

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *MARKETING MIX* 7P
UNTUK MENCAPAI TARGET HUNIAN KAMAR DI HOTEL GRAND
TAMARO PARAPAT MENGGUNAKAN METODE SWOT**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

GEBY HOTMAULI MALAU

19032010077

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2023**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *MARKETING MIX 7P*
UNTUK MENCAPAI TARGET HUNIAN KAMAR DI HOTEL GRAND
TAMARO PARAPAT MENGGUNAKAN METODE SWOT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri**



Diajukan Oleh :

GEBY HOTMAULI MALAU

19032010077

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2023

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *MARKETING MIX 7P*
UNTUK MENCAPAI TARGET HUNIAN KAMAR DI HOTEL GRAND
TAMARO PARAPAT MENGGUNAKAN METODE SWOT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknik Industri**



Diajukan Oleh :

GEBY HOTMAULI MALAU

19032010077

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2023**

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *MARKETING MIX 7P*
UNTUK MENCAPAI TARGET HUNIAN KAMAR DI HOTEL GRAND
TAMARO PARAPAT MENGGUNAKAN METODE SWOT**

Disusun Oleh:

GEBY HOTMAULI MALAU

19032010077

**Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh
Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3**

**Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 22 Agustus 2023**

Tim Penguji :

1.

Dr. Ir. Minto Waluyo, M.M.
NIP. 19611130 199003 1 001

2.

Ir. Rusindiyanto, M.T.
NIP. 19650225 199203 1 001

3.

Ir. Iriani, M.M.T.
NIP. 19621126 198803 2 001

Pembimbing:

1.

Ir. Iriani, M.M.T.
NIP. 19621126 198803 2 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Surabaya**

Dr. Dra. Jariyah, MP.

NIP. 19650403 199103 2 001

KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Geby Hotmauli Malau
NPM : 19032010077
Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /
~~Teknik Lingkungan~~ / Teknik Sipil

Telah mengerjakan revisi / ~~tidak ada revisi~~ *) ~~PRA-RENCANA (DESAIN)~~ /
~~SKRIPSI / TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode September, TA, 2023/2024

Dengan judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MARKETING MIX 7P UNTUK MENCAPAI TARGET HUNIAN KAMAR
DI HOTEL GRAND TAMARO PARAPAT MENGGUNAKAN METODE
SWOT**

Dosen yang memerintahkan revisi

1. Ir. Iriani, M.MT
2. Dr. Ir. Minto Waluyo, M.M.
3. Ir. Rusindiyanto, M.T.



Surabaya, 12 September 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Ir. Iriani, M.MT.

NIP. 19621126198803 2 001

*Catatan: *) coret yang tidak perlu*

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Geby Hotmauli Malau
NPM : 19032010077
Program Studi : Teknik Industri
Alamat : Jl. Galinda Raya II No 17 E, Galang, Deli Serdang
No. HP : 082290276700
Alamat e-mail : gebymalau123@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *MARKETING MIX 7P* UNTUK MENCAPAI TARGET HUNIAN KAMAR DI HOTEL GRAND TAMARO PARAPAT MENGGUNAKAN METODE SWOT

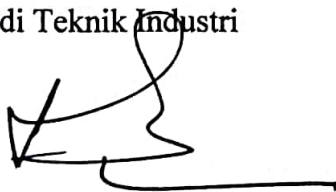
Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 September 2023

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri



Ir. Rusindiyanto, M.T.
NIP. 19650225 199203 1 001

Yang Membuat Pernyataan



Geby Hotmauli Malau
NPM. 19032010077

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus yang selalu memberkati dan menyertai penulis dalam menjalani kehidupan, salah satunya saat menjalani perkuliahan dan mengerjakan skripsi sehingga proses pembuatan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dengan Marketing Mix 7P untuk Mencapai Target Hunian Kamar di Hotel Grand Tamaro Parapat Menggunakan Metode SWOT”. Tugas akhir ini disusun guna mengikuti syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) bagi setiap mahasiswa program studi Teknik Industri Fakultas Teknik UPN “Veteran” Jawa Timur. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan dan juga bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, MT. selaku Kepala Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Ibu Ir. Iriani, MMT. dan Bapak Ir. Didi Samanhudi, MMT. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh dosen dan tenaga pendidik di Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

