

**SKRIPSI**  
**ANALISIS STRATEGI PROMOSI HOTEL LOMBOK PLAZA**  
**TERHADAP HUNIAN KAMAR HOTEL PADA MASA PANDEMI**  
**COVID-19 DI LOMBOK**



**KONSENTRASI ENTHREPRENEUR**  
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI HOTEL LOMBOK PLAZA  
TERHADAP HUNIAN KAMAR HOTEL PADA MASA  
PANDEMI COVID-19 DI LOMBOK**

Oleh :


**DODI ARMAN**  
**218120013**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram

Menyetujui

**Pembimbing**

**Pembimbing 1**



Drs. Mintasrihardi, M.H.  
• NIDN.0830016101

**Pembimbing 2**



Mala Vinuzia, SE., ME.  
NIDN.0806088702

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Administrasi Bisnis**



Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM  
NIDN. 0828108404

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI HOTEL LOMBOK PLAZA  
TERHADAP HUNIAN KAMAR HOTEL PADA MASA  
PANDEMI COVID-19 DI LOMBOK**

Oleh :

**DODI ARMAN**  
**218120013**

Telah dipertahankan didepan penguji  
Pada tanggal Februari 2022  
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

1. **Drs. Mintasrihardi, M.H.**  
**NIDN.0830016101**

(  )  
Ketua

2. **Mala Vinuzia, SE., ME.**  
**NIDN.0806088702**

(  )  
Anggota

3. **Selva, M.Sc.**  
**NIDN.0811118601**

(  )  
Anggota

Mengesahkan,  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram  
Dekan

  
**Dr. H. Muhammad Ali Ihsan, M.Si**  
**NIDN. 0806066801**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama : DODI ARMAN**

**Nim : 218120013**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan atau Doktor baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM maupun perguruan tinggi lainnya)
2. Karya tulis adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak benar dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Mataram, 14 Maret 2022



DODI ARMAN



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram  
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dodi Arman  
 NIM : 218120013  
 Tempat/Tgl Lahir : Tandek, 03 Januari 1999  
 Program Studi : Administrasi Bisnis  
 Fakultas : Fisipol  
 No. Hp : 085 333 992 044  
 Email : Dodyarman05@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis\* saya yang berjudul :

Analisis Strategi promosi Hotel Lombok Plaza terhadap Kunjungan kamar hotel pada masa pandemi covid-19 di Lombok.

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 479

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 09 Maret .....2022

Penulis



Dodi Arman

NIM. 218120013

Mengetahui,

Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.

NIDN. 0802048904

\*pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN  
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram

Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : [perpustakaan@ummat.ac.id](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dadi Arman  
NIM : 218120013  
Tempat/Tgl Lahir : Tandek, 03 Januari 1999  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Fisipol  
No. Hp/Email : 085 333992044 / Dadyarman05@gmail.com  
Jenis Penelitian :  Skripsi  KTI  Tesis  .....

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah, saya berjudul:

Analisis Strategi Promosi hotel Lombok Plaza terhadap hunian kumar hotel pada masa pandemi covid-19 di Lombok

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, .. 09. Maret ..... 2022

Penulis



Dadi Arman  
NIM. 218120013

Mengetahui,  
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.  
NIDN. 0802048904

## RIWAYAT HIDUP



**DODI ARMAN.** Penulis berasal dari Desa Labulia Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah. Penulis lahir di Tandek 03 Januari 1999, dan merupakan anak Pertama dari pasangan Bapak Abdul Wahab dan Ibu Semuati.

