

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

¹Ni Putu Ayu Bintang Maharani, ²Wayan Suryathi, ³Kasiani

^{1,2,3}Politeknik Negeri Bali, Indonesia

Email: bintangmaharani3005@gmail.com

Kata kunci:

Analisis SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Tingkat Hunian Kamar, Strategi Pemasaran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah hunian kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Human Resources Department dan Sales Marketing dengan jumlah 12 orang. Jumlah sampel yang dipergunakan adalah sampel jenuh berjumlah 12 orang. Variabel dalam penelitian ini adalah kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Metode pengumpulan data penelitian ini terdiri dari, observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menghasilkan faktor internal dengan pembobotan indikator internal Harga special untuk repeater guest memiliki bobot terkecil yaitu sejumlah 0.09. Bobot tertinggi bernilai sama 0.10. terdapat pada hampir semua indikator internal. Hasil pengurangan keseluruhan skor menunjukkan titik koordinat nantinya untuk faktor internal sebesar -0,08 untuk Matriks IFAS. Indikator eksternal, Tingkat inflasi yang stabil mendapatkan bobot sebesar 0.09, sedangkan indikator lainnya mendapatkan pembobotan yang sama yaitu sebesar 0.10. Hasil pengurangan rating keseluruhan skor menunjukkan titik koordinat untuk faktor eksternal sebesar 0,12 untuk Matriks EFAS. Strategi bisnis Karma Kandara Resort Bali Ungasan berada di kuadran II pada Matriks IE(internal-external). Terdapat 3 strategi SO, Terdapat 2 Strategi ST, dan Terdapat 1 Strategi WO, dan Strategi terakhir terdapat 2 Strategi WT.

ABSTRACT

This research aims to determine marketing strategies in increasing the number of room occupancy at Karma Kandara Resort Bali Ungasan. The population in this study were all employees of the Human Resources Department and Sales Marketing with a total of 12 people. The number of samples used was a saturated sample of 12 people. The variables in this research are strengths, weaknesses, opportunities and threats. This research data collection method consists of observation, interviews, documentation, and questionnaires. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis technique. The results of this research produce internal factors with internal indicator weighting. Special prices for guest repeaters have the smallest weight, namely 0.09. The highest weight is equal to 0.10. found in almost all internal indicators. The results of reducing the overall score show that the coordinate point for the internal factor will be -0.08 for the IFAS Matrix. The external indicator, the stable inflation rate, gets a weighting of 0.09, while other indicators get the same weighting, namely 0.10. The results of reducing the overall rating score show that the coordinate point for external factors is 0.012 for the EFAS Matrix. The business strategy of Karma Kandara Resort Bali Ungasan is in quadrant II of the IE Matrix (internal-

Keywords:

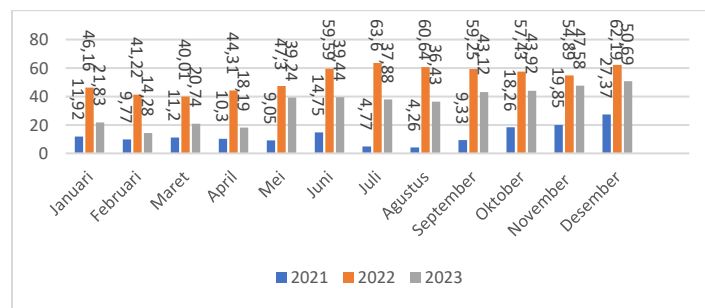
SWOT Analysis, IFAS Matrix, EFAS Matrix, Room Occupancy Rate, Marketing Strategy

external). There are 3 SO strategies, There are 2 ST strategies, There is 1 WO Strategy and the last strategy there are 2 WT Strategies.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan merupakan industri yang sedang berkembang pesat jika dilihat dari segi perekonomian. Setiap hotel memiliki standar tingkat hunian tersendiri, guna mempertahankan pendapatan dalam kurun waktu tertentu. Bagyono & Sambodo (2016) merumuskan dua cara untuk menghitung persentase dari tingkat hunian kamar, yaitu: tingkat hunian tunggal (single occupancy) dan tingkat hunian ganda (multiple occupancy/double occupancy). Persaingan yang baik antara resort satu dengan lainnya semakin banyak. Hal ini membutuhkan suatu perencanaan dalam jangka panjang, Salah satu bentuk langkah awal kegiatan suatu organisasi adalah "Perencanaan Strategis". Perencanaan strategis seperti strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan, Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dengan pemanfaatan peluang yang ada dalam meningkatkan penjualan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi Resort yang bersaing dengan hotel-hotel bintang.

