

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENGGUNAAN JASA DI HOTELSPLASH
BENGKULU**



SKRIPSI

OLEH

RIYANI MONITA
NPM. 21040076P

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS EHASSEN
BENGKULU2022**

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENGGUNAAN JASA DI HOTEL SPLASH BENGKULU

Oleh
Riyani Monita¹⁾
Sri Handayani dan Nenden Restu Hidayah²⁾

RINGKASAN

Dengan memanfaatkan analisis SWOT maka perusahaan dapat mengevaluasi kebijakan strategis dan sistem perencanaan sebuah perusahaan dan pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal dalam pemasaran penggunaan jasa di Hotel Splash Bengkulu serta menentukan prioritas strategi dan merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran penggunaan jasa di Hotel Splash Bengkulu.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Sampel diambil dengan teknik *insidental sampling*. Sebanyak 25 sampel yang terdiri dari 5 orang faktor internal yaitu 5 orang karyawan bagian pemasaran Hotel Splash Bengkulu dan 20 orang faktor eksternal yaitu pelanggan/konsumen Pada Hotel Splash Bengkulu. Data dikumpulkan dengan teknik: kuesioner, dokumentasi. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan menunjukkan strategi pemasaran bagi Hotel Splash Bengkulu berdasarkan hasil analisis SWOT nampak bahwa posisi strategi pemasaran Hotel Splash Bengkulu berada pada kuadran I (berada pada titik 5.17 untuk peluang dan 1.09 untuk kekuatan) hal tersebut merupakan situasi yang menguntungkan di mana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan yang sangat baik. Dari hasil didapat nilai IFAS untuk kekuatan sebesar 6.53 dan kelemahan sebesar 5.44, sedangkan untuk nilai EFAS didapat nilai peluang sebesar 13.88 dan nilai ancaman sebesar 8.71. Strategi yang harus diterapkan oleh pemasaran Hotel Splash Bengkulu dalam melakukan pemasaran adalah dengan cara memaksimalkan fasilitas dan lokasi yang ada dengan melakukan promosi yang gencar, mengadakan paket atau program wisata perjalanan ke tempat-tempat wisata yang ada di Kota Bengkulu dan selalu mengeluarkan paket-paket promo dan menyebarkan informasi guna mengantisipasi penawaran menarik dari para pesaing.

Kata Kunci: SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman)

*1). Calon Sarjana Ekonomi
(Manajemen)2). Dosen Pembimbing.*

