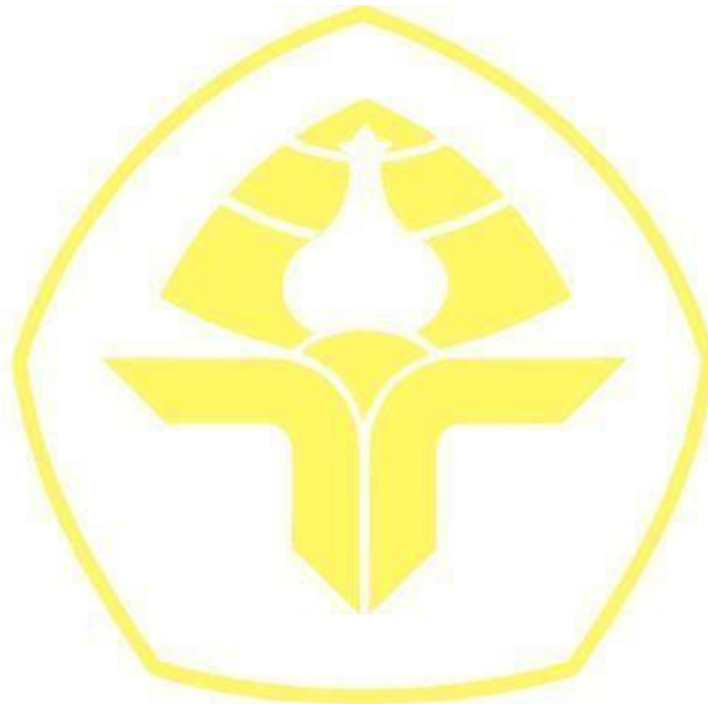
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Wisatawan Mancanegara yang Datang Langsung ke Bali Menurut Kebangsaan tahun 2019-2021	2
Tabel 1. 2 Tingkat Hunian Kamar Hotel di Bali tahun 2019-2021	5
Tabel 1. 3 Tingkat Hunian Kamar di Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residence and Spa tahun 2019-2021	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Matriks IFAS.....	39
Tabel 3. 2 Kriteria Penelitian Hasil Analisis Internal	42
Tabel 3. 3 Matriks EFAS	43
Tabel 3. 4 Kriteria Penelitian Hasil Analisis Eksternal.....	46
Tabel 3. 6 Matriks SWOT	50
Tabel 4. 1 Room Type pada The Jayakarta Hotel	52
Tabel 4. 2 Bale Type pada The Jayakarta Hotel	56
Tabel 4. 3 Rating Faktor Internal The Jayakarta Hotel	79
Tabel 4. 4 Rating Faktor Eksternal The Jayakarta Hotel	81
Tabel 4. 5 Cut of Point	83
Tabel 4. 6 Indikator- Indikator Sebagai Kekuatan dan Kelemahan The Jayakarta Bali	84
Tabel 4. 7 Indikator-Indikator Eksternal Sebagai Peuang dan Ancaman The Jayakarta Hotel.....	86
Tabel 4. 8 Bobot Faktor Internal The Jayakarta Hotel.....	88
Tabel 4. 9 Bobot Faktor Eksternal The Jayakarta Hotel	90
Tabel 4. 10 Internal Analisis Summary (IFAS) The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa	91
Tabel 4. 11 Matriks Analisis SWOT The Jayakarta Hotel.....	97

Daftar Gambar

Gambar	2.	3	Kerangka	Teoritis
Penelitian.....				299
Gambar 3.1 Diagram SWOT				47
Gambar 4. 1 Struktur organisasi Sales & Marketing Departement, 2021				62
Gambar 4. 2 Diagram SWOT (Data diolah, 2022)			Error!	Bookmark not defined.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Daftar Lampiran

Lampiran 1 : Rating Indikator Internal Kekuatan dan Kelemahan The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa.

Lampiran 2 Rating Indikator Peluang dan Ancaman The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa.

Lampiran 3 Bobot Indikator Internal Kekuatan dan Kelemahan The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa.

Lampiran 4 Bobot Indikator Eksternal Peluang dan Ancaman The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa.

Lampiran 5 Interval Indikator Internal Kekuatan dan Kelemahan The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa.

Lampiran 6 Interval Eksternal Peluang dan Ancaman The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa.

Lampiran 7 IFAS The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa.

Lampiran 8 EFAS The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa

Lampiran 9 Hasil Wawancara

Lampiran 10 Kuesioner

Lampiran 11 Dokumentasi Hasil Wawancara di The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa

Lampiran 12 Room Type The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa

Lampiran 13 Fasilitas The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa

Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wabah Covid-19 kini menjadi *pandemic* global setelah diumumkan oleh Badan kesehatan Dunia atau WHO (*World Health Organization*). Covid-19 adalah sebuah penyakit baru menular yang disebabkan oleh virus dari golongan *Coronavirus*, yaitu SARS-CoV-2 yang juga sering disebut virus Corona.

Indonesia adalah salah satu negara yang terdampak oleh virus COVID-19. Covid-19 berdampak pada kebijakan pemerintah yang mewajibkan setiap orang untuk melakukan jaga jarak, memakai masker, dan selalu mencuci tangan. Selain itu, pemerintah juga mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar hingga pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat. Pembatasan-pembatasan tersebut secara tidak langsung berimbas pada kelangsungan dunia usaha. Industri pariwisata menjadi industri yang terdampak cukup tinggi akibat virus corona ini. Pasalnya banyak sekali negara-negara yang memberlakukan *lockdown* sehingga otomatis bisnis pariwisata terhenti demi mencegah penyebaran virus corona antar negara.

Sejak Februari 2020 jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastis, dan puncaknya terjadi April

2020 dengan jumlah wisatawan hanya sebanyak 158 ribu. Dan tingkat hunian hotel di Bali alami penurunan hingga 90 persen lantaran Covid-19.

Tercatat tingkat isian (*occupancy*) hotel-hotel di Bali berada dibawah 20 persen. Akibat pembatasan ini jumlah turis asing maupun dalam negeri mengalami penurunan yang drastis selama 2020. Berdasarkan jumlah data pengunjung, kunjungan wisatawan dalam 3 tahun terakhir memperlihatkan banyaknya penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang datang langsung ke Bali menurut kebangsaan (asal negara) tahun 2019-2021.

Tabel 1. 1 Wisatawan Mancanegara yang Datang Langsung ke Bali Menurut Kebangsaan tahun 2019-2021

Year / Month	2019	2020	2021
Januari	451,078	533 392	2
Februari	436,266	358 929	12
Maret	441,707	166 388	3
April	476,104	273	9
Mey	483,928	34	8
Juni	549,483	10	1
Juli	604,310	16	0
Agustus	602,457	12	0
September	589,984	8	0
Oktober	565,966	7	2
November	492,904	2	6
Desember	544,726	127	0
Jumlah	6,238,913	1 059 198	43

Sumber : Badan Statistika Provinsi Bali, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan menurut Kebangsaan (Negara Asal) dari tahun 2019-2021 mengalami penurunan yang sangat drastis karena dampak dari pandemi covid-19. Hotel harus mampu mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka hasilkan saat ini. Dalam masa pandemi Covid-19 ini strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif melalui pemanfaatan peluang yang ada untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi hotel di pasar. Pelaksanaan strategi pemasaran saat ini sangat penting untuk mendukung peningkatan laba karena strategi pemasaran dapat memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas antara lain strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya.

Menurut *American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller (2016) bahwa Pemasaran adalah “*Marketing is an organization function and a set processes for creating communicating, and delivering value to customer and for managing customer relationship in ways that benefit the organization it stakeholders*”. Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Menurut Fandy Tjiptono (2019), pemasaran merupakan fungsi yang paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan

eksternal. Pemasaran bertujuan untuk menarik perhatian pembeli dalam mengkomunikasikan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pemasaran memainkan peran penting dalam pengembangan strategi.

