

Perencanaan strategi pemasaran pada balairung hotel jakarta = marketing strategy planning at jakarta balairung hotel / Rizki Hirzania

Rizki Hirzania, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20365398&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Balairung Hotel Jakarta merupakan salah satu etnik hotel, yang bertaraf internasional di Jakarta. Jumlah kunjungan wisatawan ke Jakarta yang kian meningkat, tidak diimbangi dengan jumlah tamu yang menginap di Balairung Hotel Jakarta terutama pada saat weekend dan hari libur, yang disebabkan oleh banyaknya jumlah hotel di Jakarta. Sehingga pihak manajemen perlu meninjau kembali strategi pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Balairung Hotel Jakarta dan menemukan alternative strategi untuk menaikkan tingkat hunian Balairung Hotel Jakarta.

Metode penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus,. Analisa lingkungan perusahaan dengan analisis SWOT, analisis lingkungan eksternal menggunakan matriks EFE dan lingkungan internal menggunakan matriks IFE, kedua hasil analisis digabungkan dalam matriks IE. Responden dalam penelitian ini meliputi manajemen puncak yang berjumlah tujuh orang yang membawahi tiap tiap divisi pada organisasi Balairung Hotel Jakarta.

Hasil analisis faktor lingkungan eksternal dan faktor lingkungan dalam matriks IE menunjukkan Balairung Hotel Jakarta berada pada posisi kuadran I yaitu tumbuh dan berkembang (grow and develop). Alternatif strategi pemasaran yang bisa diterapkan adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

<hr>

ABSTRACT

Jakarta Balairung Hotel is one of the ethnic hotels considered as an international level hotel located in Jakarta. The number of visitors which is increasing rapidly moreover when it comes to the weekends and holidays is as unequal as the number of guests who stay in Jakarta Balairung Hotel. This condition is caused by the numerous hotels located in Jakarta. Therefore, the management party of Jakarta Balairung Hotel needs to re-observe the marketing strategy is being used. This research aims to examine the marketing strategy applied by Jakarta Balairung Hotel's management and find out the alternative marketing strategy and marketing plan to increase the number of customers in Jakarta Balairung Hotel. This research uses a qualitative research method with case study as the approach. The result of company environmental analysis by using SWOT analysis method will be combined in IE matrix with the analysis of external environmental factors

by using EFE matrix and the analysis of internal environmental factors by using IFE matrix. The respondents of this research are the top managements with the total number of seven persons. Each person is responsible for each division in organizational structure of Jakarta Balairung Hotel.

The result of external and internal environmental factors analysis in IE matrix shows that Jakarta Balairung Hotel is stated in quadrant I which belongs to the 'grow and develop' level. The alternative marketing strategy that can be applied in Jakarta Balairung Hotel is market penetration strategy, market development strategy, and product development strategy.