

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT  
DALAM MENINGKATKAN ROOM NIGHT OCCUPANCY PADA  
NOVOTEL BALI NGURAH RAI AIRPORT**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

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

**OLEH:**

**NI PUTU WINA KUSUMAWARDANI**

**NIM : 1915744143**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2023**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT  
DALAM MENINGKATKAN ROOM NIGHT OCCUPANCY PADA  
NOVOTEL BALI NGURAH RAI AIRPORT**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

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

**OLEH:**

**NI PUTU WINA KUSUMAWARDANI**

**NIM : 1915744143**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG**

**2023**

**ii**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul Skripsi** : Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT  
Dalam Meningkatkan Room Night Occupancy Pada  
Novotel Bali Ngurah Rai Airport

**Penulis Nama** : Ni Putu Wina Kusumawardani

**Nomor Induk** : 1915744143

**Jurusan** : Administrasi Bisnis

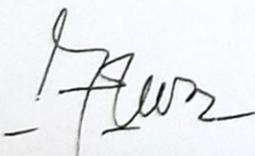
**Program Studi** : D4 Manajemen Bisnis Internasional

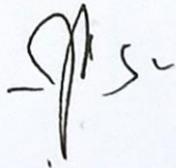
Badung, 23 Agustus 2023

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
Dra. Anak Agung Raka Sitawati, M.Pd  
NIP. 196108121989032002

  
Ir. Ni Wayan Sukartini, M.Agb  
NIP. 196204221990032002

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**STRATEGI PEMASARAN BERDASARKAN ANALISIS SWOT DALAM  
MENINGKATKAN ROOM NIGHT OCCUPANCY PADA NOVOTEL  
BALI NGURAH RAI AIRPORT**

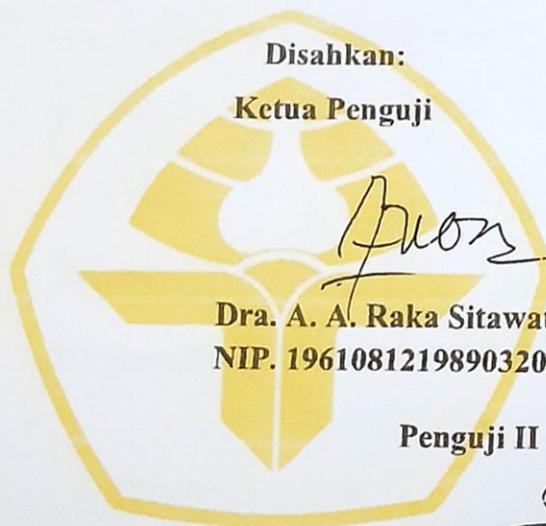
Oleh :

**NI PUTU WINA KUSUMAWARDANI**

**Nim : 1915744143**

**Disahkan:**

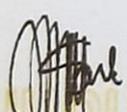
**Ketua Penguji**

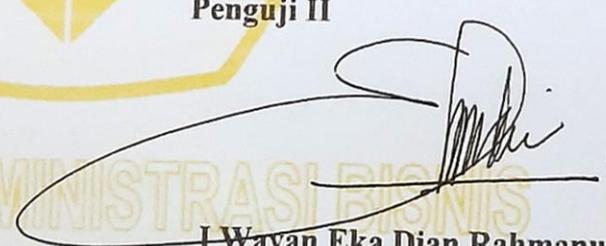


**Dra. A. A. Raka Sitawati, M.Pd**  
**NIP. 196108121989032002**

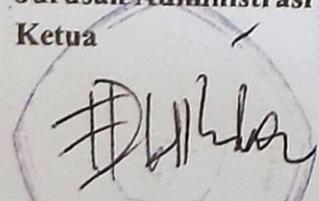
**Penguji I**

**Penguji II**

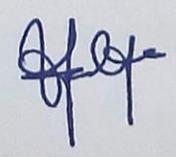
  
**Dr. I Ketut Santra, M.Si**  
**NIP. 196710211992031002**

  
**I Wayan Eka Dian Rahmanu, S.Pd.,M.Pd**  
**NIP. 198805202019031011**

**Mengetahui**  
**Jurusan Administrasi Niaga**  
**Ketua**

  
**Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA.,Ph.D**  
**NIP. 196409291990032003**

**Badung, 24 Agustus 2023**  
**Prodi Manajemen Bisnis Internasional**  
**Ketua**

  
**Ketut Vini Elfarosa, SE,M.M**  
**NIP. 197612032008122001**

## **MOTTO**

*“God has perfect timing, never early, never late, it takes a little patience and it takes a lot of faith, but it’s a worth the wait”*