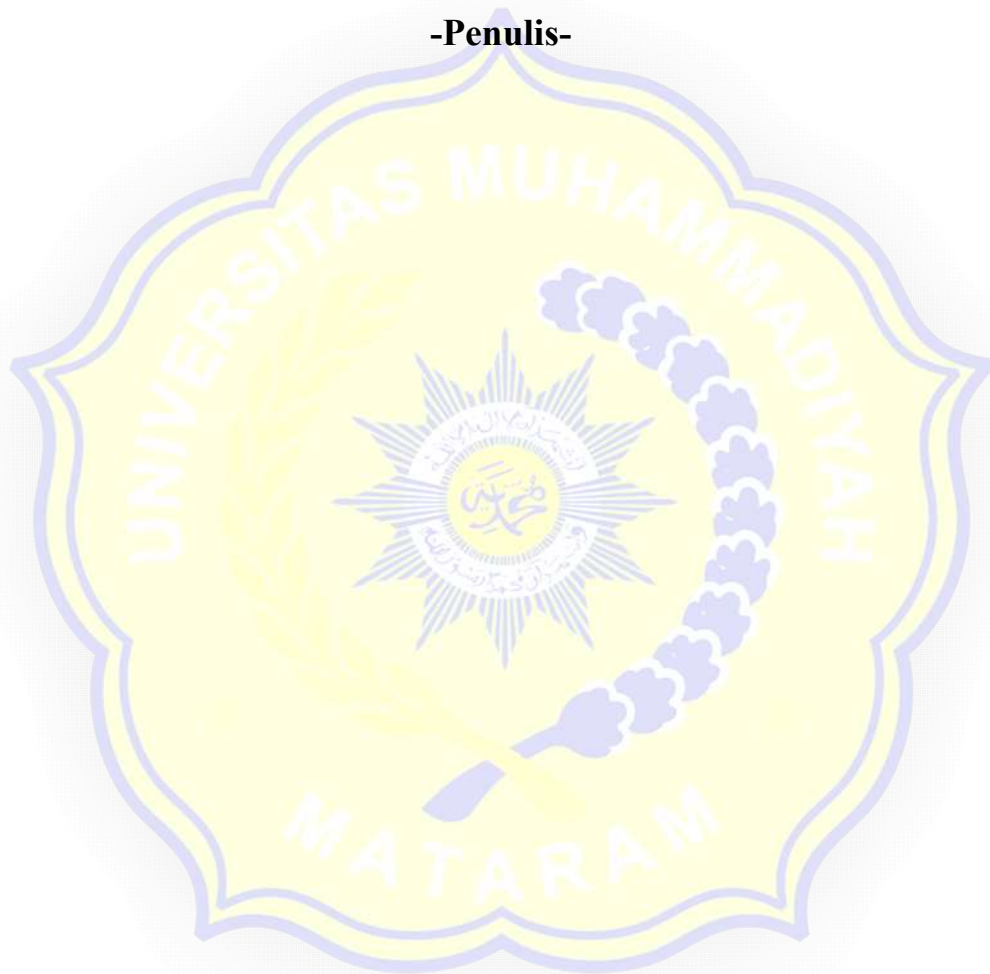
Penulis menempuh Pendidikan Sekolah Dasar di SDN TANDEK pada tahun 2004 dan lulus pada tahun 2011. Setelah itu, penulis melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di MTs Hidayatul Muhsinin dan lulus pada tahun 2014. Penulis lalu melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMK NEGERI 1 Kuripan dan lulus pada tahun 2017.

Pasca kelulusan Sekolah Menengah Atas, penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Swasta dan terdaftar sebagai Mahasiswa Strata 1 (ST) Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

## **MOTTO HIDUP**

“ Aku Belajar Dari Kegagalan, Belajar Dari Masa Lalu Kemudian  
Memulainya Kembali”

**-Penulis-**



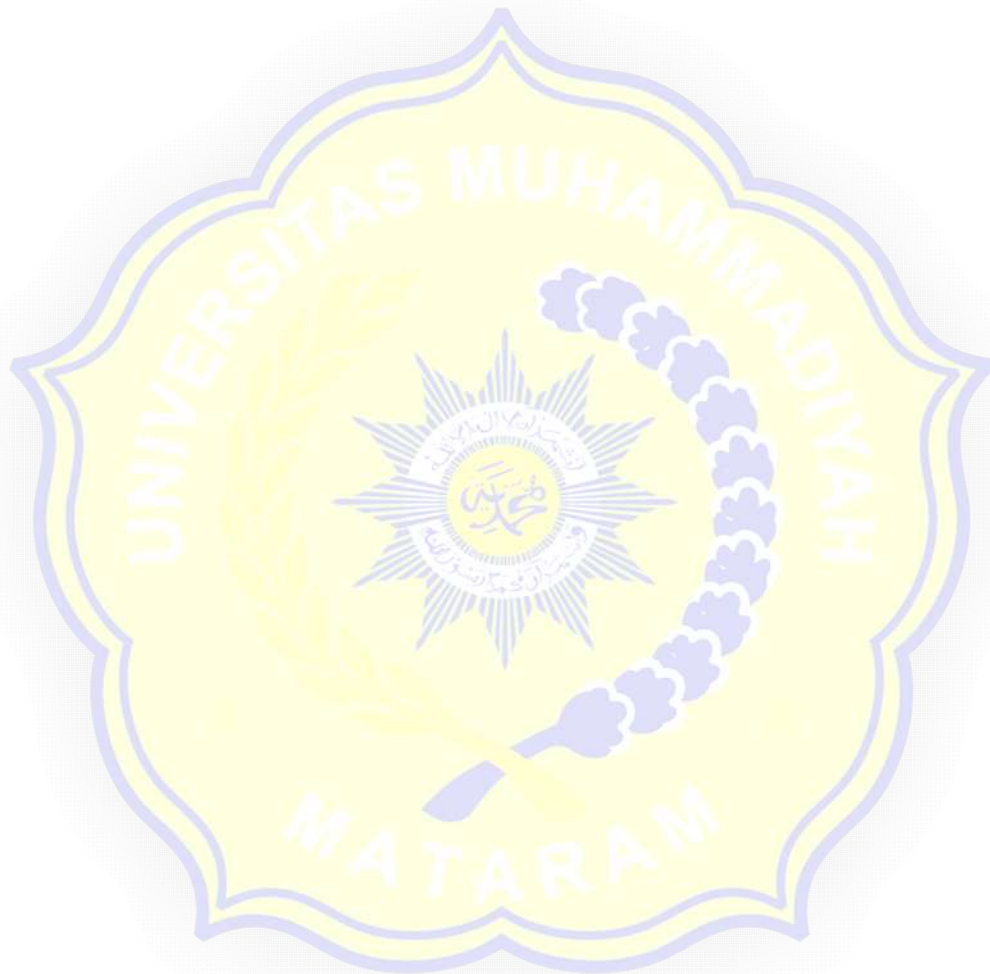


## PERSEMBAHAN

Tiada yang maha pengasih dan maha penyayang selain Engkau ya ALLAH. Syukur Alhamdulillah berkat rahmat dan karunia-Mu ya Allah, saya bisa menyelesaikan Karya Tulis ilmiah ini ku persembahkan untuk :

1. Kepada kedua orang tua tercinta bapak Abdul Wahab dan Ibu Semuati Dan Ibu Rusniwati yang selama ini telah membantu penelitian dalam bentuk perhatian, kasih sayang, semangat serta do'a yang tidak henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kemudian terimakasih banyak untuk Adik-Adik, Kakak-kakakku tercinta yang telah memberikan dukungan serta perhatian kepada penulis.
2. Spesial Person, Sahabat Sahabat , Apriani Maniharpasari, Lalu, Sare'at Guru Indraguna, Aditiya Apriatama, Moh Toni Iskandar, M. Jabarul Akbar, M. Agung Kurniawan, Nobon Prajadinata, M. Kholid Rafzan Jani, Rizki Khaerul Imam. terimakasih telah menjadi Orang-Orang terbaik bagi penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, motivasi, serta do'a hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Untuk teman-teman almamater saya dan teman-teman seperjuangan saya di kampus yang tak bisa saya sebut satu persatu. Mari kita lanjutkan perjuangan kita di luar sana. Jaga nama baik almamater dan buat harum nama kampus kita. Saat yang saya rindukan saat berkumpul dengan kalian semua di kelas.

4. Terimakasih Buat Film One Piece yang sudah menginspirasi hidup saya selama ini.
5. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Promosi Hotel Lombok Plaza Terhadap Hunian Kamar Hotel Pada Masa Pandemi Covid-19 Dilombok”** dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan terima kasih dan rasa hormat yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan jajarannya.
2. Bapak Dr. H.M Ali, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., M.M selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis.
4. Bapak Drs. Mintasrihardi. MH selaku Dosen Pembimbing I dan terimakasih atas segala keikhlasan dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi.
5. Ibu Mala Vinuzia. SE., ME selaku Dosen Pembimbing II, terimakasih atas segala keikhlasan dan kesabaran dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun skripsi.
6. Kedua Orang Tua saya yang sangat berjasa dan selalu mendoakan dan memberikan dukungan tanpa lelah sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan harapan.

7. Keluarga besar saya trimakasih atas segala doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan harapan.
8. memberikan semangat yang baik selama mengikuti perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi.

Dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati dalam menyusun skripsi, Penulis sangat menyadari bahwa karya ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu saran dan kritik yang bersifat konstruktif sangat peneliti harapkan demi kelayakan dan kesempurnaan kedepannya agar bisa diterima dan bermanfaat secara penuh oleh khalayak umum yang berminat dengan karya ini.

Mataram, 5 Februari 2022

**DODI ARMAN**

218120013

## ABSTRAK

### ANALISIS STRATEGI PROMOSI HOTEL LOMBOK PLAZA TERHADAP HUNIAN KAMAR HOTEL PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI LOMBOK

Dodi Arman<sup>1</sup>, Mala Vinuzia<sup>2</sup>, Mintasrihardi<sup>3</sup>  
Mahasiswa<sup>1</sup>, Pembimbing<sup>2</sup>, Pembimbing utama<sup>3</sup>  
Program Study Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram

Oleh :  
Dodi Arman

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan oleh Hotel Lombok Plaza terhadap hunian kamar hotel pada masa pandemi covid-19 ini dengan menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif dengan strategi bauran promosi untuk memaparkan data-data dan analisis internal dan analisis eksternal, dan analisis strengths, weaknesses, opportunities, threats (SWOT). Strategi Promosi pariwisata pada hotel Lombok Plaza terhadap hunian kamar hotel pada masa pandemi covid-19 melalui periklanan, yaitu dengan menggunakan media online dan media cetak. Strategi promosi melalui promosi penjualan yaitu dengan memperbanyak memberikan diskon atau potongan untuk konsumen. Strategi promosi melalui penjualan personal yaitu mengadakan even serta memanfaatkan mitra pelaku usaha agent travel dalam meningkatkan jumlah hunian kamar.

Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai factor secara sistematis untuk melihat sejauh mana strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan Kelemahan (*Weaknesses*) dan Ancaman (*Treats*). Hasil penelitian ini dalam Strategi yang dilakukan Lombok Plaza pada masa pandemi covid-19 sesuai dengan hasil analisis SWOT pada penelitian ini yaitu, strategi agresif dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategi*). Kondisi Hotel Lombok Plaza berada pada kuadran pertama nilainya 1,68 (positif) dan 2,19 nilainya (positif), hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan sehingga dapat meraih beberapa peluang yang ada sehingga dapat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan, dan meraih kemajuan secara maksimal.

**Kata Kunci** :Strategi Promosi, Hotel, Hunian kamar, Pandemi Covid-19, Analisis SWOT.

## ABSTRACT

Dodi Arman

### **Analysis of Lombok Plaza Hotel Promotion Strategy for Hotel Room Occupancy During the Covid-19 Pandemic in Lombok**

This study aims to find out what strategies are used by Hotel Lombok Plaza for hotel room occupancy during the covid-19 pandemic by using a qualitative descriptive approach with a promotional mix strategy to describe internal data and analysis and external analysis, and analysis of Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT). During the COVID-19 pandemic, the Lombok Plaza hotel used online and print media advertising to promote hotel room occupancy. The goal of the sales promotion strategy is to enhance the number of discounts or discounts available to customers. The promotion approach for personal selling is to conduct events and work with travel agent business partners to boost room occupancy. The public relations strategy involves partnering with competitors in the Mataram Hotel Association (AHM) organization to improve sales. SWOT analysis is a method of systematically identifying various aspects to determine the scope of a company's strategy. This analysis is based on a logic that maximizes Strengths, Weaknesses (Opportunities). While minimizing Weaknesses and Threats simultaneously. The results of this study in Lombok Plaza's strategy during the covid-19 epidemic, namely, an aggressive strategy by supporting an aggressive expansion policy, were based on the SWOT analysis results in this study (Growth-Oriented Strategy). The condition of the Lombok Plaza Hotel is in the first quadrant, the value is 1.68 (positive), and the value is 2.19 (positive). It shows that the company is in a very favorable condition because it has the strength to seize several existing opportunities so that it can continue expanding, enlarging growth, and achieving maximum progress.

**Keywords:** Promotion Strategy, Hotel, Room Occupancy, Covid-19 Pandemic, SWOT Analysis



## DAFTAR ISI

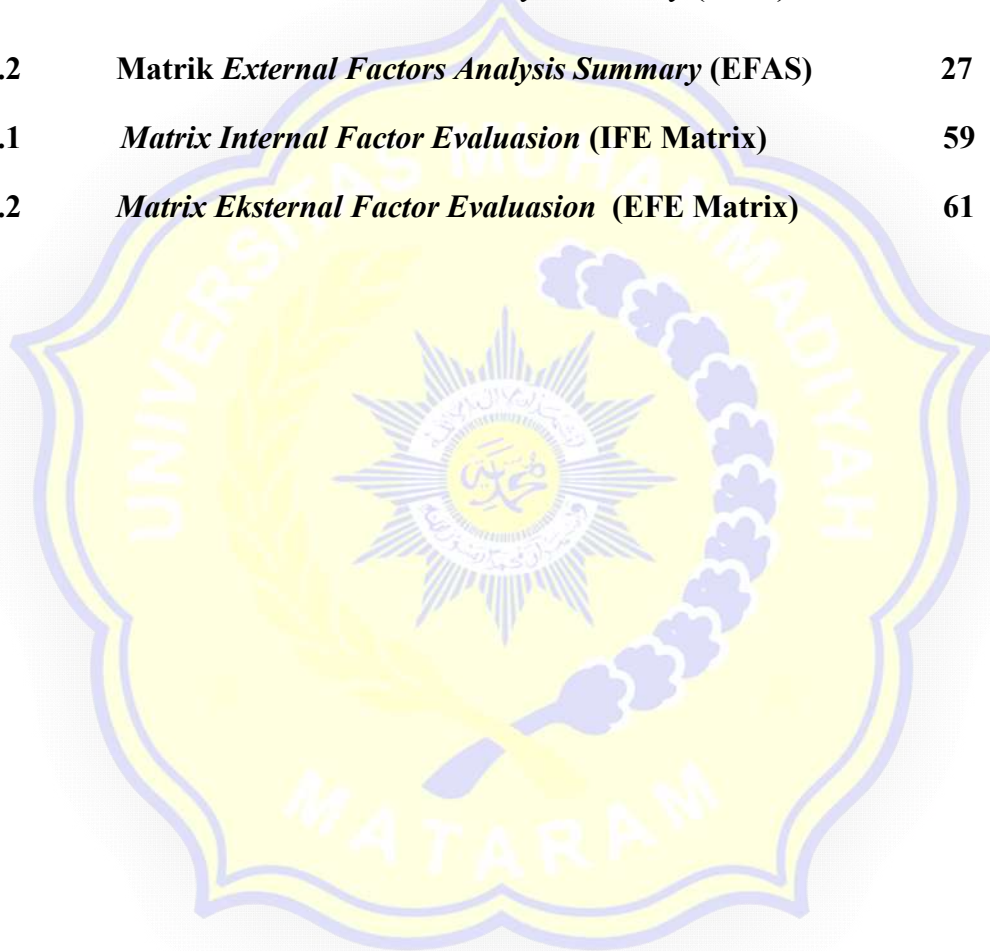
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS ILMIAH</b> .....	<b>vi</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK BAHASA INGGRIS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DARTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Konsep Strategi .....	11
2.1.2 Pengertian Promosi .....	12
2.1.3 Bauran Promosi.....	12
2.1.4 Konsep Hotel Marketing .....	14
2.1.5 Analisis SWOT .....	16
2.3 Kerangka Pemikiran .....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>20</b>
3.1 Metode Yang Digunakan .....	20
3.2 Lokasi Penelitian .....	21
3.3 Waktu Penelitian .....	21
3.4 Jenis Dan Sumber Data .....	21
3.4.1 Data Primer .....	21
3.4.2 Data Skunder .....	22
3.5 Informan Penelitian .....	23

3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.4.1 Metode Observasi .....	23
3.4.2 Metode Wawancara .....	24
3.4.3 Metode Dokumentasi .....	24
3.7 Teknik Analisis Data .....	25
3.7.1 Reduksi Data .....	25
3.7.2 Penyajian Data .....	25
3.7.3 Analisis Deskriptif .....	26
3.7.4 Analisis internal dan Analisis External .....	26
3.7.5 Penarikan kesimpulan .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	33
1.1.1 Profil Hotel Lombok Plaza & Convention .....	34
1.1.2 Struktur Organisasi .....	34
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	35
4.2.1 Strategi Promosi Hotel Lombok Plaza Terhadap Hunian Kamar Hotel Pada Masa Pandemi Covid-19 .....	35
4.2.2 Kekuatan ( <i>Strengths</i> ), Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> ), Peluang ( <i>Opportunities</i> ), serta Ancaman ( <i>Threats</i> ) yang dihadapi Hotel Lombok Plaza. ....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DARTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Wisatawan Ke Provinsi NTB Tahun 2018-2020	2
2.1	Penelitian Terdahulu	9
3.1	Matrik Internal <i>Factor Analisis Summary</i> (IFAS)	26
3.2	Matrik <i>External Factors Analysis Summary</i> (EFAS)	27
4.1	<i>Matrix Internal Factor Evaluasion</i> (IFE Matrix)	59
4.2	<i>Matrix Eksternal Factor Evaluasion</i> (EFE Matrix)	61



## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Kerangka Berfikir	19
3.1	Diagram Analisis SWOT	30
4.1	Struktur Organisasi Hotel Lombok Plaza & Convention	34
4.2	Periklanan Menggunakan Website Hotel Lombok Plaza	39
4.3	Periklanan Melalui Media Sosial Instagram	40
4.4	Penawaran Menggunakan Brosur	40
4.5	penawaran menggunakan Baliho/Spanduk	41
4.6	Paket Wedding Lombok Plaza	44
4.7	Penawaran diskon dari beberapa paket menginap	44
4.8	Penawaran Diskon Menginap	45
4.9	Pengadaan Even Mandalika Surfing Championship	47
4.10	Bekerjasama dengan instansi pemerintah dalam pemilihan Duta Pariwisata 2020	50
4.11	Diagram Analisis SWOT	63

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Aktivitas yang dilakukan oleh manusia sangat bervariasi oleh karena itu dari keberagaman itu banyak dibutuhkan sarana penunjang untuk aktivitas manusia. Masyarakat modern saat ini menghadapi rutinitas kerja yang membosankan, jadi tidak mengherankan bahwa kita membutuhkan kenyamanan seperti tempat untuk bersantai dan melakukan sesuatu yang lain. Ini sangat berguna bagi komunitas untuk menghindari depresi dan stres berlebihan karena kebutuhan kerja rutin yang berulang setiap hari. Salah satu acara yang dilakukan adalah kunjungan wisata. Indonesia adalah negara arsip terbesar di dunia dengan jumlah total pulau 13.466. Indonesia terletak di antara dua lautan, yaitu Lautan India dan Lautan Pasifik, dan dua benua, yaitu benua Asia dan benua Australia, sehingga wilayah Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis.