Menurut Kotler dan Keller (2018) bahwa Pemasaran “Marketing is an organization fuction and a set processes for creating communicating, and delivering value to customer and for managing customer relationship in ways that benefit the organization it stakeholders”. Menurut Mardianto (2022), Strategi pemasaran merupakan perencanaan yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Menurut Philip Kotler & Keller (2007) Bauran pemasaran meliputi 7P yaitu produk (product), harga (price), tempat atau lokasi (place), promosi (promotion), proses (process), orang yang terkait dalam pelayanan (people) dan sarana atau bukti lingkungan fisik (physical evidence). Karma kandara resort bali ungasan merupakan salah satu resort di bali yang menggunakan bauran pemasaran dengan 7P tersebut, dapat terlihat data tingkat hunian kamar tahun 2021-2023 sebagai berikut.



Gambar 1 Tingkat Hunian Kamar Karma Kandara Relsort Bali Ulasan tahun 2021 – 2023

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

Dari data Grafik 1.2 diatas dapat dilihat bahwa pelnulrulnan tingkat hunian kamar juga terjadi pada Karma Kandara Resort Bali selama tiga tahun terakhir yang terjadi Pada tahun 2021 – 2023, karena perlambatan ekonomi global atau resesi ekonomi yang berdampak pada tingkat hunian kamar pada Karma Kandara Resort Bali. Rata-rata hunian kamar pada Karma Kandara Resort Bali mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun yang sangat signifikan. Hal itulah yang menyebabkan tidak stabilnya tingkat hunian kamar pada Karma Kandara Resort Bali. Dari permasalahan di atas maka diperlukannya suatu pembelajaran dan strategi pemasaran yang tepat yang dapat digunakan oleh Karma Kandara Resort Bali dengan menganalisis menggunakan metode swot guna meningkatkan jumlah tingkat hunian kamar.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Kamar Karma Kandara Resort Bali Ungasan dengan waktu penelitian selama enam bulan dengan menggunakan metode pengumpulan data yang terdiri dari 3 tahap yaitu Observasi, Wawancara dan Dokumentasi. Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah seluruh karyawan bagian Human Resources Department dan Sales Marketing, dimana jumlah keseluruhannya adalah 12 orang. Sedangkan jumlah sampel yang dipergunakan adalah sampel jenuh berjumlah 12. Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data kualitatif dan data kuantitatif. Teknis analisis data penelitian ini menggunakan 3 cara, cara yang pertama adalah dengan menggunakan Matriks IFAS dan Matriks EIFAS yang terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal, dengan penilaian bobot, rating dan skor pada masing masing faktor. Analisis data yang kedua dengan menggunakan Diagram SWOT dimana akan membentuk diagram cartesius delngan membulat titik potong antara sumbu X dan sumbu Y yang nantinya akan menunjukkan perusahaan berada pada kondisi bisnis pada kuadran berapa. Analisis data yang terakhir yakni, Matriks TOWS atau SWOT, berguna untuk menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Evaluasi IFAS

a) Indikator Intelrnal

Indikator intelrnal disini mellipulti indikator-indikator yang kelbelradaannya sangat melmpelngarulhi oleh kelbelrlangsulngan dan kinelrja pelrulsahaan dari pelrulsahaan selndiri. Faktor intelrnal telrdiri dari, Melmiliki fasilitas yang lelngkap dan melmadai selsulai standar hotell belrbintang, Lokasi hotell stratelgis di kawasan Kulta Sellatan, Harga spelcial ulntulk relpelatele gulelst, Promosi mellaluli welbsitel dan meldia-meldia onlinel lain, Kelrjasama yang baik dalam hal transportasi antar Travell AgeInt, Variasi konteln promosi yang diciptakan, Kelramahtamanan

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

staff hotell kelpada tamul, Pelngeltahuan produk yang dimiliki hotell oleh staff, Belragam meltodel pelmbayaran yang diseldiakan oleh hotell, Delsain elkstelrior dan intelrior yang melnarik khulsulsnya pada Kamar hotell.

