

ABSTRAK**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN
PERHOTELAN BERDASAR ANALISIS SWOT
Studi Kasus Pada Hotel Kusuma Kartikasari Surakarta**

**Satriyo Utomo
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009**

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui kondisi internal Hotel Kusuma Kartikasari Surakarta selama tahun 2007-2008; (2) untuk mengetahui kondisi eksternal Hotel Kusuma Kartikasari Surakarta selama tahun 2007-2008; (3) untuk merumuskan strategi pemasaran yang sebaiknya digunakan oleh Hotel Kusuma Kartikasari Surakarta pada tahun 2009-2010.

Teknik analisis data menggunakan konsep Fred R. David dengan 3 rangkaian tahap yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Pada tahap input digunakan Matriks Evaluasi Faktor Internal dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal. Sedangkan tahap pencocokan menggunakan Matriks SWOT dan Matriks Internal Eksternal. Kemudian pada tahap keputusan, digunakan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*.

Pada Matriks EFI diperoleh 7 faktor kritis dengan total nilai tertimbang sebesar 2,3 yang menunjukkan bahwa posisi perusahaan sedikit lemah dalam usaha memanfaatkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan yang dimiliki. Sedangkan pada Matriks EFE, dari 7 faktor kritis diperoleh total nilai tertimbang sebesar 2,9. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang yang cukup besar untuk menghadapi ancaman lingkungan eksternal. Matriks Internal Eksternal menunjukkan posisi Hotel Kusuma Kartikasari berada pada kuadran V, yaitu pada posisi jaga dan pertahankan. Strategi yang sesuai untuk posisi ini adalah strategi pertumbuhan integrasi horisontal atau strategi stabilitas.

Pada tahap terakhir, yaitu tahap keputusan, hasil analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* menunjukkan bahwa strategi yang menarik untuk diimplementasikan pada Hotel Kusuma Kartikasari untuk tahun 2009-2010 adalah strategi penetrasi pasar dengan *Total Attractiveness Score (TAS)* sebesar 5,8. Strategi ini berusaha untuk meningkatkan penjualan produk Hotel Kusuma Kartikasari ke segmen-segmen pasar saat ini.

ABSTRACT**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY AT HOTEL
COMPANY BASED ON SWOT ANALYSIS
A Case Study at Kusuma Kartikasari Hotel Surakarta**

**Satriyo Utomo
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2009**

The aim of the research were: (1) to identify internal condition of Kusuma Kartikasari Hotel Surakarta for the period 2007 up to 2008; (2) to identify external condition of Kusuma Kartikasari Hotel Surakarta for the period 2007 up to 2008; (3) to formulate marketing strategy of Kusuma Kartikasari Hotel recommended for the period 2009 up to 2010.

The data gathering technique used was Fred R. David's concept that consists of three phases: input stage, matching stage, and decision stage. In the input stage, the research used Internal Factor Evaluation Matrix (IFE) and External Factor Evaluation Matrix (EFE). In the matching stage, the research used SWOT Matrix and Internal External Matrix. Then, at the decision stage, the *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* was employed.

The Internal Factor Evaluation Matrix found 7 internal critical factors with the total weighted score of 2,3 indicating that the company position was a little difficult in exploiting the strengths and minimizing the weakness. Whereas, in the External Factor Evaluation Matrix gathered 7 external critical factors with the total weighted score 2,9. The output indicated that the company had big opportunities to face the threats of external environment. Internal External Matrix showed that Kusuma Kartikasari Hotel was on fifth quadrant representing guard and defend. The appropriate strategy which should be implemented was growth strategy via integrated horizontal or stability strategy.

Finally, at the decision stage, the result of Quantitative Strategic Planning Matrix showed that interesting strategy to be implemented at Kusuma Kartikasari Hotel for the period 2009-2010 was market penetration strategy with Total Attractiveness Score 5,8. This strategy tried to increase Kusuma Kartikasari Hotel product sales to the current market segments.