Menurut (Dinas Pariwisata) Selain mengeluarkan jargon Visi Indonesia pemerintah juga menetapkan Daerah Tujuan Wisata Utama (DTW) salah satunya yang baru ditunjuk yaitu Nusa Tenggara Barat (NTB) membuktikan bahwa potensi wisata Provinsi ini cukup besar dan patut untuk dikembangkan. Arus kunjungan wisatawan ke daerah selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun Adapun data wisatawan dalam Tiga (3) tahun terakhir ke Provinsi Nusa Tenggara Barat seperti Tabel berikut ini :

Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi NTB Selama Tiga Tahun (2018-2020)

**Tabel 1.1**

**Jumlah Wisatawan Ke Provinsi NTB Tahun 2018-2020**

<b>NO</b>	<b>Tahun</b>	<b>Wisman (Wisatawan Mancanegara )</b>	<b>Wisnus (Wisatawan Nusantara )</b>	<b>Jumlah</b>
1.	2018	1.204.556	1.607.823	2.812.379
2.	2019	1.550.791	2.155.561	3.706.352
3.	2020	39.982	360.613	400.595

*Sumber : Statistik Pariwisata Provinsi NTB, Dinas Pariwisata Provinsi NTB Tahun 2021*

Menurut (Badan Pusat Statistik kota Mataram) Salah satu kota yang memiliki potensi wisata yang cukup terkenal di Provinsi Nusa Tenggara Barat yaitu kota Mataram, dimana kota Mataram ini memiliki luas wilayah 61,30 km<sup>2</sup>. kota Mataram memiliki beberapa kawasan wisata yang cukup terkenal yaitu destinasi wisata pantai Ampenan, epicentrum mall. dan beberapa wisata Jainnva. Kawasan kota Mataram merupakan daerah yang banyak dikunjungi wisatawan mancan Negara dan Domestik, di karenakan daerah kota Mataram merupakan pusat industri bahan pokok yang di butuhkan oleh banyak orang selain itu juga kota Mataram adalah salah satu pusat pendidikan di daerah NTB.

Melalui Surat Edaran Nomor 2 Tahun 2020 tentang Pencegahan dan Penularan Lanjutan Wabah Coronavirus Disease 2019 (COVID-19), ia meminta

dinas yang bertanggungjawab di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif untuk berkonsultasi dan melaporkan perkembangan pelaksanaan untuk mengantisipasi secara berkala. dan menangani penyebaran efek Covid-19 dalam lingkup masing-masing. Selain itu, instansi terkait perlu mensosialisasikan Standar Operasional Prosedur (SOP) sesuai dengan protokol kesehatan Kementerian Kesehatan untuk memastikan operasional bisnis berjalan dengan baik. Protokol kesehatan dikomunikasikan melalui media sosial, media cetak, radio, dan segudang pesan melalui grup whatsapp di masing-masing wilayah.

Di masa pandemi Covid-19, strategi promosi sangat penting dilakukan untuk mendapatkan hasil terbaik. Perusahaan perlu menyadari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya dalam persaingan. Ini bisa sangat membantu dalam mengidentifikasi perusahaan Anda, memanfaatkan semua peluang yang ada, dan menghindari atau meminimalkan risiko yang ada.

Produk yang dikeluarkan pasti memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Analisis atau penelitian biasanya digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan tersebut. Analisis SWOT (kelebihan, kelemahan, peluang, ancaman). Diyakini bahwa Anda dapat mengevaluasi suatu produk dan memasarkannya. Tujuan dari analisis SWOT ini adalah untuk mendiagnosa produk sehingga dapat dilakukan dengan benar pada produk yang akan dijual. Oleh karena itu, fungsi analisis SWOT dan strategi bersaing adalah menganalisis kekuatan, kelemahan, dan keunggulan bersaing suatu perusahaan yang dilakukan melalui analisis

kondisi internal perusahaan, yang dilakukan melalui analisis kondisi eksternal perusahaan.

Teknik analisis SWOT pada dasarnya adalah teknik mengidentifikasi berbagai kondisi yang menjadi dasar perencanaan strategis. Terlepas dari faktor subjektif, tujuan dari analisis SWOT ini adalah untuk mendiagnosis suatu produk agar secara umum dapat membuat prediksi yang akurat tentang produk yang dimiliki. Biasanya langkah pertama dalam pengembangan adalah berinvestasi pada elemen internal keberadaan hotel. Adanya faktor internal tersebut akan menggambarkan seperti apa sebenarnya sebuah hotel dalam mengembangkan produknya.

Hotel Lombok Plaza merupakan salah satu hotel Badan Usaha Milik Perseorangan yang sangat populer yang beralamat di Jl. Pejanggik No.8, Kota Mataram. Lombok Plaza juga memiliki tingkat hunian kamar hotel yang cukup ramai, banyaknya kegiatan kunjungan dan berbagai wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara ini membuktikan bahwa hotel tersebut sudah memiliki nilai di mata konsumen. Hal ini dapat dilihat dari jumlah tamu yang sudah menginap selama tahun 2021 di hotel ini adalah 100.418 orang. Akan tetapi setelah terjadinya bencana Covid-19 terjadi kerugian yang sangat signifikan. Di tengah pandemi wabah Covid-19 hotel bintang Empat ini mengalami penurunan konsumen dikarenakan adanya *Social Distancing* dan orang-orang disarankan untuk tidak melakukan perjalanan wisata hal ini berdampak besar kepada tempat

penginapan yang mengalami penurunan pengunjung akibat penghambatan kegiatan masyarakat selama pandemi Covid-19. Akan tetapi, hotel ini masih tetap beroperasi dengan berbagai strategi yang dilakukan untuk menjual produknya. Maka dari itu, dengan melihat uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Strategi Promosi Hotel Lombok Plaza Di Masa Pandemi Covid-19. Hal ini dilakukan untuk dapat mengetahui secara pasti, dampak yang dialami Hotel Lombok Plaza Terhadap Hunian Kamar Hotel dengan adanya Covid-19, bagaimana strategi Promosi yang dipilih oleh manajemen hotel, serta bagaimana penerapan strategi pemasaran tersebut.