6. Pihak Hotel Grand Tamaro yang telah memberi bimbingan, waktu, dan pengalaman berharga ketika melakukan penelitian tugas akhir atau skripsi.
7. Orangtua saya, Kak Li, Zos, Frans yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya.
8. Kepada teman saya Olivia yang menemani saya saat observasi ke tempat penelitian dan selalu mendukung saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman saya “Katanya si Ambis” Intan, Dhifa, Willy, El, Teguh yang telah mendukung dan selalu berjuang Bersama mulai dari awal perkuliahan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman saya Yuli, Yus, Dipa, Acek, Meta, David yang selalu menjadi teman cerita, teman bermain yang selalu mendukung dan menjadi tempat berkeluh kesah saya.
11. Kepada pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang terlibat dalam penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan membantu penulis di masa yang akan datang. Semoga laporan ini dapat membawa banyak manfaat dan wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 22 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.... Latar Belakang.....	1
1.2.... Rumusan Masalah.....	5
1.3.... Batasan masalah.....	6
1.4.... Asumsi.....	6
1.5.... Tujuan.....	6
1.6.... Manfaat Penelitian.....	7
1.7.... Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1..... Pemasaran.....	8
2.2..... Strategi Pemasaran.....	9
2.3..... Bauran Pemasaran.....	10
2.3.1... <i>Product</i>	11
2.3.2... <i>Place</i>	12
2.3.3... <i>Price</i>	13
2.3.4... <i>Promotion</i>	14
2.3.5... <i>Process</i>	16
2.3.6... <i>People</i>	17
2.3.7... <i>Physical Evidence</i>	18
2.4..... Matriks IFAS (<i>Internal Factor Analysis Strategy</i>).....	19
2.5..... Matriks EFAS (<i>Exsternal Factor Analysis Strategy</i>).....	20
2.6..... Analisis SWOT.....	21
2.7..... Tahap Perencanaan Strategi dengan Analisis SWOT.....	24
2.8..... Pengukuran Variabel.....	27

2.9.....	Populasi dan Sampel.....	28
2.10....	Uji Kecukupan Data.....	29
2.11....	Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	29
2.10.1.	Uji Validitas.....	29
2.10.2.	Uji Realibilitas.....	30
2.12....	Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.....	Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
3.2.....	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3.....	Langkah-Langkah Pemecahan Masalah.....	38
3.4.....	Teknik Pengumpulan Data.....	44
BAB IV PEMBAHASAN		
4.1.....	Pengumpulan Data.....	46
4.1.1...	Faktor Internal.....	46
4.1.2...	Faktor Eksternal.....	47
4.1.3...	Pembuatan Kuesioner.....	47
4.1.4...	Penyebaran dan Pengisian Kuesioner.....	47
4.1.5...	Pengumpulan Data Hasil Kuesioner.....	48
4.2.....	Pengolahan Data.....	48
4.2.1...	Penentuan Sampel.....	48
4.3.....	Pengujian Data.....	49
4.3.1...	Uji Kecukupan Data.....	49
4.3.2...	Uji Validitas.....	49
4.3.3...	Uji Reliabilitas.....	51
4.3.4...	Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	52
4.3.5...	Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	55
4.3.6...	Matriks IE (Internal-Eksternal).....	58
4.3.7...	Penentuan Strategi Pemasaran dengan Matriks SWOT.....	59
4.4.....	Analisis dan Pembahasan.....	64
4.4.1...	Hasil Matriks IFAS dan EFAS.....	64
4.4.2...	Hasil Matriks IE (Internal-Eksternal).....	65

