

**STRATEGI PEMASARAN HOTEL NEW AYUDA PUNCAK
BOGOR**

Tugas Akhir

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Diploma Ekonomi Pada Jurusan Manajemen Pemasaran
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**TIA ANGGRAENI
NIM: 2431900245**



**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN HOTEL NEW AYUDA PUNCAK
BOGOR**

Oleh:

Nama : TIA ANGGRAENI
NIM : 2431900245
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 11 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Aldy F. Dira, SE., MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Tugas Akhir Berjudul

**STRATEGI PEMASARAN HOTEL NEW AYUDA PUNCAK
BOGOR**

Oleh:

Nama : Tia Anggraeni
NIM : 2431900245
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Tugas Akhir, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Agustus 2022
Waktu : 08.20 – 09.20 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Tugas Akhir

Ketua : Sugiharto, SH. MM (.....)
Anggota : Gena Prasetya Noor, SH. (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : TIA ANGGRAENI
NIM : 2431900245
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Nomor KTP : 3201265908010003
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 19 Agustus 2001
Alamat : Kp. Sirnagalih Rt.02/02 Desa Megamendung Kec.
Megamendung Kab. Bogor

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir yang berjudul Strategi Pemasaran Hotel New Ayuda Puncak ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 11 Agustus 2022

TIA ANGGRAENI

ABSTRAK

TIA ANGGRAENI. NIM 2431900245. Strategi Pemasaran HOTEL NEW AYUDA PUNCAK. Program Studi Manajemen Pemasaran. STIE GICI Depok 2022.

Pesatnya pertumbuhan bisnis perhotelan mengakibatkan tingkat persaingan antar hotel yang tinggi. Para pengelola hotel harus berusaha sebaik mungkin dalam memanfaatkan pasar yang ada dengan memberi image dan layanan khusus kepada para tamunya. Salah satunya yaitu Hotel New Ayuda Puncak yang berdiri sejak tahun 2006. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Hotel New Ayuda Puncak serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Hotel New Ayuda Puncak, serta untuk mengetahui dan menganalisis alternatif strategi dan prioritas strategi yang harus digunakan oleh Hotel New Ayuda Puncak.

Penelitian ini dilakukan di Hotel New Ayuda Puncak yang terletak di kawasan Megamendung, Puncak. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Sedangkan untuk pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Untuk teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Matriks SWOT.

Hasil analisis SWOT dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang harus dihadapi oleh Hotel New Ayuda Puncak. Kekuatan yang dimiliki oleh Hotel New Ayuda Puncak adalah Lokasi Yang Strategis, Memiliki fasilitas yang aman dan nyaman Promosi melalui media massa Kecepatan, ketelitian, kerapihan pekerja dalam bekerja, Lahan parkir yang luas, dan Memiliki beberapa hotel lainnya yang strategis. Kelemahannya adalah Belum tersedia area untuk olahraga, Tidak terisinya beberapa posisi jabatan, Promosi yang belum efektif dan berkesinambungan. Peluangnya adalah Menjalinkan komunikasi yang baik dengan pelanggan, Meningkatnya jumlah pengunjung wisatawan. Dan Ancaman yang harus dihadapi oleh hotel new ayuda puncak adalah Terdapat pesaing lain seperti villa, wisma dan Hotel, Meningkatnya kualitas pelayanan dan fasilitas hotel pesaing.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Hotel New Ayuda Puncak, SWOT.

ABSTRACT

TIA ANGGRAENI. NIM 2431900245. MARKETING STRATEGY OF HOTEL NEW AYUDA PUNCAK. Marketing Management Study Program. STIE GICI Depok 2022.

The rapid growth of the hospitality business has resulted in a high level of competition between hotels. Hoteliers must try their best to take advantage of the existing market by providing special images and services to their guests. One of them is the New Ayuda Puncak Hotel which was established in 2006. This study aims to find out and analyze the strengths and weaknesses possessed by the New Ayuda Puncak Hotel as well as the opportunities and threats faced by the New Ayuda Puncak Hotel, as well as to find out and analyze the alternative strategies and strategy priorities that must be used by the New Ayuda Puncak Hotel.

