

## ABSTRAK

Dengan semakin majunya pertumbuhan perekonomian Indonesia, tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut diakibatkan oleh perkembangan sektor industri yang semakin pesat, baik industri migas maupun non migas. Industri pariwisata dimana pun tidak akan dapat dilepaskan dari bisnis perhotelan. Harus diakui bahwa industri perhotelan merupakan salah satu kunci berkembangnya industri pariwisata di Indonesia.

Hotel Le Aries merupakan salah satu hotel di kota Bandung yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Untuk dapat meningkatkan rate menginap di hotel dan bersaing dengan para pesaingnya, maka perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Penerapan strategi bagi suatu perusahaan dapat didasarkan pada faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh suatu perusahaan sehingga dapat diperoleh faktor-faktor sukses dalam mengelola sebuah hotel.

Tujuan dari penelitian ini antara lain untuk mengetahui kondisi internal dan kondisi eksternal dari Hotel Le Aries, merumuskan alternatif-alternatif strategi perusahaan yang dapat dikembangkan pada Hotel Le Aries dengan menggunakan input dari hasil *SPACE matrix*, dan merencanakan usulan suatu strategi pemasaran yang tepat yang mampu dijalankan oleh Hotel Le Aries berdasarkan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Dalam menyusun, merumuskan, dan memilih strategi menggunakan tiga tahapan kerangka kerja pembuatan pengambilan keputusan. Tiga tahap ini meliputi *input stage* dengan pembuatan *IFE Matrix* untuk mengetahui keadaan internal perusahaan, *EFE Matrix* untuk mengetahui keadaan eksternal perusahaan, *CPM* untuk mengetahui pesaing utama perusahaan, kemudian *matching stage* dengan pembuatan *SPACE Matrix* yang dipresentasikan dalam bentuk diagram cartesius untuk mengembangkan alternatif strategi yang akan diterapkan, dan tahapan terakhir, *decision stage* dengan pembuatan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk memutuskan alternatif strategi yang terbaik bagi Hotel Le Aries.

Melalui tahap *input stage* diperoleh posisi Hotel Le Aries, diketahui bahwa kekuatan dari Hotel Le Aries adalah Kenyamanan kamar hotel yang disediakan, Harga kamar hotel yang terjangkau, Keramahan dan kesopanan *front office*, kecekatan dan keterampilan *house keeping/room service*, penampilan luar hotel, penampilan dan kerapian *front office*, keamanan kamar hotel yang disediakan, keamanan tempat parkir, keramahan dan kesopanan *room service*, kebersihan kamar hotel yang disediakan, keamanan hotel, kesesuaian harga dengan kamar hotel yang disediakan, kebersihan hotel dan semua prasarananya, kebersihan dari makanan/minuman yang disajikan.

Dan diketahui pula bahwa perusahaan berada diatas rata-rata dari keseluruhan posisi strategisnya dalam usaha untuk memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang mungkin timbul. Dari tahap *matching stage* diperoleh alternatif-alternatif strategi dari profil “*Competitive*”. Dan melalui *decision stage* diperoleh usulan strategi terbaik bagi Hotel Le Aries, yaitu strategi *product development*. Dengan penerapan strategi pemasaran yang sesuai dengan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan dapat melakukan perbaikan atau pengembangan pada keadaan yang ada.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi .....	1-3
1.4 Perumusan Masalah .....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian .....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 LANDASAN TEORI .....	2-1
2.1 Hotel .....	2-1
2.1.1 Pengertian Hotel .....	2-1
2.1.2 Sejarah dan Perkembangan Hotel .....	2-2
2.1.3 Karakteristik Hotel .....	2-4
2.1.4 Elemen Hotel .....	2-4
2.1.5 Jenis dan Klasifikasi Hotel .....	2-5
2.1.5.1 Jenis dan Pengelompokan Hotel.....	2-5
2.1.5.2 Klasifikasi Hotel .....	2-7
2.2 Jasa.....	2-8
2.2.1 Pengertian Jasa.....	2-8
2.2.2 Karakteristik jasa.....	2-8
2.2.3 Klasifikasi Jasa.....	2-10
2.2.4 Kualitas Jasa.....	2-10

2.2.4.1	Kualitas.....	2-10
2.2.4.2	Konsep Kualitas Jasa.....	2-11
2.2.4.3	Dimensi Kualitas Jasa.....	2-12
2.3	Konsep Inti Pemasaran.....	2-12
2.4	Strategi Pemasaran.....	2-13
2.5	<i>Marketing Mix</i> Jasa.....	2-14
2.6	Perumusan Strategi.....	2-17
2.6.1	<i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i> .....	2-18
2.6.2	<i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i> .....	2-19
2.6.3	<i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i> .....	2-21
2.6.4	<i>Matrix SPACE</i> .....	2-21
2.6.5	<i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> .....	2-25
2.7	<i>Radar Chart</i> .....	2-27
2.8	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	2-28
2.8.1	Angket .....	2-29
2.8.2	Bentuk Fisik Kuesioner.....	2-30
2.9	Populasi .....	2-31
2.10	Sampel.....	2-31
2.11	Teknik Sampling .....	2-33
2.12	Skala Pengukuran .....	2-35
2.13	Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2-37
2.13.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-37
2.13.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-38
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....		3-1
3.1	Bagan Alir Penelitian .....	3-1
3.1.1	Penelitian Pendahuluan .....	3-2
3.1.2	Identifikasi Masalah .....	3-2
3.1.3	Perumusan Masalah .....	3-2
3.1.4	Tujuan Penelitian .....	3-3
3.1.5	Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	3-3