Legian salah satu kawasan objek wisata di pulau Bali dan sangat terkenal sampai ke mancanegara. Area Legian sangat strategis karena terletak diantara dua tempat wisata terkenal di Bali Selatan, yaitu Kuta dan Seminyak, untuk mencapai lokasi Seminyak dan Kuta dari Legian hanya memerlukan waktu hanya 20 menit perjalanan dan tergantung lalu lintas. Sebagian besar wisatawan yang tertarik liburan ke Legian karena menyukai aktivitas pantai seperti selancar, berenang dan jalan-jalan disekitar area pantai. Selain daya tarik pantai, Legian juga terkenal sebagai pusat hiburan malam di Bali, pusat wisata belanja serta tersedia banyak tempat makan untuk wisata kuliner. Maka Legian merupakan daerah tujuan wisata bagi wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik. Di kawasan Legian Bali tersedia banyak pilihan hotel , baik dari harga murah sampai harga mahal.Salah satunya ada hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa telah didirikan pada tahun 1983. Hotel Jayakarta dimiliki oleh PT. HOTEL JUWARA WARGA yang sudah memiliki unit-unit hotel Jayakarta yang tersebar Indonesia. Yang terletak di Jl. Werkudra, Legian, Kuta,Kabupaten Badung, Bali dan dapat dicapai dalam waktu 20 menit dari Bandara Internasional Ngurah Rai. Hotel The Jayakarta Bali Menampilkan desain hotel bernuasa Indonesia dan memiliki pesona tradisional Bali, fasilitas modern taman tropis yang bebas dan sunset yang indah dan memiliki 347 kamar (72 *standrad*, 176 *deluxe*, 23 *cottage pool view*, 4 *executive suite*, 2 *junior suit*, 60 *one bedrooms*, 10 *two bedrooms*).

Di lihat dari keadaan sekarang karena adanya pandemi COVID-19 ini mengakibatkan adanya penurunan tingkat hunian kamar. Tingkat hunian kamar adalah sebuah perbandingan antara banyaknya hunian kamar permalam yang terpakai dengan banyaknya hunian kamar permalam yang tersedia. Adapun tingkat hunian kamar hotel di Bali dijelaskan pada uraian dibawah ini.

Tabel 1. 2 Tingkat Hunian Kamar Hotel di Bali tahun 2019-2021

Year / Month	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)
Januari	53,27	59,29	11,15
Februari	56,48	45,98	8,99
Maret	55,43	25,41	10,24
April	60,33	3,22	10,09
Mey	51,56	2,07	10,35
Juni	60,37	2,07	16,68
Juli	61,71	2,57	5,23
Agustus	67,1	3,68	4,77
September	63,22	5,28	9,46
Oktober	63,3	9,53	17,73
November	59,46	9,32	20,67
Desember	62,55	19	30,67
Rata-rata	59,57	15,62	13,00

Sumber : Badan Statistika Provisisi Bali, 2021

Dari data Tabel 1.2 diatas dapat dilihat penurunan tingkat hunian kamar selama satu tahun terakhir yang terjadi pada hotel di Bali pada tahun 2019 rata-rata tingkat hunian kamar yaitu 59,57%, untuk rata-rata tingkat hunian kamar pada tahun 2020 menurun menjadi 15,62%, untuk tahun 2021 rata-rata hunian kamar 13,00 %, dari tahun ke tahun rata-rata tingkat hunian kamar mengalami penurunan yang sangat signifikan, penyebab menurunnya tingkat hunian kamar yang di alami seluruh hotel di Bali adalah karena adanya pandemi covid-19 yang mulai terjadi di awal tahun 2020 yang terjadi di seluruh dunia, dan membuat negara-negara di dunia memberlakukan *lockdown* untuk memutus rantai penyebaran covid. *Lockdown* yang diberlakukan menyebabkan warga negaranya tidak dapat berpergian di dalam negeri maupun ke luar negeri. Hal itulah yang menyebabkan tidak adanya kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Bali dan menyebabkan terjadinya penurunan tingkat hunian kamar, penurunan tingkat hunian kamar ini tidak hanya terjadi pada hotel The Jayakarta tetapi terjadi pada seluruh hotel yang ada di Bali bahkan di seluruh hotel yang ada di Indonesia.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Sama seperti hotel lainnya yang ada di Bali hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residence and Spa juga mengalami penurunan tingkat hunian kamar yang sangat signifikan ini dapat dilihat dari Tabel 1.3 Tingkat Hunian Kamar di Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residence and Spa tahun 2019-2021.