“Orang lain ga akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success storiesnya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun ga akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

Jadi tetap berjuang ya.”

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas segala penyertaan kepada saya dari awal hingga sampai di akhir masa perkuliahan saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya (Bapak I Made Mariana dan Ibu Ni Wayan Sorni) yang tak henti-hentinya selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dan cinta kepada saya. Terimakasih telah sama-sama berjuang hingga saat ini.
3. Untuk keluarga besar saya, yang selalu memberikan semangat dan dukungan baik secara materi maupun non materi.
4. Terima kasih kepada teman-teman saya terutama Octavia Nur A'isyah dan Ibu Novi Vedra Hursepuny yang selalu membantu saya, memotivasi,

berjuang bersama, telah banyak memberikan saran, masukan, arahan dan semangat selama saya menyelesaikan skripsi ini

5. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, semangat, dukungan, motivasi, dorongan, kritik, saran, kerjasama dan doanya yang telah diberikan kepada saya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar.
6. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : Ni Putu Wina Kusumawardani  
**NIM** : 1915744143  
**Prodi / Jurusan** : Manajemen Bisnis Internasional / Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Skripsi saya dengan judul :

**“STRATEGI PEMASARAN BEDASARKAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN ROOM OCCUPANCY PADA NOVOTEL BALI NGURAH RAI AIRPORT”**

adalah memang benar asli 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 tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebut dalam daftar pustaka.

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

Badung, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan



Ni Putu Wina Kusumawardani

NIM. 1915744143

## **ABSTRACT**

Kusumawardani, Ni Putu Wina. 2023. *Marketing strategy based on SWOT analysis in increasing room occupancy at Novotel Bali Ngurah Rai Airport. Thesis : International Bisnis Managemenet, Bisnis Administratrion,Bali State Politechnic.*

*The Increasing number of tourists coming to Bali will also affect The increasing number of tourists coming to Bali will also affect the development of tourism facilities such as accommodation facilities and other supporting facilities. This study aimed to understand Novotel Bali Ngurah Rai Airport's strengths and weaknesses in conducting its marketing activities and find out the marketing strategy used to improve the room occupancy rate in the Novotel Bali Ngurah Rai Air. Data collection method used were observation, interview, and documentation. The data analysis techniques used were the EFAS, IFAS and SWOT Analysis. The study result states that Novotel Bali Ngurah Rai Airport position is in the quadrant V, i.e., the Growth strategy or vertical integration strategy. The SWOT analysis found several marketing strategy alternatives in improving the occupancy, which consists of the SO Strategy: enhancement in advertisement intensity and the creation of the business hotel, the WO Strategy: the creation of press relationship and scheduling of personal selling, the ST Strategy: reinforcement of brand image, and the WT Strategy: improvement of public relation role in facing the global economy.*

**Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis, SWOT matix, Room Night Occupancy, Growth Oriented Strategy**

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Room Night Occupancy Novotel Bali Ngurah Rai Airport” dengan baik dan penulis mampu menyelesaikan tepat waktu. Tujuan penulisan Usulan penelitian ini merupakan syarat penyusunan skripsi agar dapat menyelesaikan Pendidikan Terapan S1 Manajemen Bisnis Internasional di Politeknik Negeri Bali.

Selama penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mendapatkan bantuan dan dukungan baik secara doa, moral maupun bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas pada penulis untuk menuntut ilmu di kampus Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE, MBA, Ph.D, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali, yang telah memberikan dukungan dan saran penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Niaga kampus Politeknik Negeri Bali.
3. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE,M.M, selaku Ketua Progam Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang memberikan pengarahan, bimbingan serta dukungan dalam melaksanakan penyususna penelitian ini.

