

ABSTRACT

The Business world is increasingly developing, influenced by technological advances, making the hotel business highly competitive so that new and significant marketing strategies are needed in the process of market competition between competitors to achieve better business targets than before and maximize both internal and external hotel conditions. This study aims to determine a marketing strategy at Kawana Hotel Padang using SWOT analysis. In determining a marketing strategy, it is necessary to know the internal factors and strengths and weaknesses as well as external factors opportunities and threats.

This research method uses descriptive qualitative. The population in this research is the manager and marketing division, IT department, receptionist and customers at Kawana Hotel Padang. The sample of this study is a manager and marketing division IT department and customers at the Kawana Hotel Padang. Data collection techniques in this study were carried out through interviews, observation and focus groups.

The result showed that the analysis of the internal environment of Kawana Hotel Padang has the strength in a strategic location, complete facilities, affordable price, polite and friendly service. While weaknesses are that there are rooms that still have no windows and floors with cracked and glossy and position of the air conditioner in the room is not quite right. In the external environment, Kawana Hotel Padang consists of a wide market share, high customer demand and maximizing market through social media. Meanwhile the threat in this form of competitors engaged in the same field, customers who switch to other hotels and competitors who offer low price. The results showed that Kawana Hotel Padang had more power than its disadvantages, and also had more opportunities compared to the threat. Therefore, based on the SWOT analysis Kawana Hotel is in the quadrant I position on the SWOT diagram and the marketing strategy that can be formulated is the Growth Strategy. Based on the SWOT Matrix analysis, the strategies that can be formulated are SO, WO, ST and WT strategies and supported by growth-oriented strategies. The strategy that can be used by Kawana Hotel Padang is based on the SWOT matrix, namely by optimizing promotion, expanding marketing through social media. Always make innovation in the facilities offered and always maintain good relationships with customers.

Keyword : Marketing strategy, SWOT analysis, SWOT matrix.

ABSTRAK

Dunia bisnis yang semakin berkembang dipengaruhi kemajuan teknologi membuat tingginya tingkat persaingan bisnis perhotelan sehingga diperlukan strategi pemasaran yang baru dan signifikan dalam proses persaingan pasar antar kompetitor untuk mencapai target bisnis yang lebih baik dari sebelumnya dengan memaksimalkan baik dari kondisi internal maupun eksternal hotel. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran pada Kawana Hotel Padang dengan menggunakan analisis SWOT. Dalam menetapkan strategi pemasaran perlu mengetahui faktor internal dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal dari peluang dan ancaman.

Metode penelitian ini adalah dengan menggunakan deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu manajer dan divisi pemasaran, IT departemen dan resepsionis serta beberapa tamu pada Kawana Hotel Padang. Sampel penelitian ini adalah manajer dan divisi pemasaran, IT departemen dan Tamu pada Kawana Hotel Padang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi dan fokus group.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Analisis lingkungan internal Kawana Hotel Padang memiliki kekuatan pada lokasi yang strategis, fasilitas yang lengkap, harga yang terjangkau, pelayanan sopan dan ramah. Sedangkan kelemahan yang dimiliki yaitu terdapatnya kamar yang masih belum ada jendela dan lantai yang keramikanya retak dan glossy serta posisi AC dikamar yang kurang pas. Pada lingkungan eksternal Kawana Hotel Padang terdiri dari Pangsa pasar yang luas, Permintaan konsumen yang tinggi dan Memaksimalkan pemasaran melalui media sosial. Sedangkan ancaman berupa Pesaing yang bergerak pada bidang yang sama, konsumen yang beralih ke hotel lain dan Pesaing yang menawarkan harga miring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kawana Hotel Padang memiliki kekuatan lebih dari kekurangannya, dan juga memiliki lebih banyak peluang dibandingkan dengan ancaman. Oleh karena itu, berdasarkan analisis SWOT Hotel Ciptaningati Culture berada pada posisi kuadran I pada diagram SWOT dan strategi pemasaran yang dapat dirumuskan adalah Strategi Pertumbuhan. Berdasarkan analisis Matriks SWOT, strategi yang dapat dirumuskan adalah strategi SO, WO, ST dan WT dan didukung oleh strategi berorientasi pertumbuhan. Strategi yang dapat digunakan oleh Kawana Hotel Padang berdasarkan matriks SWOT yaitu dengan Mengoptimalkan promosi, Memperluas pemasaran melalui media sosial, Selalu melakukan inovasi pada fasilitas yang ditawarkan dan selalu Menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Kata Kunci : Strategi pemasaran, Analisis SWOT, Matrik SWOT.