Tabel 1. 3 Tingkat Hunian Kamar di Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residence and Spa tahun 2019-2021

Year / Month	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)
Januari	66,6	61,6	4,7
Februari	56,3	67,4	7,6
Maret	61,31	36,69	0,3
April	75	0,2	0,8
Mey	78,1	0	1,5
Juni	90,3	0	6,5
Juli	90,9	0,7	4,3
Agustus	94,8	0,3	0,2
September	96,1	1,3	0,1
Oktober	88,4	1,3	8,4
November	70,4	0,6	4,9
Desember	51,8	65,11	59,4
Rata-rata	76,67	19,60	8,22

Sumber : *Sales and Marketing Hotel The Jayakarta (2021)*

Dari data Tabel 1.3 diatas dapat dilihat penurunan tingkat hunian kamar selama satu tahun terakhir yang terjadi pada The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa mulai dari tahun 2019 rata-rata tingkat hunian kamar yaitu 76,67%, untuk rata- rata tingkat hunian kamar pada tahun 2020 menurun menjadi 19,60%, untuk tahun 2021 rata-rata hunian kamar 8,22% dan mengalami penurunan sebanyak 11,38% dari tahun 2020. Dan untuk saat ini Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa hanya menerima tamu group untuk *event meeting* dan *mice*. Selama pandemi berlangsung Hotel The Jayakarta telah menerapkan strategi pemasaran dengan cara melakukan *blasting* promo ke data base hotel, melakukan *telemarketing*, *sales call*, dan juga memberikan potongan harga kamar namun strategi pemasaran yang telah dilakukan tersebut tidak dapat memberikan hasil maksimal untuk meningkatkan *room night occupancy*.

Dari data di atas maka diperlukan penjelasan strategi pemasaran yang tepat digunakan oleh Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa dengan analisis swot untuk meningkatkan jumlah tingkat hunian kamar (*room night occupancy*) berdasarkan data diatas maka dari itu penelitian ini mengangkat judul “**Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Room Night Occupancy di Hotel The Jayakarta Bali Beach Resort Residences and Spa**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah adalah “ Bagaimana strategi pemasaran berdasarkan Analisis SWOT yang di terapkan untuk meningkatkan *room night occupancy* pada Hotel The Jayakarta Bali.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan *room night occupancy* pada Hotel The Jayakarta Bali

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi pemasaran untuk meningkatkan *room night occupancy*, dan juga dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dari strategi pemasaran yang telah di terapkan di Hotel The Jayakarta.

1.4.2 Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan meningkatkan nilai dan disiplin ilmu yang dipelajari sehingga dapat diterapkan dengan baik kedepannya.

1.4.3 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam melakukan penelitian yang akan datang.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dalam membahas mengenai analisis lingkungan internal dan eksternal pada The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa yang dibantu dengan Matriks IFAS dan EFAS, Diagram SWOT, Matrik SWOT maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kekuatan dari The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa adalah sebagai berikut:

- Kamar dengan fasilitas hotel berbintang
- Kelengkapan fasilitas hotel
- Penampilan dan keramahan *staff* hotel
- *Service* dengan mengutamakan kepuasan pelanggan
- Mengikuti perkembangan teknologi informasi
- Pelayanan yang diberikan karyawan hotel pada tamu
- *Team work* antar *department*
- Penguasaan tentang produk yang dimiliki hotel oleh *staff* hotel

2. Kelemahan dari The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa adalah sebagai berikut:

- Intensitas promosi hotel
- Desain bangunan hotel

- Persaingan harga dengan kompetitor sejenis

3. Peluang dari The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa adalah sebagai berikut:

- Hubungan Kerjasama dengan TA dan OTA
- *Engagement* hotel di media sosial
- Penggunaan sosial media untuk mereview produk dan layanan hotel
- Sikap masyarakat terhadap keberadaan hotel
- Terletak ditempat yang strategis dan dekat dengan destinasi wisata
- Lingkungan alam sekitar hotel terjaga dengan baik
- Banyaknya situs pencarian hotel secara *online*

