

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS SWOT DALAM MERUMUSKAN STRATEGI PEMASARAN
PADA HOTEL GRAND Q GORONTALO**

SKRIPSI

OLEH

MOHAMAD RINALDI DJAKARIA

931418014

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Dr. Raffin Hineo, S.Pd, M.Si
NIP. 19730618199031001

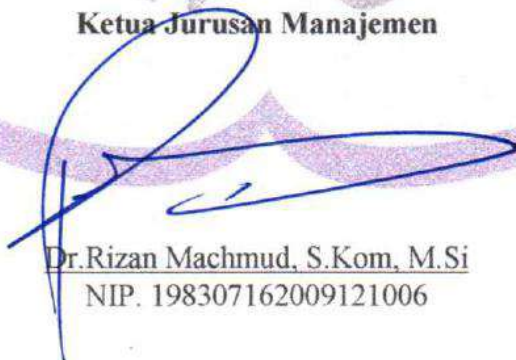
Pembimbing II



Endi Rahman, SE, MM
NIP. 198006132009121004

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS SWOT DALAM MERUMUSKAN STRATEGI PEMASARAN PADA HOTEL GRAND Q
GORONTALO

Oleh
MOHAMAD RINALDI DJAKARIA
NIM. 931418014

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 09 Maret 2022

Waktu : 13:00:00

Penguji

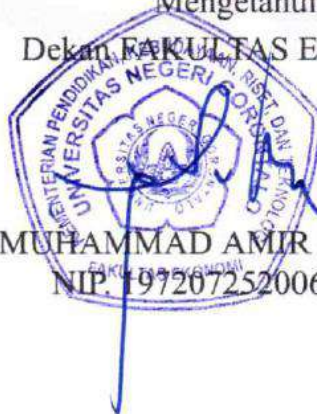
1. IRWAN YANTU, S.Pd., M.Si
NIP.197310202003121001
2. ANDI JUANNA, S.Pd.,M.Sc
NIP.198411262010121004
3. Dr. RAFLIN HINELO, S.Pd.,M.Si
NIP.197306181999031001
4. ENDI RAHMAN, SE, MM
NIP.198006132009121004

1.....
2.....
3.....
4.....

Mengetahui:

Dekan, FAKULTAS EKONOMI

Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP. 197207252006041002



ABSTRAK

Analisis SWOT Sebagai Penentu Strategi Pemasaran Hotel Grand Q Gorontalo, dibawah bimbingan selaku pembimbing I Bapak Dr. Raflin Hinelo, SE., M.Si dan Bapak Endi Rahman SE., MM selaku pembimbing II. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi Hotel Grand Q Gorontalo secara strategis berdasarkan analisis SWOT kemudian menentukan alternatif strategi pemasaran menurut Matriks SWOT. Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis SWOT yaitu dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dan kemudian ditunjukkan pada diagram Cartesius, Matriks Internal dan Eksternal, dan Matriks SWOT.

Nampak posisi Hotel Grand Q pada hasil Analisis Diagram Cartesius berada pada Sel 1 pada posisi tumbuh dan kembangkan yang merupakan posisi kompetitif pasar yang kuat.

Pada Matriks SWOT ada 4 alternatif strategi yang dapat digunakan oleh Hotel Grand Q Pada strategi SO memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang yaitu fasilitas yang lengkap beserta makanan dan minuman yang beragam, reputasi pelayanan terbaik, serta lokasi yang strategis akan lebih mudah menarik minat konsumen yang semakin banyak berkunjung ke Gorontalo ditunjang dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga lebih cepat dan mudah dalam menawarkan promosi.

Pada strategi WO yaitu mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Dengan perkembangan teknologi yang ada dapat digunakan untuk pelaksanaan promosi kepada konsumen secara cepat dan luas serta peningkatan daya beli dan selera konsumen, bisa berdampak positif pada hotel dengan disediakannya fasilitas yang memadai seperti menyediakan ruangan yang lebih besar untuk acara yang berskala besar

Untuk strategi ST yaitu dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman yaitu dengan memiliki fasilitas serta menu makanan dan minuman yang beragam. Hotel Grand Q harus terus berinovasi agar produk/layanan yang dihasilkan tidak mudah ditiru oleh pesaing.

Strategi WT yaitu menciptakan strategi khusus untuk kegiatan promosi kepada konsumen yang lebih gencar.

Kata kunci : Analisis SWOT, Matriks SWOT, Alternatif Strategi.

ABSTRACT

SWOT Analysis as a determinant of the Grand Q Hotel Gorontalo Marketing Strategy. The principal supervisor is Dr. Raflin Hinely, SE., M.Si., and the co-supervisor is Endi Rahman SE., MM. Study Program of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo

This research aimed to determine the condition of the Grand Q Hotel Gorontalo strategically based on SWOT analysis and determine the alternative marketing strategy according to the SWOT Matrix. This research was tested using SWOT analysis, namely by identifying internal and external factors, and then formulated on a Cartesian diagram, internal and external matrices, and SWOT matrix.

The position of Grand Q Hotel in the results of the Cartesian Diagram Analysis is in Cell 1 or in the growth and development position, which is a strong competitive market position.

In the SWOT Matrix, 4 alternative strategies can be used by Hotel Grand Q. In the SO strategy, Hotel Grand Q can utilize strengths to create opportunities, such as completing facilities along with various foods and drinks, best service reputation, and a strategic location to attract the increasing number of consumers visiting Gorontalo supported by increasingly sophisticated technological developments to offer promotions more quickly and easily.

In the WO strategy, Hotel Grand Q can overcome weaknesses by taking advantage of existing opportunities. The development of existing technology can be used to carry out promotions to consumers quickly and widely and increase purchasing power and consumer tastes. It can have a positive impact on the hotel by providing adequate facilities such as providing larger rooms for large-scale events.

In the ST strategy, Hotel Grand Q can use its strengths to avoid threats by having facilities and a variety of food and drink menus. Hotel Grand Q must continue to innovate so that the resulting service product is not easily imitated by competitors.

In the WT Strategy, Hotel Grand Q can create a specific strategy for more intensive promotion activities to consumers.

Keywords: SWOT analysis, SWOT matrix, alternative strategy.