4.4.3... Hasil Matriks SWOT.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1..... Kesimpulan	66
5.2..... Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT.....	25
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i>	40
Gambar 4.1 Matriks IE (Internal-Eksternal).....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>Room Occupancy</i> Hotel Grand Tamaro Tahun 2019-2022.....	
Tabel 2.1 Matriks SWOT.....	7
Tabel 2.2 Bobot Skala <i>Likert</i>	27
Tabel 3.1 Faktor Internal dan Indikatornya.....	37
Tabel 3.2 Faktor Eksternal dan Indikatornya.....	38
Tabel 4.1 Faktor Internal.....	47
Tabel 4.2 Faktor Eksternal.....	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Faktor Internal.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Faktor Eksternal.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.6 Tabel Nilai Variabel Faktor Internal.....	53
Tabel 4.7 Matriks IFAS Hotel Grand Tamaro.....	54
Tabel 4.8 Tabel Nilai Variabel Faktor Internal.....	55
Tabel 4.9 Matriks EFAS Hotel Grand Tamaro.....	57
Tabel 4.10 Analisis Matriks SWOT.....	60

ABSTRAK

Hotel merupakan salah satu bisnis jasa yang dapat mendukung peningkatan industri pariwisata lewat sarana dan prasarana yang disediakan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah hotel sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pencapaian target hunian kamar yang telah ditetapkan oleh hotel tersebut. Hotel Grand Tamaro merupakan salah satu hotel yang terletak di kota pariwisata di Indonesia yaitu kota Parapat yang mengalami masalah penurunan tingkat hunian kamar, dimana sejak tahun 2020 sampai tahun 2022 Hotel Grand Tamaro tidak dapat mencapai target hunian kamar yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam mencapai target hunian kamar dengan metode SWOT di Hotel Grand Tamaro. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling sebagai teknik penentuan sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah mengunjungi Hotel Grand Tamaro minimal satu kali dengan jumlah total sebanyak 80 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa posisi Hotel Grand Tamaro berada pada kuadran II yaitu posisi strategi diversifikasi dengan skor IFAS 3,9 dan skor EFAS sebesar 4. Posisi tersebut menunjukkan bahwa Hotel Grand Tamaro menghadapi beberapa ancaman namun hotel memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan saat kondisi ini adalah memanfaatkan kekuatan untuk memaksimalkan peluang jangka panjang. Ditinjau dari kondisi hotel, maka strategi yang dapat diterapkan adalah strategi S-T yang memanfaatkan faktor kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada pada Hotel Grand Tamaro.

Kata Kunci : Strategi Marketing, Analisis SWOT, Matriks SWOT

ABSTRACT

Hotel is one of the service businesses that can support improving the tourism industry through the facilities and infrastructure provided. The marketing strategy carried out by a hotel is very influential on the success of achieving the room occupancy target set by the hotel. Grand Tamaro Hotel is one of the hotels located in a tourism city in Indonesia, namely the city of Parapat, which is experiencing a problem of decreasing room occupancy rates, where from 2020 to 2022 Grand Tamaro Hotel cannot reach the room occupancy target that has been set. This study aims to determine the marketing strategy for achieving room occupancy targets using the SWOT method at the Grand Tamaro Hotel. This research is a quantitative study using purposive sampling technique as a sampling technique. The sample in this study were visitors who had visited the Grand Tamaro Hotel at least once with a total of 80 respondents. The results of this study indicate that the position of the Grand Tamaro Hotel is in quadrant II, namely the position of the diversification strategy with an IFAS score of 3.9 and an EFAS score of 4. This position shows that the Grand Tamaro Hotel faces several threats but has internal strengths. The strategy that must be applied during this condition is to take advantage of strengths to maximize long-term opportunities. Judging from the condition of the hotel, the strategy that can be applied is the S-T strategy which utilizes strength factors to overcome the threats at the Grand Tamaro Hotel.

Keywords : *Marketing Strategy, SWOT Analysis, SWOT Matrix*