3.1.6	Penentuan Model dan Variabel Penelitian .....	3-3
3.1.7	Pengumpulan Data .....	3-4
3.1.8	Pengolahan Data .....	3-11
3.1.9	Perumusan dan Pemilihan Strategi .....	3-12
3.1.10	Analisis Data .....	3-14
3.1.11	Kesimpulan dan Saran .....	3-14
BAB 4 PENGUMPULAN DATA .....		4-1
4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2	Struktur Organisasi “Le Aries, <i>Garden Hotel &amp; Cafe</i> ” .....	4-1
4.3	Produk .....	4-3
4.3.1	Data Teknis Hotel .....	4-3
4.3.2	Pemasaran .....	4-4
4.3.2.	Konsumen .....	4-4
4.4	Data dari Kuesioner .....	4-5
4.4.1	Identifikasi Variabel .....	4-5
4.4.2	Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	4-5
4.4.3	Penyusunan Kuesioner Perusahaan .....	4-7
4.4.4	Perhitungan Jumlah Sampel Minimum .....	4-8
4.4.5	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	4-8
4.4.6	Penyebaran Kuesioner Perusahaan .....	4-13
BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA .....		5 -1
5.1	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian .....	5-1
5.1.1	Pengujian Validitas Instrumen .....	5-1
5.1.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	5-3
5.1.3	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian .....	5-5
5.1.3.1	Pengolahan Kuesioner Bagian I .....	5-5
5.1.3.2	Pengolahan Kuesioner Bagian II .....	5-6
5.2	Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal .....	5-13
5.2.1	Faktor Lingkungan Internal.....	5-13

5.2.2	Faktor Lingkungan Eksternal .....	5-15
5.3	Perumusan dan Pemilihan Strategi .....	5-16
5.3.1	Tahapan Pertama ( <i>IFE Matrix</i> , <i>EFE Matrix</i> , <i>CPM</i> ) .....	5-16
5.3.1.1	Pembuatan <i>IFE Matrix</i> .....	5-17
5.3.1.2	Pembuatan <i>EFE Matrix</i> .....	5-20
5.3.1.2.1	<i>Penentuan Bobot lingkungan eksternal</i> .....	5-21
5.3.1.2.2	<i>Penyusunan EFE Matrix</i> .....	5-22
5.3.1.3	Pembuatan <i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i> .....	5-24
5.3.1.3.1	Penentuan bobot dan rating CPM .....	5-24
5.3.1.3.2	Penyusunan CPM.....	5-27
5.3.1.3.3	Peta persaingan Hotel Le Aries dengan pesaingnya .....	5-27
5.3.2	Tahapan Kedua (Pembuatan <i>SPACE Matrix</i> ).....	5-28
5.3.3	Tahapan Ketiga ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> ) .....	5-33
5.4	Analisis Model Penelitian.....	5-41
5.5	Analisis Kuesioner Awal.....	5-42
5.6	Analisis Pengujian Validitas Instrumen .....	5-42
5.7	Analisis Reliabilitas Instrumen.....	5-43
5.8	Analisis Kuesioner Penelitian.....	5-43
5.8.1	Analisis Kuesioner Bagian 1.....	5-44
5.8.2	Analisis Kuesioner Bagian 2.....	5-45
5.9	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal.....	5-46
5.9.1	Analisis Lingkungan Internal.....	5-46
5.9.1.1	Analisis Kekuatan ( <i>Strengths</i> ) .....	5-46
5.9.1.2	Analisis Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ) .....	5-54
5.9.2	Analisis Lingkungan Eksternal .....	5-58
5.9.2.1	Analisis Peluang ( <i>Opportunities</i> ) .....	5-58
5.9.2.2	Analisis Ancaman ( <i>Threats</i> ) .....	5-61
5.10	Analisis Perumusan dan Pemilihan Strategi dengan Tiga Tahapan Kerangka Kerja Pengambilan Keputusan.....	5-63
5.10.1	Analisis Tahap Pertama : <i>Input Stage</i> .....	5-63
5.10.1.1	Analisis <i>IFE Matrix</i> .....	5-64

5.10.1.2	Analisis EFE <i>Matrix</i> .....	5-66
5.10.1.3	Analisis <i>Competitive Profile Matrix</i> .....	5-68
5.10.1.4	Analisis Peta Persaingan Hotel Le Aries dengan Pesaing Utamanya.....	5-70
5.10.2	Analisis Tahap Kedua : <i>Matching Stage</i> .....	5-70
5.10.3	Analisis Tahap Ketiga : <i>Decision Stage</i> .....	5-75
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....		6-1
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS