

ABSTRAK

Suatu perusahaan menghadapi lingkungan yang selalu berubah. Tingkat persaingan dalam usaha semakin ketat sehingga pasar pun semakin sempit. Demikian juga halnya dengan usaha perhotelan. Untuk dapat tetap bertahan atau bahkan menguasai pasar diperlukan suatu perencanaan strategis agar dapat ditentukan strategi yang sesuai dengan keadaan perusahaan dan juga keadaan lingkungan.

Penelitian ini dilakukan pada Hotel X Palembang dengan melibatkan dua Hotel Bintang III lainnya. Dalam usahanya, Pokok permasalahan yang dihadapi oleh Hotel X adalah, dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, sehingga dibutuhkan strategi pemasaran yang mampu dijalankan oleh hotel untuk mengantisipasi kondisi tersebut. Dengan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi pasar dan mengidentifikasi siapa pesaing utama yang dihadapi Hotel X saat ini. Dilanjutkan dengan mengusulkan suatu strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi persaingan dan potensi Hotel X sehingga mampu mempertahankan pangsa pasarnya.

Dalam penelitian ini untuk menentukan pesaing utama Hotel X digunakan matriks Boston Consulting Group dan matriks General Electric. Melalui matriks ini didapat pesaing utama adalah Hotel Z. Setelah dilakukan analisis pergerakan masing-masing hotel, berikutnya ditentukan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) bagi hotel X dan pesaingnya yang selanjutnya dianalisis untuk menentukan strategi yang akan diambil.

Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang mula-mula diusulkan adalah perbaikan kualitas pelayanan untuk menghilangkan kelemahan yang berhubungan dengan pelayanan hotel. Selanjutnya adalah perbaikan promosi baik dalam hal pengiklanan untuk memperkenalkan produk dari hotel maupun promosi khusus yang berupa cinderamata, vaucher dan continuity program. Juga diusulkan penawaran harga khusus untuk musim dan pengunjung tertentu dan program hubungan masyarakat.