This research was conducted at the New Ayuda Puncak Hotel located in the Megamendung area, Puncak. The type of research used in this study is qualitative descriptive analysis. As for the data collection used in this study, namely primary data and secondary data. For data analysis techniques in this study using the SWOT Matrix.

The results of the SWOT analysis can be known the strengths, weaknesses, opportunities and threats possessed by the New Ayuda Puncak Hotel is a Strategic Location, Has safe and comfortable facilities Promotion through mass media Speed, accuracy, neatness of workers at work, large parking lots, and has several other strategic hotels. The problem is that Belom is available areas for sports, Unfilled several positions, Promotions that are effective and sustainable. The opportunity is To establish good communication with customers, Increase the number of tourist visitors. And The threat that must be faced by the top new ayuda hotels is There are other competitors such as villas, guest houses and hotels, The increasing quality of service and facilities of competing hotels.

Keywords : Marketing Strategy, Hotel New Ayuda Puncak, SWOT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Hotel NewAyuda Puncak”. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada program Diploma III di Jurusan Manajemen Pemasaran, STIE GICI. Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan, waktu dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis sangat berharap untuk mendapatkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini, penulis banyak menerima bimbingan serta dorongan moral maupun materil dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Nurdin Rifa’i selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya.
2. Ibu Prof. Dr Sri Gambil Melati Hatta S.H Selaku Ketua STIE GICI BusinessSchool.
3. Bapak Eko Wahyu Widayat, S.Si, S.E., MM selaku Wakil Ketua I Bidang Akademik.
4. Bapak Intan Idianto, S.E., MM selaku Waket II.
5. Bapak Aldi Friyatna Dira, S.E., MM selaku Wakil Ketua III dan pembimbing yang telah memberikan pengarahan serta kritik yang membangun dalam Karya Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dian Rusmana, S.E selaku Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran yang telah membantu dan menyelenggarakan program D3 Manajemen Pemasaran STIE GICI.
7. Ibu Tami Sucirat Cristiningsih, S.E., selaku Ketua BAAK STIE GICI Bogor yang selama ini membantu dalam pengurusan mata kuliah serta tugas akhir ini.
8. Ayahanda Agus Sulaeman dan Ibunda Suryani yang telah mendidik sertamemotivasi selama penulis menuntut ilmu sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
9. Ibu Ika selaku HRD Hotel New Ayuda Puncak yang telah mengizinkan penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

10. Hotel New Ayuda Puncak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman kelas pemasaran yang telah berjuang bersama-sama selama perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan laporan ini tentunya masih banyak terdapat kekurangan, kesalahan dan kekhilafan karena keterbatasan kemampuan penulis, untuk itu sebelumnya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaiki yang bersifat membangun atas laporan ini. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun kita bersama.

Depok, 11 Agustus 2022

Penulis

Tia Anggraeni

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Perumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	3
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Manajemen	6
2.1.2. Pengertian Pemasaran	6
2.1.3. Jasa	7
2.1.4. Strategi Pemasaran	9
2.1.5. Analisis SWOT	12
2.1.6. Matriks SWOT	13
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Kerangka Pemikiran	16
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	17
3.2. Jenis Penelitian	17
3.3. Jenis Data	18
3.4. Teknik Pengumpulan Data	18
3.5. Metode Analisis Data	19
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Perusahaan	22
4.1.1 Sejarah Perusahaan	22
4.1.2 Visi & Misi Perusahaan	23
4.1.3 Struktur Organisasi	23
4.2. Hasil Pembahasan	23

4.2.1. Analisis Internal	23
4.2.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	23
4.2.1.2 Segmenting, Targeting, Positioning	27
4.2.2 Analisis Eksternal	27
4.2.2.1 Peluang	29
4.2.2.2 Ancaman	31
4.3 Analisis SWOT	31
4.4 Matriks SWOT	34
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	39
5.2. Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

2.1. Penelitian Terdahulu	16
3.1. Penjadwalan Penelitian.....	18

DAFTAR GAMBAR

1.1. Rekapitulasi hasil penjualan	3
2.1. Kerangka Pemikiran.....	14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan.....	44
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup.	45
Lampiran 3 Kartu Bimbingan.....	46
Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara.....	47
Lampiran 6 Dokumentasi	51
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian	54