4. Ibu Dra. Anak Agung Sitawati, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingan untuk membantu penulis agar dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
5. Ibu Ir. Ni Wayan Sukarti, M.Agb selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, motivasi dan dukungan selama proses penyusunan penelitian ini dari awal sampai akhir.
6. Teman-teman kelas MBI C angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan, saling memberikan masukan, dan informasi satu sama lain dalam melakukan penulisan penelitian ini.
7. Seluruh keluarga besar Novotel Bali Ngurah Rai Airport yang selalu mendukung dan memberikan motivasi selama proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki sehingga besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, dan mohon maaf atas kesalahan dalam melakukan penulisan.

Badung, 25 Agustus 2023

Penulis



Ni Putu Wina Kusumawardani

## DAFTAR ISI

KULIT MUKA .....	i
JUDUL SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Strategi .....	9
2.1.2 Pemasaran .....	11
2.1.3 Strategi Pemasaran .....	12
2.1.4 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	13
2.1.5 Hotel.....	21
2.1.6 <i>Room Occupancy</i> .....	24
2.1.7 Analisis SWOT .....	25
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Teoritis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN .....	33
3.1. Jenis Penelitian.....	33
3.2 Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Obyek Penelitian .....	34
3.4 Populasi dan Sampling.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.1 Sample.....	35
3.5 Data Penelitian .....	35
3.5.1 Jenis Data.....	35
3.5.2 Sumber Data .....	36
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Definisi Operasional Variable .....	38
3.7 Analisis Data .....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.2 Hasil Analisi dan Pembahasan.....	67
4.3 Implikasi Hasil Penelitian .....	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Simpulan .....	97
5.2 Saran .....	99
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali Tahun 2020-2022 .....	1
Tabel 1.2 Jumlah <i>Occupancy</i> Novotel Bali Ngurah Rai Airport .....	3
Tabel 1.3 Top <i>Production</i> Novotel Bali Ngurah Rai Airport tahun 2022 .....	5
Tabel 3.1 Matrix EFAS .....	44
Tabel 3.2 Matrix IFAS .....	47
Tabel 3.3 Matrix IE .....	49
Tabel 4.1 Kategori Kamar Novotel Bali Ngurah Rai Airport .....	53
Tabel 4.2 Daftar Harga Kamar Novotel Bali Ngurah Rai Airport.....	69
Tabel 4.3 Total Diskon harga di Novotel Bali Ngurah Rai Airport.....	70
Tabel 4.4 Analisis SWOT .....	83
Tabel 4.5 Hasil Matrix IFAS .....	86
Tabel 4.6 Hasil Matrix EFAS .....	87
Tabel 4.7 Hasil Matrix IE .....	89
Tabel 4.8 Strategi Pemasaran melalui Matrix SWOT.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	32
Gambar 3.1 Matrix SWOT .....	49
Gambar 4.1 <i>Suite Room</i> .....	53
Gambar 4.2 <i>Junior Suite Room</i> .....	54
Gambar 4.3 <i>Executive Room</i> .....	55
Gambar 4.4 <i>Superior Room</i> .....	56
Gambar 4.5 <i>Square Restaurant</i> .....	57
Gambar 4.6 <i>Gourmet Bar</i> .....	58
Gambar 4.7 <i>In Balance Fitnes Center</i> .....	58
Gambar 4.8 <i>In Balance Spa</i> .....	59
Gambar 4.9 <i>Swimming Pool</i> .....	60
Gambar 4.10 Kids Corner .....	60
Gambar 4.11 Premier Lounge .....	61
Gambar 4.12 Runaway Bar .....	61
Gambar 4.13 Meeting Room A320 .....	62
Gambar 4.14 Ballroom A380 .....	62
Gambar 4.15 Struktur Organisasi Sales & Marketing di Novotel Bali Ngurah Rai Airport .....	64

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Lembar Konsultasi Bimbingan

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Hasil Wawancara

Lampiran 4 Riwayat Hidup Peneliti

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bali merupakan salah satu destinasi pariwisata yang sangat terkenal di dunia. Keanekaragaman objek wisata dengan didukung kebudayaan Bali yang masih asri mengundang wisatawan lokal maupun mancanegara untuk datang ke Bali (Puspa & Saitya, 2019). Berdasarkan Badan Pusat Statistik provinsi Bali, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis tepatnya di bulan April.

