

Strategi pemasaran jasa perhotelan (studi kasus yayasan wisma jaya raya)

Napitupulu, G. Jannen H., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=95338&lokasi=lokal>

Abstrak

Yayasan Wisma Jaya Raya salah satu Badan Usaha Nilik Daerah (BUMD) mitiki Pemerintah Propinsi DKI Jakarta yang bergerak di bidang bisnis industri pariwisata. Masalah utama yang dihadapi BUMD tersebut adalah tidak sebanding antara pangsa pasar dengan kapasitas hunian yang tersedia, dikarenakan tingginya pesaing pada bisnis yang sama di kawasan Bogor dan Puncak.

Secara umum tujuan penelitian ini memberikan gambaran permasalahan yang dihadapi disertai dengan rekomendasi berupa saran-saran dengan melakukan suatu pendekatan analisis secara komprehensif, terutama kemampuan daya saingnya, Serta Cara memenangkan persaingan melalui strategi pemasarannya. Secara khusus tujuan penelitian ini untuk memperoleh gambaran kinerja BUMD saat ini, kemampuan daya saing, dan strategi pemasaran yang sesuai dalam memenangkan persaingan dalam bisnis industri pariwisata

Dengan mengetahui faktor lingkungan intemal dan eksternal Yayasan \Misma Jaya Raya dalam melakukan bisnisnya dengan pendekatan analisis SWOT, diketahui, bahwa kekuatan yang dimiliki pada fungsi manajemen terutama manajemen keuangan dan pimpinan (manajer dan asisten manajer operasional). Sedangkan faktor lingkungan eksternal adalah tingkat persaingan yang tinggi, pembeli yang pasti (captive market), dan kondisi pasar.

Dari hasil uji AHP dan analisis General Electric (GE), diketahui posisi daya saingnya pada kuadran V, artinya posisi bisnis Yayasan Wisma Jaya Raya berada dalam area hold and maintain alau benahan dan membangun. Dengan posisi tersebut, upaya yang ditempuh adalah strategi pengembangan pasar.

Untuk dapat menunjang keberhasilan strategi pengembangan pasar melalui bauran pemasaran jasa dengan melaksanakan peningkatan produk, promosi, tempat distribusi, harga, sumber daya manusia, sarana fisik, dan membenahan prosedur dalam sistem operasi penyampaian jasa