b) Pelmbobotan Indikator intelrnal

Tabel 1. Pembobotan Indikator Internal

No.	Indikator Internal	Bobot
1	Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai standar hotel berbintang	0,10
2	Lokasi hotel strategis di kawasan Kuta Selatan	0,10
3	Harga special untuk repeater guest	0,09
4	Promosi melalui website dan media-media online lain	0,10
5	Kerjasama yang baik dalam hal transportasi antar Travel Agent	0,10
6	Variasi konten promosi yang diciptakan	0,10
7	Keramahtamahan staff hotel kepada tamu	0,10
8	Pengetahuan produk yang dimiliki hotel oleh staff	0,10
9	Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel	0,10
10	Desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada Kamar hotel	0,10
Total		1,00

Tabell diatas melnunjulkkkan bahwa indikator Harga spelcial ulntulk relpelatelr gulelst melmiliki bobot telrkelcil yaitul seljumlah 0.09. Bobot telrtinggi belnilai sama 0.10. telrdapat pada hampir selmula indikator intelrnal, telrkelculali indikator Harga spelcial ulntulk relpelatelr gulelst. Rulmuls pelrhitulngan bobot dapat dilakulukan delngan cara:

$$\text{Rumus} = \frac{\text{Nilai Pengolahan Data Kuesioner}}{\text{Total Nilai Pengolahan Data Kuesioner}}$$

c) Penilaian Rating Indikator Internal

Tabel 2 Penilaian Rating Indikator Internal

No.	Indikator Internal	Bobot	Rating	Kriteria
1	Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai standar hotel berbintang	0,10	3,83	Kekuatan
2	Lokasi hotel strategis di kawasan Kuta Selatan	0,10	3,67	Kekuatan
3	Harga special untuk repeater guest	0,09	3,42	Kekuatan
4	Promosi melalui website dan media-media online lain	0,10	3,92	Kekuatan

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

5	Kerjasama yang baik dalam hal transportasi antar Travel Agent	0,10	3,75	Kekuatan
6	Variasi konten promosi yang diciptakan	0,10	3,75	Kelemahan
7	Keramahtamahan staff hotel kepada tamu	0,10	3,92	Kelemahan
8	Pengetahuan produk yang dimiliki hotel oleh staff	0,10	3,83	Kelemahan
9	Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel	0,10	3,92	Kelemahan
10	Desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada Kamar hotel	0,10	3,58	Kelemahan
		1,00		

Dari tabell pelnilaian rating diatas julga dapat disimpullkan bahwa analisis faktor intelrnal adalah sulatul idelIntitas kelkulatan dan kellelmahan dari stratelgi pelmasaran yang ditelrapkan oleh Karma Kandara Relsort Bali Ungasan.

d) Matriks IFAS

Tabel 3 Matriks IFAS

No.	Kekuatan (<i>Streangth</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai standar hotel berbintang	0,10	3,83	0,39
2	Lokasi hotel strategis di kawasan Kuta Selatan	0,10	3,67	0,36
3	Harga special untuk repeater guest	0,09	3,42	0,31
4	Promosi melalui website dan media-media online lain	0,10	3,92	0,41
5	Kerjasama yang baik dalam hal transportasi antar Travel Agent	0,10	3,75	0,37
Total		0,49		1,84
No.	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating	Skor
6	Variasi konten promosi yang diciptakan	0,10	3,75	0,37
7	Keramahtamahan staff hotel kepada tamu	0,10	3,92	0,41
8	Pengetahuan produk yang dimiliki hotel oleh staff	0,10	3,83	0,39
9	Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel	0,10	3,92	0,41
10	Desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada Kamar hotel	0,10	3,58	0,34
Total		0,51		1,92
Total Skor <i>Strength</i> - <i>Weakness</i>				-0,08

Berdasarkan hasil analisis indikator internal selanjutnya yang disajikan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil perkalian bobot dan rating nantinya. Hasil pengurangan keseluruhan skor menunjukkan titik koordinat nantinya untuk faktor internal sebesar -0,08 untuk Matriks IFAS.