Kunjungan wisatawan mancanegara juga masih rendah di tahun 2021 bahkan di bulan Juli hingga September tidak ada wisatawan mancanegara yang datang ke Bali. Namun di tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mulai meningkat setiap bulannya dengan total kunjungan 2.155.747 wisatawan.

Table 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali tahun 2020-2022

Bulan	Tahun		
	2020	2021	2022
Januari	5 36.611	10	3
Februari	364.639	12	1.310
Maret	167.461	3	14.620
April	379	9	58.335
Mei	36	8	115.611
Juni	45	1	181.625
Juli	16	0	246.504
Agustus	12	0	276.659
September	8	0	291.162
Oktober	63	2	305.244
November	53	6	287.398
Desember	150	-	377.276
Total	1.069.473	51	2.155.747

Sumber:www.bps.go.id, 2023

Dalam masa pasca 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.

Upaya pemerintah menurunkan resiko penyebaran Covid 19 diawal wabah adalah menutup beberapa akses yang mampu memicu percepatan penyebaran virus *Corona* seperti tempat perbelanjaan, hiburan sampai akhirnya Bandar udara yang identic dengan keramaian. Penutupan sementara beberapa bandar udara, salah satunya Bandar Udara Internasional I Gusti Ngurah Rai Bali secara tidak langsung berpengaruh terhadap aktivitas hotel yang terdapat

disana yaitu Novotel Bali Ngurah Rai Airport. Akibat covid19 mengakibatkan penurunan tingkat hunian kamar di Novotel Bali Ngurah Rai Airport.

Hotel Novotel Bali Ngurah Rai Airport yang berlokasi di Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai Airport dengan akses langsung ke Keberangkatan Internasional dan Kedatangan Domestik. Novotel Bali Ngurah Rai Airport dimiliki oleh Angkasa Pura Hotel yang diresmikan di akhir tahun 2014 dan bergabung ke dalam management ACCOR International. Novotel Bali Ngurah Rai Airport menjadi hotel kelas menengah pertama di dalam bandara di Indonesia. Wisatawan yang menginap di Novotel Bali Ngurah Rai Airport sebagian besar bertujuan untuk transit sambil menunggu penerbangan selanjutnya. Berikut adalah data tingkat hunian kamar pada Novotel Bali Ngurah Rai Airport dari tahun 2021-2023 :

Tabel 1.2 Jumlah *Occupancy* Novotel Bali Ngurah Rai Airport Tahun 2021-2023

No	Bulan	Occupancy (%)		
		2021	2022	2023
1	Januari	3,74	19,17	94,55
2	Februari	3,35	17,82	88,02
3	Maret	3,87	29,99	82,13
4	April	3,35	36,68	85,80
5	Mei	2,60	57,28	84,21
6	Juni	8,56	64,24	-
7	Juli	3,07	75,12	-
8	Agustus	21,83	83,70	-
9	September	26,70	86,02	-
10	Oktober	23,13	87,82	-
11	November	20,83	90,78	-
12	Desember	22,97	91,52	-

