

ABSTRAK

ANALISA STRATEGI PEMASARAN PADA PURI ARTHA HOTEL

Pariwisata sekarang ini sudah merupakan suatu tuntutan hidup dalam jaman modern ini. Permintaan orang-orang untuk melakukan perjalanan wisata dari tahun ke tahun terus meningkat. Ini terjadi tidak saja di hampir setiap negara di dunia ini, tetapi juga di dalam negara sendiri, yang alam dan seni budayanya sangat menarik.

Di Jogjakarta sendiri, pariwisata merupakan salah satu sektor andalan dalam meningkatkan pendapatan daerah. Sebab itu, banyak investor menanam modal dibidang akomodasi seperti hotel untuk memenuhi permintaan dari wisatawan akan pelayanan akomodasi yang nyaman dan aman.

Namun dikarenakan kondisi ekonomi dan politik yang tidak menguntungkan akhir-akhir ini, bisnis hotel mengalami penurunan yang berarti, seperti dirasakan oleh Puri Artha Hotel sebagai hotel yang berdomilisi di Jogjakarta. Hotel tersebut mengalami penurunan pada penjualan kamar, terutama pada tamu asing. Sebab itu, Puri Artha Hotel harus mengkaji kembali bagaimana posisi hotel diluar apakah ada peluang atau mungkin ancaman yang membuat hotel menjadi tidak berkembang, dan mengetahui kekuatan dan kelemahan yang terdapat didalam perusahaan dengan menggunakan SWOT analisis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa kekuatan-kelemahan dan peluang-ancaman dari Puri Artha Hotel, Jogjakarta dengan menggunakan SWOT analisis untuk mengetahui posisi bisnis dari perusahaan dimasa sekarang dan memberikan alternatif strategi pemasaran dimasa datang. Dari kesimpulan yang telah didapat, bisa membantu strategic manager / perusahaan untuk bisa membuat keputusan dimasa yang datang, dan dapat bersaing dengan hotel-hotel lainnya.

Berdasarkan analisis SWOT pada Puri Artha Hotel, dapat disimpulkan bahwa Puri Artha Hotel berada pada posisi yang kurang menguntungkan, Puri Artha Hotel memiliki kekuatan internal menghadapi situasi lingkungan eksternal yang kurang menguntungkan.