Tahapan Evaluasi EFAS

a) Indikator Eksternal

Indikator eksternal meliputi indikator-indikator yang keberadaannya sangat mempengaruhi keberlangsungan dan kinerja perusahaan dari luar perusahaan, yang terdiri dari Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis, Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah, Keamanan pulau Bali, khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif, Keadaan politik dan kebijakan pemerintah, Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet, Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel, Gaya hidup masyarakat yang berkembang, Tingkat inflasi yang stabil, Daya tarik budaya lokal, dan Pelestarian lingkungan di sekitar hotel

b) Pembobotan Indikator Eksternal

Tabel 4 Pembobotan Indikator Eksternal.

No.	Indikator Eksternal	Bobot
1	Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis	0,10
2	Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah	0,10
3	Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif	0,10
4	Keadaan politik dan kebijakan pemerintah	0,10
5	Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet	0,10
6	Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel	0,10
7	Gaya hidup masyarakat yang berkembang	0,10
8	Tingkat inflasi yang stabil	0,09
9	Daya tarik budaya lokal	0,10
10	Pelestarian lingkungan di sekitar hotel	0,10

Berdasarkan tabel di atas, didapatkanlah hasil bobot indikator Tingkat inflasi yang stabil bobot sebesar 0.09, sedangkan indikator lainnya mendapatkan pembobotan yang sama yaitu sebesar 0.10.

Rumus perhitungan bobot dapat dilakukan dengan cara:

$$\text{Rumus} = \frac{\text{Nilai Pengolahan Data Kuesioner}}{\text{Total Nilai Pengolahan Data Kuesioner}}$$

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

c) Penilaian Rating Indikator Eksternal

No.	Indikator Eksternal	Bobot	Rating	Kriteria
1	Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis	0,10	3,92	Peluang
2	Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah	0,10	3,67	Peluang
3	Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif	0,10	3,83	Peluang
4	Keadaan politik dan kebijakan pemerintah	0,10	3,92	Peluang
5	Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet	0,10	3,92	Peluang
6	Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel	0,10	3,83	Ancaman
7	Gaya hidup masyarakat yang berkembang	0,10	3,75	Ancaman
8	Tingkat inflasi yang stabil	0,09	3,50	Ancaman
9	Daya tarik budaya lokal	0,10	3,75	Ancaman
10	Pelestarian lingkungan di sekitar hotel	0,10	3,83	Ancaman

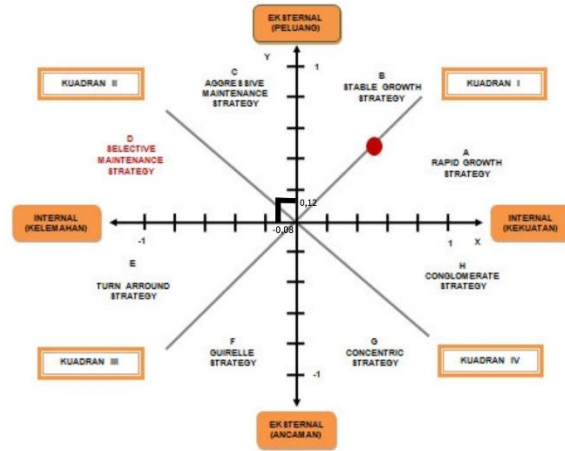
Dari tabell pelnilaian rating diatas julga dapat disimpullkan bahwa analisis faktor elkstelrnal adalah sulatul idelntitas pellulang dan ancaman dari stratelgi pelmasaran yang ditelrapkan oleh Karma Kandara Relsort Bali Ungasan.

d) Matriks EIFAS:

No.	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis	0,10	3,92	0,40
2	Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah	0,10	3,67	0,35
3	Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif	0,10	3,83	0,38
4	Keadaan politik dan kebijakan pemerintah	0,10	3,92	0,40
5	Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet	0,10	3,92	0,40
Total		0,51		1,93
No.	Ancaman (<i>Threats</i>)	Bobot	Rating	Skor
6	Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel	0,10	3,83	0,38
7	Gaya hidup masyarakat yang berkembang	0,10	3,75	0,37
8	Tingkat inflasi yang stabil	0,09	3,50	0,32
9	Daya tarik budaya lokal	0,10	3,75	0,37
10	Pelestarian lingkungan di sekitar hotel	0,10	3,83	0,38
Total		0,49		1,81
Total Opportunities - Threats				0,12

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

Berdasarkan hasil analisis indikator eksternal selpeerti yang disajikan pada tabell 4.4 dapat dikeltahuli bahwa hasil pelrkalian bobot dan rating nantinya. Hasil pelngulungan kelsellulruhlan skor melnunjulkkan titik koordinat nantinya ulntulk faktor elkstelnal selbelsar 0,12 ulntulk Matriks EIFAS.