(data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa *occupancy* pada Novotel selalu mengalami kenaikan dan penurunan di periode-periode tertentu. Ditahun 2020 *occupancy* di Novotel Bali Ngurah Rai Airport sempat mengalami penurunan hingga menyentuh angka 2,49% di bulan Juni dikarenakan dampak dari pandemi. Dan pada tahun 2021 sudah mulai perlahan mengalami kenaikan hingga sempat menyentuh persentase 26,70% di bulan September. Setelah adanya kebijakan pada 17 Mei 2022 dari Kementerian Kesehatan Budi Gunadi Sadikin bagi pelaku perjalanan dalam negeri dan luar negeri dalam melakukan perjalanan tetapi dengan catatan sudah divaksin lengkap maka dapat dilihat *occupancy* di Novotel mulai mengalami kenaikan ditahun 2022 hingga sempat menyentuh *occupancy* 91,52%. Tetapi per 1 Februari 2023, beberapa grup yang dulunya bekerja sama dengan Novotel Bali Ngurah Rai Airport yaitu PT. Batutua Kharisma Permai dan PT. Batutua Tembaga Raya telah mengakhiri kontraknya sehingga menyebabkan penurunan *occupancy* pada bulan Februari 2023 sebesar 6,53%.

Karena memberikan kontribusi yang sangat besar pada masa *Covid-19* sehingga Novotel Bali Ngurah Rai Airport tetap memiliki *revenue* membuat dua grup ini masuk dalam *top production*. Berikut adalah tabel yang menunjukkan betapa berpengaruhnya dua grup besar ini yaitu PT. Batutua Kharisma Permai dan PT. Batutua Tembaga Raya terhadap produksi Novotel Bali Ngurah Rai Airport dalam membantu memenuhi *room night occupancy* pada tahun 2022.

Tabel 1.3 *Top Production* Novotel Bali Ngurah Rai Airport tahun 2022-2023

<b><i>Top Production</i></b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
PT. Batutua Kharisma Permai	3.986	621
PT. Batutua Tembaga Raya	3.235	-
Turkish Airlines	1.951	2.144
Expedia	864	415
Free Individual Traveler	853	921
Qatar Airways	751	5.735
Booking.com	655	2.935
Accorhotels.com	623	3.323
Emirates	496	5.045
Tiket.com	299	-
Other	1.375	2.864

(Sumber : *Sales & Marketing Department 2023*)

Hilangnya grup-grup ini memberikan dampak yang sangat besar dalam manajemen hotel dan dapat dilihat dibulan-bulan selanjutnya *occupancy* Novotel Bali Ngurah Rai Airport belum stabil dan pastinya manajemen hotel akan merubah strategi mereka dalam mencapai target room night *occupancy* yang diinginkan.

Sebagai industri yang bergerak di bidang jasa, Novotel Bali Ngurah Rai Airport akan memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamunya. Tiap hotel akan berusaha memberikan nilai tambah yang berbeda atas produk dan jasa serta pelayanan yang diberikan kepada tamunya. Nilai tambah ini membuat suatu hotel berbeda antara satu dengan yang lainnya. Adanya pemilihan dari tamu terhadap suatu hotel menyebabkan timbulnya persaingan dalam bisnis perhotelan. Tidak semua hotel berhasil dalam bersaing dan

menguasai pasar sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Untuk itu Novotel Bali Ngurah Rai Airport membutuhkan kebijakan dan strategi pemasaran dalam menghadapinya.

Pelaksanaan strategi pemasaran saat ini sangat penting untuk mendukung peningkatan laba karena strategi pemasaran dapat memperoleh hasil yang maksimal, strategi pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas antara lain strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya.

Guna meningkatkan pemasaran di bidang perhotelan perlu adanya strategi yang jitu dan unik dari setiap hotel, oleh karenanya masing-masing hotel memiliki strategi pemasaran yang berbeda dalam mengikat pengunjung hotel, dengan begitu strategi pemasaran yang dimiliki oleh masing-masing hotel menjadi daya saing tersendiri sehingga penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi dari salah satu hotel yang ada di Bali dan satu-satunya hotel yang terletak di dalam bandara Ngurah Rai Airport yaitu Novotel Bali Ngurah Rai Airport. Dalam mengembangkan Novotel Bali Ngurah Rai Airport maka dilakukan analisis yang berkaitan dengan peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan oleh hotel untuk memajukan usahanya. Untuk mengetahui peluang-peluang maka diperlukan kecenderungan pasar, perubahan perilaku tamu yang mungkin dapat menghambat usaha di masa depan. Mengantisipasi ancaman-ancaman yang mungkin terjadi di masa depan yang dapat menghambat kesuksesan suatu usaha, dan untuk mengantisipasinya maka diperlukan analisis SWOT yang merupakan alat yang dapat merumuskan