4. Ancaman dari The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa adalah sebagai berikut:

- Munculnya Kompetitor baru disekitar hotel

- Gangguan *system online*

- Persaingan dari hotel sejenis

5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada *Internal Faktor Analysis Summary* (IFAS) dengan skor 3,14. Pada *External Faktor Analysis Summary* (EFAS) jumlah skor 3,13. Hasil diagram SWOT menunjukkan bahwa posisi perusahaan terletak pada kuadran 1 (satu) maka strategi yang harus diterapkan oleh objek yang berada pada kuadran 1 (satu) yaitu mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

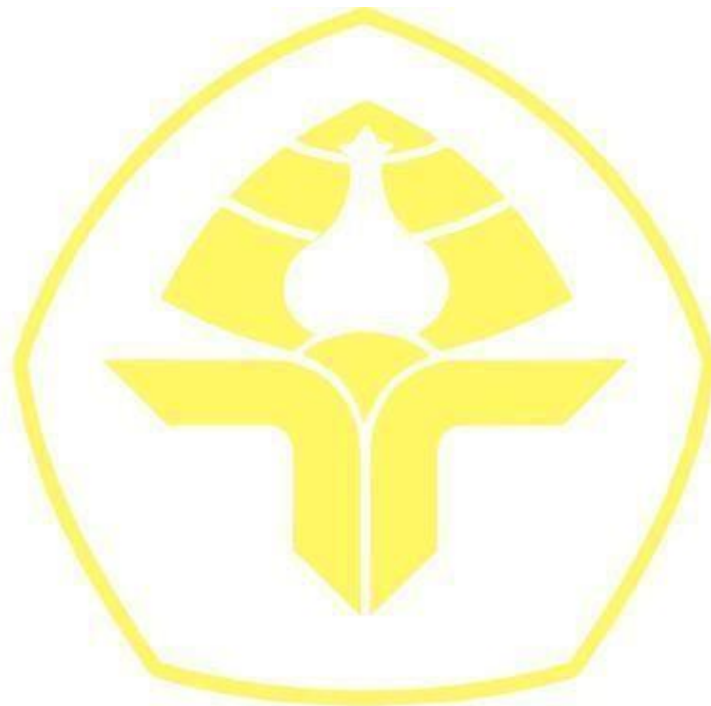
Untuk meningkatkan penjualan kamar atau *room night occupancy* adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*) melalui pendekatan sumber daya *internal* dan *eksternal* seperti misalnya pengembangan usaha dengan mengembangkan dan memperluas usaha secara fokus melalui strategi promosi yang dapat meningkatkan *engagement* dari hotel dan fokus melakukan upaya-upaya mengontrol kualitas produk, mengontrol kualitas dari fasilitas-fasilitas di hotel, distribusi produk dan meminimalkan biaya serta operasi yang tidak efisien.

5.2. Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis serta memperhatikan kesimpulan penelitian yang telah diberikan, maka saran yang dapat penulis berikan dalam upaya untuk dapat dipertimbangkan oleh pihak hotel untuk meningkatkan *room night occupancy* atau penjualan kamar pada The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa yaitu:

1. Untuk hotel The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa lebih meningkatkan intensitas promosi hotel dengan cara membuat video-video promosi dan juga lebih mengembangkan produk yang dimiliki dengan cara membuat paket-paket baru yang belum dimiliki oleh hotel sekitar seperti *MICE package* dan juga *holiday package* yang menarik untuk memikat minat wisatawan agar mau berkunjung dan menginap di hotel.

2. Melakukan peremajaan terhadap desain bangunan serta fasilitas-fasilitas di hotel, agar hotel fasilitas serta desain yang ada pada hotel The Jayakarta tetap terjaga kualitasnya.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Abdul Aziz and Mohd Hairil Hamdan, November 2012, Internal Success Faktor of Hotel Occupancy, International Journal of Business and Sosial Science, No. 22. Vol 3.

Alma, Buchari., 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabet.

Assauri, Sofjan., 2014. Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Badan Pusat Statistika Provinsi Bali, Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Bali Tahun 2019-2021, diakses melalui <https://bali.bps.go.id>.

Badan Pusat Statistika Provinsi Bali, Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel Bintang Menurut Kelas di Provinsi Bali (Persen) tahun 2019-2021, diakses melalui <https://bali.bps.go.id>.

Bagyono. 2012. Pariwisata dan Perhotelan. Bandung : Alfabeta.

