



## ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA MAMI HOTEL

Eka Hendrayani

Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi

[een010579@gmail.com](mailto:een010579@gmail.com)

### Abstract

*One of the most promising businesses in the service sector is the hospitality sector. To attract potential customers, the management must strive to create a good, effective and efficient marketing strategy. The purpose of the study is to analyze the marketing strategy carried out by Mami Hotel to face competitors. The research is descriptive qualitative. The population is the management and customers, in this case guests who have stayed at the Mami Hotel. The samples are Sales Executive, Senior Human Resource Office, and visitors. observation and interview techniques are data collection techniques using SWOT analysis as an analytical tool to formulate strategies based on internal and external factors*

*The results obtained are the position on the Cartecius Mami Hotel diagram in the cell I position by using an aggressive strategy, namely the strategy of superiority (low) tariffs can increase the number of visits. This means that Mami Hotel has the opportunity and has the power to seize the opportunities that exist. Mami Hotel's position is seen from the internal external matrix in cell I, which is in a developing position or vertical integration means a very strong moment in facing competitive market share and having competitiveness*

*Keywords : Marketing Strategy, SWOT Analysis, Hotel*

### ABSTRAK

Bisnis dibidang jasa salah satu yang menjanjikan adalah bidang perhotelan. Untuk menarik minat calon pelanggan pihak manajemen harus berupaya keras menciptakan strategi pemasaran yang baik, efektif dan efisien. Tujuan penelitian menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh Mami Hotel untuk menghadapi competitor. Penelitian bersifat kuantitatif deskriptif. Populasi adalah pihak-pihak manajemen dan pelanggan dalam hal ini tamu yang pernah menginap di Mami Hotel. Sampel adalah yaitu *Sales Executive*, *Senior Human Resource Office*, dan pengunjung. teknik observasi dan wawancara merupakan teknik pengumpulan data menggunakan analisis SWOT merupakan alat analisis untuk merumuskan strategi berdasarkan faktor internal maupun eksternal

Hasil yang diperoleh posisi pada Diagram *Cartecius* Mami Hotel pada posisi sel I dengan menggunakan strategi agresif, yaitu dengan strategi keunggulan tarif (rendah) dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Artinya Mami Hotel memperoleh peluang serta memiliki kekuatan untuk mendapatkan peluang yang ada. Posisi Mami Hotel dilihat matrik internal eksternal pada sel I yaitu pada posisi sedang berkembang atau integrasi vertikal berarti saat yang sangat kuat dalam menghadapi kompetitif pangsa pasar dan memiliki daya saing

**Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Hotel**

### 1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis perhotelan di Kota Solok mengakibatkan tingkat persaingan yang tinggi. Dengan adanya persaingan maka akan dapat menciptakan peluang, memanfaatkan situasi pasar dengan memberikan kelebihan kepada tamu. Sekarang ini hotel bukan saja sebagai tempat untuk menginap namun juga menyediakan fasilitas seperti ruang meeting, restoran dan memanjakan tamu dengan

semua pelayanan dan kemudahan akses, menyediakan berbagai harga promo, beragam metode pembayaran yang dapat diakses oleh pengunjung.

Pihak pengelola dituntut untuk lebih jeli melihat tantangan dan kendala dalam pemasaran. Dibutuhkan strategi pemasaran yang baik, efisien dan efektif agar dapat mengungguli dari pesaing. Strategi pemasaran adalah taktik atau cara untuk mencapai sasaran dan tujuan perusahaan. Oleh sebagai itu para pelaku bisnis dapat menganalisis lingkungan disekitarnya baik lingkungan internal maupun eksternal dengan cara melihat keunggulan atau kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan serta juga memperhatikan ancaman dan kesempatan dari lingkungan bisnis tersebut.

Strategi pemasaran yang baik hendaknya dilakukan evaluasi secara berkala karena keadaan persaingan dipasar yang sama akan berubah sewaktu-waktu. Evaluasi yang dilakukan dapat menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*).

Salah satu hotel di kota Solok yaitu Mami Hotel dengan berbagai fasilitas diantaranya seperti restoran, *meeting room* dan layanan binatu, beragam keringanan harga mulai dari diskon, potongan harga. Lokasi yang strategis, dekat dengan pusat kota, dikelilingi oleh tempat kuliner. Upaya meningkatkan pangsa pasar pengelola perlu menerapkan strategi bersaing dengan analisis SWOT, yakni strategi untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### **Pengertian Strategi Pemasaran**

Assauri (2013) mendefinisikan strategi pemasaran merupakan sejumlah tujuan dan target capaian, dasar arah kebijakan pemasaran suatu perusahaan berdasarkan periode waktu, tingkatan dan pengalokasian serta respon perusahaan dalam menghadapi lingkungan yang selalu berubah dari waktu ke waktu.