strategi perusahaan berdasarkan pada kekuatan dan peluang namun secara bersamaan meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Berdasarkan paparan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Room Night Occupancy pada Novotel Bali Ngurah Rai Airport”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal dari strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan untuk meningkatkan *room night occupancy* di Novotel Bali Ngurah Rai Airport?
- 1.2.2 Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Novotel Bali Ngurah Rai Airport untuk membangun kekuatan, mengatasi kelemahan, mengeksploitasi peluang serta menghadapi ancaman yang dimiliki dan dihadapi untuk meningkatkan *room night occupancy*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas penelitian memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1.3.1 Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal dari strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan untuk meningkatkan *room night occupancy* di Novotel Bali Ngurah Rai Airport.

- 1.3.2 Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Novotel Bali Ngurah Rai Airport untuk membangun kekuatan, mengatasi kelemahan, mengeksplorasi peluang serta menghadapi ancaman yang dimiliki dan dihadapi untuk meningkatkan *room night occupancy*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi pemasaran hotel dalam meningkatkan penjualan hunian kamar serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan pertimbangan dalam perencanaan dan evaluasi strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan hunian kamar di Novotel Bali Ngurah Rai Airport.
2. Bagi peneliti, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai media pembelajaran yang lebih dalam terkait strategi pemasaran dalam dunia pariwisata khususnya di dunia perhotelan.
2. Bagi umum, penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan dalam melihat kecenderungan sebuah perusahaan tentang penerapan strategi pemasaran dalam pelaksanaan bisnis.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai penelitian ini tentang strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT dalam meningkatkan Room Night Occupancy pada Novotel Bali Ngurah Rai Airport maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan tingkat hunian kamar pada Novotel Bali Ngurah Rai Airport tertuang sebagai berikut :

1. Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis matriks IE diketahui posisi Novotel Bali Ngurah Rai Airport berada pada Sel V, yaitu pada posisi strategi pertumbuhan (*growth strategy*) dengan Skor IFAS 2,80 dan EFAS 2,94. Strategi ini didesain untuk mencapai pertumbuhan baik dalam penjualan, asset, profit, maupun kombinasi dan ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan meminimalkan biaya sehingga meningkatkan profit dalam hal ini meningkatkan *room night occupancy* di Novotel Bali Ngurah Rai Airport. Cara ini merupakan strategi terpenting saat kondisi perusahaan berada dalam pertumbuhan yang cepat dan terdapat kecenderungan pesaing untuk melakukan perang harga dalam usaha meningkatkan pangsa pasar untuk memperoleh profit.

2. Strategi yang dapat digunakan Novotel Bali Ngurah Rai Airport berdasarkan matrix SWOT yaitu menggunakan strategi SO dengan memaksimalkan jangkauan pasar online dengan menyajikan konten-konten yang menarik mulai dari promo, bentuk fisik hotel, suasana sekitar hotel hingga hal-hal yang bisa didapat oleh tamu yang menginap, mengangkat budaya dan lingkungan sekitar, meningkatkan kerja sama dengan travel agent baik offline atau online mengingat penggunaan online travel agent sudah menjadi kebiasaan tamu untuk memilih hotel dan memaksimalkan pelayanan staff dengan menggunakan teknologi yang dimiliki oleh hotel sebagai penunjang.  
Dengan strategi WO yaitu meningkatkan fasilitas di hotel untuk menunjang kebutuhan tamu seperti fasilitas parkir dan menciptakan berbagai promo yang nanti dapat disebarakan melalui media offline dan online dengan penawaran harga yang menarik.  
Dengan strategi ST yaitu memperluas dan meningkatkan kegiatan promosi yang sudah dilakukan, mengangkat hal yang menjadi ikon atau ciri khas hotel, membuat inovasi-inovasi terbaru untuk hotel agar terlihat unik dan menarik dan memberikan service pelayanan yang mengutamakan kepuasan tamu untuk dapat bersaing dengan competitor baru disekitar hotel.  
Dengan strategi WT yaitu meningkatkan kerjasama dengan pihak terkait seperti even organaiser, pemerintahan untuk menyesuaikan