Oleh Karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang : **“Analisis Strategi Promosi Hotel Lombok Plaza Terhadap Hunian Kamar Hotel Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Lombok ”.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah strategi promosi yang dilakukan Hotel Lombok Plaza Pada Masa Pandemi Covid-19?
2. Bagaimana Analisis SWOT pada strategi promosi hotel Lombok plaza (Internal dan Eksternal)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi promosi pada Hotel Lombok Plaza Pada Masa Pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui Bagaimana Analisis SWOT pada strategi promosi hotel Lombok plaza (Internal dan Eksternal).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan di atas, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi nantinya, atau sebagai referensi bagi pihak lain, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Akademis**

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi tambahan informasi dan wawasan untuk bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan perbandingan peneliti lain khususnya mengenai promosi perusahaan.

##### **2. Manfaat Teoritis**

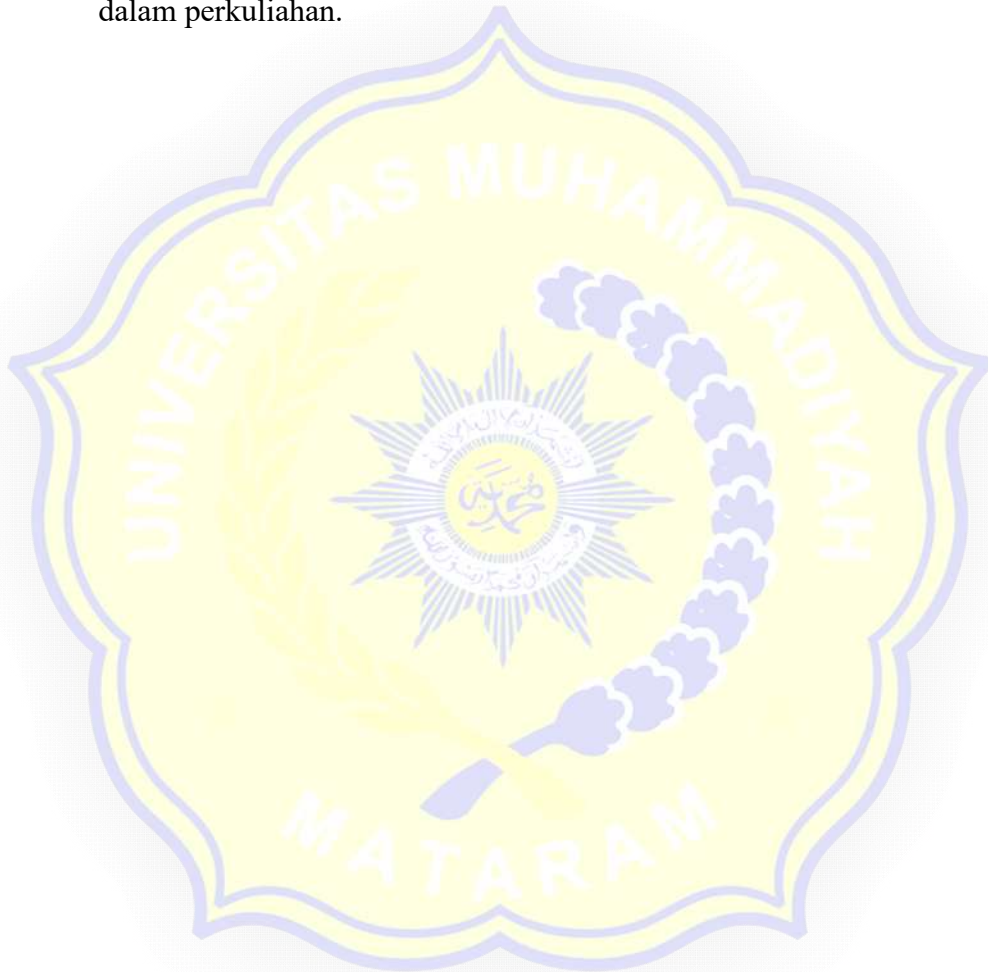
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran pada pihak perhotelan khususnya promosi pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19.

##### **3. Manfaat Praktis**

- 1) Memberikan kontribusi pada hotel Lombok Plaza dalam meningkatkan promosi pariwisata Pada Masa Pandemi Covid-19.