Chandra (2002) dalam dimas dkk (2015) menjabarkan bahwa strategi pemasaran adalah menjabarkan harapan perusahaan dari berbagai aktifitas bisnis terhadap suatu produk atau jasa pada pasar target pasar yang ditujunya. Tujuan ini dapat dicapai dengan cara merencanakan strategi pemasaran yang mantap untuk memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada merubah masalah dan tantangan menjadi peluang yang menguntungkan. Strategi pemasaran dapat dikelompokkan menjadi empat bagian utama (Amirullah, 2015) yaitu strategi pertumbuhan (*aggressive strategy*), integrasi, diversifikasi, berbenah diri (*turnaround*).

### **Analisis SWOT**

Adalah mengidentifikasi faktor secara berurutan untuk merumuskan perencanaan strategi mulai dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan dimasa

sekarang maupun dimasa yang akan datang. Kekuatan (*Strenght*) adalah keadaan internal perusahaan seperti kompetensi /kapabilitas/sumberdaya yang dimiliki dapat digunakan untuk menangani peluang dan ancaman. Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal perusahaan yang berupa kompetensi/kapabilitas/sumberdaya yang dimiliki organisasi yang dapat digunakan untuk menagani kesempatan dan ancaman. Peluang (*Opportunity*) adalah kondisi eksternal perusahaan yang berpotensi memberikan keuntungan. Perusahaan yang berada dalam suatu industri yang sama secara umum merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Ancaman (*Threat*) adalah posisi eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Perusahaan yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan/dipersulit/terancam bila di hadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Adapun dalam analisis SWOT alat untuk menguji yaitu : Matrik *IFAS*, *matrik EFAS*, diagram *Cartesius*, matrik internal eksternal perusahaan, dan matrik SWOT. Analisis ini juga bertujuan mengenali kinerja perusahaan yang didapat dari informasi lingkungan internal maupun eksternal (Nisak. 2013). Perusahaan memiliki kelemahan dan kekuatan dalam fungsi bisnisnya (Rangkuti. 2008, dalam Mashuri, 2020)

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Sugiyono (2016:115) mendeskripsikan populasi yaitu wilayah secara umum yang terdiri dari objek/ subjek yang memiliki kualitas dan ciri tertentu kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadipopulasi dalam penelitian ini adalah pihak yang berhubungan dengan kelangsungan ke arah kemajuan Mami Hotel (internal) dan konsumen (eksternal). Sampelnya adalah orang yang ahli dalam pembuatan strategi perusahaan yaitu: *Sales Executive* dan *Senior Human Resources Officer* dan pihak eksternal (konsumen) Mami Hotel.

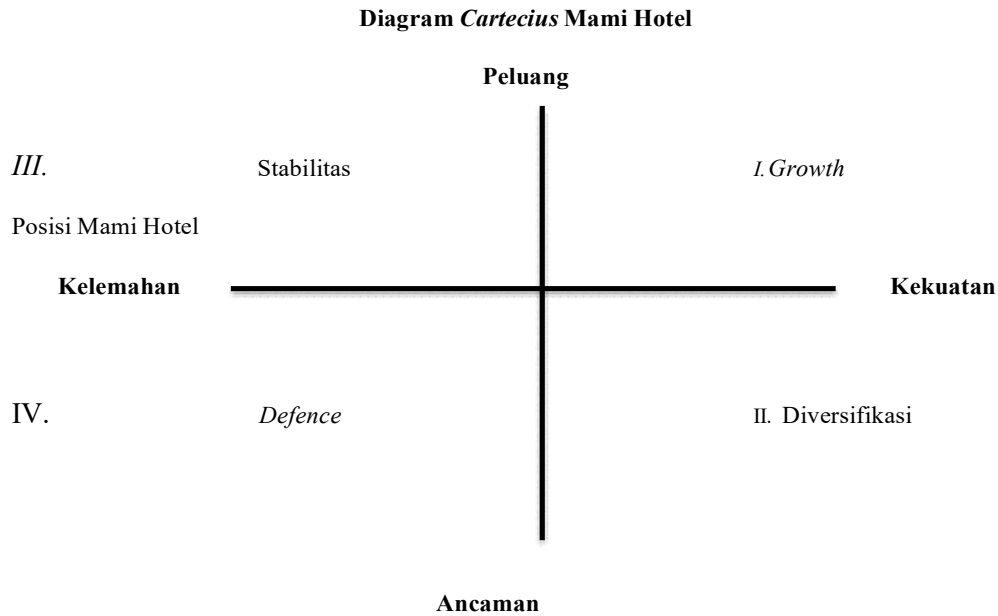
Teknik Analisis Data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Memiliki ciri-ciri sebagai berikut : memfokuskan pada masalah penelitian, menggambarkan fakta yang diselidiki atau fenomena yang terjadi, menerangkan hubungan, menguji hipotesis dan membuat analisis implikasi dari masalah yang dihadapi.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Hasil Penelitian Analisis Deskriptif