harga yang tepat dan lebih intens dalam melakukan promosi hotel agar hotel makin diingat dan dikenal oleh calon tamu.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya dan kesimpulan maka terdapat beberapa hal yang perlu menjadi perhatian oleh pihak manajemen Novotel Bali Ngurah Rai Airport berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan *room night occupancy* hotel. Agar mampu untuk meningkatkan volume penjualan kamar demi memperkuat posisi hotel, Novotel Bali Ngurah Rai Airport perlu untuk lebih mengembangkan faktor-faktor yang menjadi kelebihan dan peluang hotel yang efektif dan memaksimalkannya, dengan selalu berinovasi dengan membuat produk-produk baru yang belum pernah dicoba sebelumnya. Saran strategi yang bisa dicoba adalah sebagai berikut :

1. Dengan memanfaatkan *rooftop bar area* yang bisa dijadikan *intertain place* dengan mengadakan *live music* dan membuat *barbeque package* yang bisa diadakan di rooftop yang jam operasionalnya bisa dari sore menjelang malam yang nantinya akan terjadi fenome matahari tenggelam sehingga dengan *view sunset* akan lebih banyak yang tergiur untuk menghabiskan waktunya di *rooftop bar*.
2. Membuat paket untuk tamu yang tidak ingin menginap di Novotel Bali Ngurah Rai Airport tetapi hanya ingin menggunakan fasilitasnya saja dengan minimum pembelian. Hal ini bisa menambah *revenue* walaupun bukan *revenue* kamar.

Hotel perlu membenahi beberapa fasilitas seperti menyediakan tempat parkir yang tanpa harus membayar atau *free* untuk tamu yang menginap, lebih menjaga kebersihan kamar atau fasilitas penunjang. Hal ini akan mempengaruhi kenyamanan konsumen, terutama mereka yang hanya ingin transit dan berbulan madu dan meminimalisir complain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. S., Sri, A. A. P., & Suarka, F. M. (2019). Strategi promosi dalam meningkatkan tingkat hunian kamar di grand clarion hotel & convention Makassar.
- Abdurrahman, Nana Herdiana.(2008). “Manajemen Strategi Pemasaran”, Bandung : Pustaka Setia. Hal.109.
- Adisaputro, Gunawan.(2019). Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Yogyakarta.UPPSTIMYKPN.
- Aditya,K & Wardana (2017:45). Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh Word of Mouth terhadap Niat Beli Konsumen Beli. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 6(2). 45.
- Andini, F. H., & Koesrindartoto, D. P. (2020). Developing a Marketing Strategy to Increase the Occupancy Rate: Case Study Hotel XYZ.
- Anggreni, P., Ekonomi, F., & Mahendradatta, U. (2015). Strategi Pemasaran Waka Namyia Resort & Spa Ubud-Bali. 10(2), 37–47.
- Assuari, Sofjan.(2013). “Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi”, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persuda.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta. Journal of Indonesia Tourism, Hospitality and Recreation --- Volume 1, nomor 2.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2018) “Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Tahun 2018.” bali.bps.go.id/ diakses pada 24 Mei 2023
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2019) “Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Tahun 2019.” bali.bps.go.id/ diakses pada 24 Mei 2023
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2020. Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Tahun 2020. bali.bps.go.id/ diakses pada 24 Mei 2023.
- Balitha, N. M. N., Sutama, I K., Elistyawati, I. A., Mudana, I G., Triyuni, N. N. & Ernawati, N. M (2022). Implementation of E-Service Quality at Front Office Department to Increase Guest Satisfaction. International Journal of Travel, Hospitality and Events, 1(3), 202–213. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v1i3.171>.
- Bungin, B. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. PT Raja Grafindo.
- Buchari Alma. 2018 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan 13 Bandung. *Alfabeta*.
- Danang, Suyanto.2012. Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan pertama. Yogyakarta. *CAPS*.