Bisnis Plan tahunan 2022 The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa, diakses pada tanggal 15 Februari 2021.

Bisnis Plan tahunan 2021 The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa, diakses pada tanggal 14 Februari 2021.

Bisnis Plan tahunan 2020 The Jayakarta Bali Beach Resort *Residences* and Spa, diakses pada tanggal 14 Februari 2021.

Damardjati dalam Anisa, P. 2015. Analisis Pengaruh Persepsi, Sikap, Pengetahuan dan Tempat Kerja terhadap Perilaku Keselamatan Karyawan (Studi pada Perusahaan PT MuliaGlass Container Division). Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip. Diakses 19 April.

David, Fred R. 2006. Manajemen strategis. Edisi ke S. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Dayle dalam Sudayono., 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi, CV. Andi, Yogyakarta

Galavan, R. (2014). Doing Business Strategy. Ireland: NuBooks

Helen, Olivia, M.Ikom. 2021. Strategi Marketing Hotel Royal Kuningan Jakarta Pada Masa Covid-19. Vol. 8 No. 2 September 2021

Hery, Suprpto., 2019. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan Di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan). Vol 4 No 3 Oktober 2019

Husein, Umar. 2013. Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Komar, R., 2014. *Hotel Management*. Jakarta: PT. Grasindo.

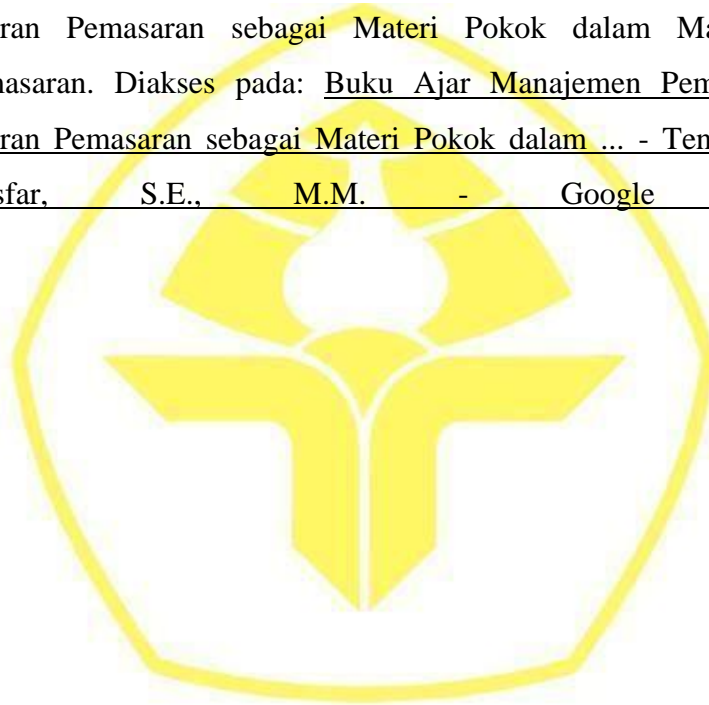
Kotller , Amstrong dalam Sunyoto, D., 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta (ID) : CAPS. (pengertian strategi pemsaran).

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kristiana, Widiawati., 2019. *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Bintang Empat Meraih Pelnggan*.
- M.Zainiuri, Sri Nurinigwahyu, Daris Zunaida., 2019. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Untuk Merencanakan Strategi Pemasaran (Studi pada Ciptaningati Culture Hotel*.
- Monika, Aprilia, Wulandari., Elvira, Septevany., DKK., 2020. *Marketing Strategy In Increasing Baliroom Sales At New Kuta Hotel*. Vol.06 No.02, 2020
- Rangkuti, F., 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti., 2015. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama
- Siagian, Sondang, P., (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan ke-24. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudjana., 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Stanton, William, J., 2013. *Prinsip Pemasaran.*, Alih Bahasa oleh Buchari Alma., Jilid Satu., Edisi Kesepuluh., Jakarta : Erlangga
- Sugiyono., (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta:CAPS.

Tjiptono. Fandy 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy..

Tengku, Firli, Musfar,S.E.,M.M. 2020. Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran. Diakses pada: [Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam ... - Tengku Firli Musfar, S.E., M.M. - Google Books](#)



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