Mami Hotel bergerak di bidang penyediaan jasa kamar hotel, dan kegiatan pertemuan. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bisnis perhotelan dan pengelola jasa penyewaan ruangan untuk kegiatan pertemuan maka kegiatan pemasaran menjadi faktor yang paling penting peranannya dalam upaya pencapaian peningkatan jumlah kamar yang terpakai dan kuantitas penyewaan *meeting room*. Dalam meningkatkan tingkat jumlah kunjungan dan penyewaan kamar dan *meeting room* pihak pengelola menetapkan straegi pemasaran berorientasi segmentasi pasadengan menggunakan konsep *Marketing Mix P7*, yaitu: *Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence, Process*.

## Analisis SWOT



**Gambar 1**

**Diagram Cartecius Mami Hotel**

Sumber : Hasil analisis pengolahan data

### 2. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis nampak bahwa posisi Mami Hotel terletak pada sel I yang menunjukkan bahwa Mami Hotel memperoleh peluang dan memiliki kekuatan untuk mendapatkan peluang tersebut. Posisi Mami Hotel menunjukkan strategi agresif keunggulan biaya menyeluruh (memberikan diskon, harga yang bersaing) dengan kebijakan fungsional sebagai tujuan utama.

Strategi pertumbuhan melalui konsentrasi vertikal dapat dilakukan dengan cara mengambil alih fungsi yang sebelumnya disediakan oleh pemasok (*backward integration*) atau dengan cara mengambil alih fungsi distributor (*forward integration*). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang berdaya tarik tinggi. Posisi kompetitif Mami Hotel kuat sebagai pemimpin pasar (*market leader*) pada industri hotel di Kota Solok. Untuk mendapatkan kekuatan bisnisnya Mami Hotel melakukan upaya kontrol kualitas jasa yang menjadi kekuatan Mami Hotel dengan melakukan peningkatan fasilitas dan biaya yang efektif dan efisien.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil identifikasi faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal Mami Hotel kompetitif pasar yang kuat dan positif dibandingkan dengan kompetitornya. Strategi yang dilakukan adalah meningkatkan kualitas produk, jasa pelayanan dan fasilitas lainnya. Posisi yang strategis Mami Hotel pada diagram cartesius yaitu pada sel I yaitu mendukung strategi agresif dengan strategi keunggulan biaya. Terdapat empat afaktor strategi yang dapat diterapkan Mami Hotel yaitu SO,WO,ST,WT yang digunakan sebagai pengembangan strategi.

### Saran

Dari segi kompetitif pasar Mami Hotel memiliki posisi yang kuat dengan kelebihan yang dimilikinya juga harus meningkatkan strategi pemasaran yang lebih baik lagi sesuai dengan perkembangan pasar dan kebutuhan konsumen. Hal yang paling penting adalah tetap menjaga kepuasan konsumen dengan meningkatkan pelayanan lebih baik lagi, memberikan fasilitas yang terbaik, memberikan paket yang menarik dan inovatif, melakukan promosi untuk menyebarkan informasi lebih luas sehingga menimbulkan daya pikat tersendiri dan dapat meningkatkan jumlah tamu yang berkunjung ke Mami Hotel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi: Teori-Konsep-Kinerja*. Malang. Mitra Wacana Media.
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran, Dasar konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers
- J.Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Mashuri dan Dwi Nurjannah. 2020. Analisis SWOT sebagai Strategi meningkatkan Daya Saing (Studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *Jurnal Perbankan Syariah*. April 2020 Vol. 1, No 1: 97-112
- Nisak Zuhrotun. 2013. Analisis SWOT untuk menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal ekonomi* 4
- Rangkuti. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins SP, dan Judge. 2014. *Perilaku Organisasi*. Edisi 16. Jakarta: Salemba empat