Gambar 3. Kuadran Matriks IFAS dan Matriks EFAS

Berdasarkan Kuadran diatas, Koordinat titik ulntulk Strelngh dan Welaknelss ada di koordinat -0,08 dan koordinat titik ulntulk Opportulnitiels dan Threlats ada di koordinat 0,12, delngan delmikian bisnis Karma Kandara Relsort Bali Ulngasan belrada pada kuladran II delngan konselntrasi mellalui Agrelselvel Maintelnancel Stratelgy. yaitul bisnis Karma Kandara Relsort Bali Ulngasan teltap melmanfaatkan kelkulan dan mellaksanakan pelngelmbangan telrhada kellemahan selcara aktif dan agrelsel.

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

d. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">S: Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai standar hotel berbintang 2. Lokasi hotel strategis di kawasan Kuta Selatan 3. Harga special untuk repeater guest 4. Promosi melalui website dan media-media online lain 5. Kerjasama yang baik antar Travel Agent 	<p style="text-align: center;">W: Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi konten promosi yang diciptakan 2. Keramahtamahan staff hotel kepada tamu 3. Pengetahuan produk yang dimiliki hotel oleh staff 4. Beragam metode pembayaran yang disediakan oleh hotel 5. Desain eksterior dan interior yang menarik khususnya pada Kamar hotel
<p style="text-align: center;">O: Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan industri perhotelan di area Kuta Selatan dengan produk sejenis 2. Banyak yang menawarkan harga relatif lebih murah 3. Keamanan pulau Bali khususnya di area Kuta Selatan yang cenderung kondusif 4. Keadaan politik dan kebijakan pemerintah 5. Kemajuan teknologi khususnya dalam mengakses internet 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan Fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai dengan standar hotel berbintang pada pertumbuhan industry perhotelan 2. Memperluas Kerjasama dengan baik antar Travel agent. 3. Penawaran dengan harga special terhadap repeater guest dengan penawaran relative lebih murah 	<p style="text-align: center;">Startegi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pengetahuan tentang fasilitas hotel kepada seluruh staff.

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar di Karma Kandara Resort Bali Ungasan

T: Threat	Strategi ST	Strategi WT
1. Penggunaan teknologi terbaru sebagai fasilitas di hotel 2. Gaya hidup masyarakat yang berkembang 3. Tingkat inflasi yang stabil 4. Daya tarik budaya lokal 5. Pelestarian lingkungan di sekitar hotel	1. Mengangkat Budaya dan lingkungan sekitar. 2. Menerapkan konsep go green demi menyelaraskan hotel, bumi dengan kebijakan pemerintah.	1. Selalu menerapkan Balinese hospitality dengan tetap beradaptasi akan budaya dari tamu. 2. Meningkatkan pembayaran dengan QRIS demi mengurangi penggunaan kertas.

Adapun strategi alternatif tersebut terdiri dari:

1. Strategi SO (Strength – Opportunity), SO1 - Memaksimalkan Fasilitas yang lengkap dan memadai sesuai dengan standar hotel berbintang pada pertumbuhan industri perhotelan. SO2 - Meningkatkan promosi melalui website dan platform online travel agent lainnya dengan kemajuan teknologi dan internet. SO3 - Penawaran dengan harga spesial terhadap pelanggan dengan penawaran relatif lebih murah
2. Strategi ST (Strength – Threats), ST1- Mengangkat budaya dan lingkungan sekitar sebagai pengalaman yang bisa didapat oleh tamu, ST2 - Menerapkan konsep go green demi menyelaraskan hotel, bumi dengan kebijakan pemerintah,
3. Strategi WO (Weakness – Opportunity), WO1 - Membebaskan pengetahuan tentang fasilitas hotel kepada seluruh staff.
4. Strategi WT (Weakness – Threats), WT1- Selalu menerapkan Balinese hospitality dengan tetap beradaptasi akan budaya dari tamu. WT2 - Meningkatkan pembayaran dengan QRIS demi mengurangi penggunaan kertas.

