Strategi pemasaran hotel : studi kasus Hotel Kartika Chandra

Imas Noor Arafah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438161&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri perhotelan merupakan salah satu aspek yang mempunyai peranan penting perkembangan pariwisata di Indonesia, dimana industri perhotelan tersebut menyediakan jasa akomodasi bagi para wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan yang mengalami peningkatan turut berpengaruh pada perkembangan industri perhotelan karena jumlah kunjungan wisatawan akan meningkatkan pula kebutuhan akan jasa akomodasi khususnya hotel sebagai sarana penunjang.

Jakarta sebagai pusat kegiatan bisnis dan salah satu daerah tujuan wisata memiliki potensi yang cukup besar dalam mendatangkan wisatawan, sehingga mendorong minat para investor untuk menanamkan modal di industri perhotelan. Minat investor untuk membangun hotel yang cukup tinggi tersebut akan meningkatkan pasokan kamar hotel, sehingga mengakibatkan peningkatan intensitas persaingan di industri perhotelan. Oleh karena itu setiap hotel harus dapat menyediakan produk yang menarik dan pelayanan yang memuaskan untuk dapat bersaing dengan hotel lain, begitu pula dengan Hotel Kartika Chandra yang merupakan salah satu hotel berbintang di Jakarta.

Permasalahan yang dihadapi oleh Hotel Kartika Chandra adalah dengan meningkatnya persaingan akibat peningkatan jumlah hotel yang beroperasi di Jakarta, mengakibatkan hotel-hotel yang ada menggunakan berbagai macam cara untuk menarik tamu agar datang dan menginap di hotel mereka. Oleh karena itu Hotel Kartika Chandra harus membuat strategi pemasaran yang efektif untuk dapat sukses menghadapi persaingan di industri perhotelan tersebut.

Tujuan dari penelitian Karya Akhir ini adalah melakukan analisis terhadap strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Hotel Kartika Chandra dan selanjutnya dari hasil analisis diajukan strategi pemasaran alternatif bagi Hotel Kartika Chandra.

Berdasarkan peluang dan ancaman yang ada serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Hotel Kartika Chandra maka dibuat strategi alternatif dalam bentuk matriks SWOT yang selanjutnya disesuaikan dengan faktor kunci keberhasilan yang harus ada di industri perhotelan untuk dapat merumuskan strategi pemasaran yang efektif bagi Hotel Kartika Chandra. Faktor kunci keberhasilan yang dimiliki oleh Hotel Kartika Chandra adalah lokasi yang strategis, fasilitas yang lengkap, sumber daya manusia dan pelayanan yang baik.

Strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Hotel Kartika Chandra secara umum sudah cukup baik, tetapi terdapat beberapa hal yang masih perlu diperbaiki dalam strateginya. Untuk mengatasi persaingan yang ketat di industri perhotelan, sebaiknya Hotel Kartika Chandra melakukan hal-hal sebagai berikut yaitu melakukan inovasi dengan menawarkan produk-produk baru yang berbeda dari pesaing misalnya dengan membuat paket wisata yang dikaitkan dengan alam atau paket untuk mengunjungi tempat-

tempat Yang menarik di Jakarta dengan Hotel Kartika Chandra sebagai tempat menginap, tetap mempertahankan strategi harga yang digunakan, melakukan intelijen pasar terhadap langkah-langkah yang dilakukan pesaing serta meningkatkan kerjasama dengan biro perialanan dan perusahaan penerbangan, meningkatkan promosi khususnya untuk pasar dalam negeri, meningkatkan program pendidikan dan pelatihan, memperluas jaringan reservasi baik untuk pasar dalam maupun luar negeri, serta meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.