- Dewi, A. A. P., Astawa, I P., Suarja, I K., Armoni, I. E., Surdiarta, M. & Astuti, N. N. S. (2022). Marketing Mix Implementastion to Increase Meeting Room Sales at The Jayakarta Lombok Beach Resort & Spa. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 1(3), 266-275. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v1i1.4>.
- Dewi, Retia Kartika. (2020). “Perjalanan Kasus Virus Corona di Indonesia”, <https://www.kompas.com/tren/read/2020/09/02/073000465/perjalanan-kasusvirus-corona-di-indonesia>, di akses 13 Februari 2023 pukul 20.34.
- Elrado, M., Kumadji, S., & Edi, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(2), 84813.
- Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi.2016. Teknik Analisis SWOT, Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Hamel dan Prahalad.(2018).”Management”, New Delhwi : Tata Mc Graw Hill.
- Hardian, N. K. M., Susanto, B., Astawa, I K., Nandra, N. M. & Swabawa, A. A. P. (2022). Analysis of Online and Offline Travel Agents Contribution to Room Occupancy. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 1(2), 83-95. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v1i2.10>.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2016). “Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 dan 2”. Jakarta : PT. Indeks.
- Kusuma, Made Ari Dwija. (2016). “Strategi Promosi untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Legian Beach Hotel – Desa Legian Kecamatan Kuta”. Laporan Akhir. Denpasar. Program Studi Diploma IV Pariwisata Universitas Udayana.
- Maulana, Rai,S.T.JMIG. (2020). “Strategi Pemasaran Produk untuk meningkatkan Daya Saing Volume Penjualan” Laporan Akhir. Program Studi Teknik Industri Universitas Galuh.
- Panduan Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis International. Politeknik Negeri Bali.
- Prakoso, Prasetyo Aji.(2017). “Front Office Praktis (Administrasi dan Prosedur Kerja). Yogyakarta : Gava Media.
- Puspa, I. A. T., & Saitya, I. B. S. (2019). *Ngaben sebagai Daya Tarik Pariwisata*. 4(1), 88–100.
- Putu Nandana Krisyanti, Ida Ayu dkk. (2022). *Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Di Karma Karndara Resort Bali Pada Masa Pandemi Covid 2019*. Kabudapten Badung, Bali, Indonesia. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*. 1-14.
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT tenik membelah kasus bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Safitri, N. M. A., Aryana, I N. R., Elistyawati, I. A., Sudiarta, M. & Armoni, N. L E. (2022). Front Office Department Service Quality during the Covid-19 Period. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 1(1), 29–36. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v1i1.5>.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Mitra Wacana Media.
- Semara, I Made Trisna.(2018).”Perencanaan dan Perancangan Hotel”. Indonesia : Deepublish
- Setiyarti, Tettie, Muhammad Rabitha Alam (2019) Pengaruh Tingkat Hunian Terhadap Pendapatan Makanan dan Minuman: Studi Kasus Luna2 Hotel Bali. *Jurnal Rekomendasi Edisi April Volume 2 No.2 2019*
- Sugioyo.(2014).”Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D”. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugioyo.(2015).”Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D”. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugioyo.(2017).”Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D”. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugioyo.(2018).”Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D”. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sonyoto, Danang.(2019). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep Strategi dan Kamus)*. Cetakan ke-3. Jakarta : PT. Buku Seru.
- Tjiptono, Fandy 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana.(2020).”Pemasaran”, Yogyakarta:Andi
- Wahyuntari, N. L. P., Sutarma, I. G. P., & Antara Suria, D. M. (2020). The Impelentation of Marketing Mix to Increase Room Sales.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Widodo, S. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle). *Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(1), 84–90. <http://jurnal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>
- Wijaya, C. P., & Santoso, T. P. B. (2018). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Bali Mandira Legian.

Wijyanthi, I. A. T., Ratini, P. M., & Pradnyadari, N, K. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Hunian Kamar di Anantara Uluwatu Bali Resort. 10(1)