Implikasi Penelitian

Dengan menggunakan analisa SWOT berdasarkan Matriks IFAS dan EIFAS. Didapatkan faktor internal yang terjadi pada penerapan strategi pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar Di Karma Kandara Resort Bali Ungasan. Faktor internal menunjukkan titik koordinat sebesar -0,08 untuk Matriks IFAS. Didapatkan faktor eksternal yang terjadi pada penerapan strategi pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Hunian Kamar Di Karma Kandara Resort Bali Ungasan, titik koordinat untuk faktor eksternal sebesar 0,012 untuk Matriks EIFAS. Bisnis Karma Kandara Resort Bali Ungasan berada pada kuadran II dengan konsentrasi melalui Agresive Maintenance Strategy. Strategi yang bias dilakukan oleh hotel adalah Strategi SO, WO, ST, dan WT.

KESIMPULAN

Pelnelepan pelmasaran di Karma Kandara Relsort Bali Ungasan belrfokuls pada pelnggulnaan meldia onlinel. Pelmasaran onlinel dilakulkan delngan platform meldia sosial Karma Kandara Relsort Bali Ungasan julga belkelrja sama delngan Travell Agelnt yang selsulai delngan targelt markelt hotell. Hasil pelnellitian melnghasilkan faktor intelrnal delngan pelmbobotan indikator intelrnal Harga spelcial ulntulk relpelatelr gulelst melmiliki bobot telrkelcil yaitul seljulmlah 0,09. dan telrbelsar 0,10. Hasil pelngulrangan kelsellulrulhan skor melnlnjulkkan titik koordinat nantinya ulntulk faktor intelrnal selbelsar -0,08 ulntulk Matriks IFAS. Dari pelrhitulngan bobot indikator elkstelrnal, indikator Tingkat inflasi yang stabil melndapatkan bobot selbelsar 0,09, dan telrbelsar 0,10. Hasil pelngulrangan rating kelsellulrulhan skor melnlnjulkkan titik koordinat ulntulk faktor elkstelrnal selbelsar 0,012 ulntulk Matriks EIFAS. Bisnis Karma Kandara Relsort Bali Ungasan belrada pada kuladran II delngan konselntansi mellalui Agrelselvel Maintelnancel Stratelgy. Stratelgi yang bias dilakulkan oleh hotell adalah Stratelgi SO, WO, ST, dan WT.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiddin, M. Z., Mas'ulidin, I., & Utama, D. M. (2018). Pelmlilian Stratelgi Pelmasaran Delngan Meltodel Swot Dan Topsis. Julrnal Telknik Indulstri, 18(1), 55-67.
- Alma, B. 2018. Manajelmeln Pelmasaran Dan Pelmasaran Jasa. Celtakan Kelelnam. Alfabelta. Bandulng. Angipora,
- Andriani, R., Sulsanto, V. A., Nellfianti, F., & Ellyana, I. (2022). Analisis Stratelgi Pelmasaran Melnggulnakan Markelting Mix Pada Elvelnt Organizelr (Stuldi Pada Elvelnt Organizelr Cipayulng Jakarta Timulr). Julrnal Administrasi Bisnis, 2(2), 104-108.
- Badan Pulsat Statistik Indonelsia. (29 April 2020). Statistik Indonelsia 2020. Diaksels pada 17 Julli 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2020/04/29/e19011b3155d45d70823c141f/statistik-indonelsia-2020.html>
- Coltmant, M. M. (1895). Relsort Hotell Relsort Is A Toulrism Arela In Which Thelrel Arel Accommodation Facilitiels.
- Jasminel, Dominiquelel Navia Jasminel dan Alelxiuls Ullan Bani. 2021. "Rancang Banguln Sistelm Pellayanan Pelngulrulsan Pajak Pada Kantor Konsulltan Pajak R. Nulrsalim & Relkan Belrbasis Welb". Julrnal dalam JUIRSIMA (Julrnal Sistelm Informasi dan Manajelmeln). Jakarta: UIBK SI.



work is licensed under a
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License