- 2) Dengan adanya penelitian ini wisatawan diharapkan akan mendapat informasi lebih terkait promosi pariwisata di hotel Lombok Plaza Pada Masa Pandemi Covid-19.
- 3) Sebagai salah satu syarat menempuh gelar S1 dan merupakan tugas akhir dalam perkuliahan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Tentunya untuk melengkapi penelitian teoritis yang akan dibahas selanjutnya, perlu dilakukan penelitian sebelumnya, berikut beberapa hasil penelitian sebelumnya dari berbagai sumber:

1. Rahmah Aisyah (2019) Dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pada Hotel Whiz Prime Hasanuddin Di Kota Makassar” memperoleh Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa lokasi pada peta Cartecius menunjukkan bahwa Whiz Prime Hotel Hasanuddin terletak di Unit I, dengan menawarkan harga murah, mengadopsi strategi agresif yaitu strategi keunggulan biaya, sehingga meningkatkan daya beli masyarakat. konsumen, menandakan bahwa Whiz Prime Hotel Hasanuddin menghadapi beberapa tantangan, peluang, dan ada kekuatan yang mendorongnya untuk merebut peluang tersebut.
2. Alyah Arfianti (2017) Dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Pt.Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar” memperoleh Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini PT. Strategi bersaing aplikasi PT TriMega Syariah Kantor Cabang Makassar. TriMega Syariah Cabang Makassar tidak hanya menyediakan produk-produk

berkualitas dengan harga terjangkau, tetapi juga mempertimbangkan untuk memaksimalkan pengiriman, memaksimalkan produk yang dijual di media sosial, menjaga citra perusahaan di mata publik, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan bobot nilai internal Matriks evaluasi faktor (IFE matriks) adalah 2,85, menunjukkan lokasi PT. TriMega Syariah memiliki posisi internal yang sangat kuat. Sedangkan matriks evaluasi faktor eksternal (matriks EFE) memiliki nilai pembobotan sebesar 3,02 yang menunjukkan PT. TriMega Syariah Kantor Cabang Makassar memiliki posisi yang kuat dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal.

3. Anwari Masatip (2020) “Analisis Strategi Pemasaran pada Hotel Inna Parapat dalam Situasi Pandemi Covid-19” memperoleh Hasil yang optimal diimplementasikan dalam berbagai strategi pemasaran yang sangat luas, antara lain strategi analitis, strategi harga, strategi produk, dan strategi pelayanan untuk menghadapi persaingan.

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan judul	Metode	Hasil
1	Rahmah Aisyah (2019), Judul Penelitian Analisis Strategi Pemasaran Pada Hotel Whiz	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa letak diagram kartesius adalah Hotel With Prime Hasanuddin

	Prime Hasanuddin Di Kota Makassar.	bersifat deskriptif.	menggunakan strategi agresif, strategi keunggulan biaya, untuk menawarkan harga yang lebih rendah sehingga meningkatkan daya beli konsumen. .
2	Alyah Arfianti (2017) Dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Pt.Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar”	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif komulatif dan metode analisis SWOT.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. TriMega Syariah Kantor Cabang Makassar Strategi Kompetitif yang Dilakukan PT. Kantor Cabang TriMega Syariah Makassar tidak hanya menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga yang wajar, tetapi juga menjaga pengiriman merchandise secara maksimal, memaksimalkan penjualan produk melalui media sosial, dan menjaga citra perusahaan di mata publik.
3	Anwari Masatip (2020), judul penelitian Analisis	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif	Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah hasil strategi pemasaran yang

Strategi Pemasaran pada Hotel Inna Parapat dalam Situasi Pandemi Covid-19.	diskriptif	optimal, yang memiliki jangkauan yang luas, antara lain strategi analisis, strategi harga, strategi produk, dan strategi pelayanan dalam menghadapi persaingan.
--	------------	---

## 2.2 Landasan Teori

### 2.1.1 Konsep Strategi

Strategi adalah rencana terpadu, komprehensif dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, dan dirancang untuk memastikan pencapaian tujuan utama perusahaan melalui implementasi yang tepat oleh perusahaan dari tujuan itu sendiri. (Amir Allah, 2015: 5).

Beberapa langkah yang perlu dilakukan dalam merumuskan strategi, yaitu :

1. Menentukan lingkungan di mana perusahaan akan beroperasi di masa depan, dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai tujuan yang sedang diupayakan dalam lingkungan ini.
2. Melakukan tinjauan lingkungan internal dan eksternal untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan dalam memenuhi misinya.

3. Merumuskan ukuran keberhasilan strategi yang dikembangkan berdasarkan analisis sebelumnya.
4. Tetapkan tujuan dan sasaran yang terukur, dan evaluasi berbagai strategi alternatif berdasarkan sumber daya yang tersedia dan kondisi eksternal yang muncul.
5. Pilih strategi yang paling tepat untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

### **2.1.2 Pengertian Promosi**

Menurut Tjiptono (2015:387), periklanan adalah unsur bauran pemasaran yang menitikberatkan pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang merek dan produk perusahaan. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa periklanan merupakan kegiatan yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk atau jasa, agar produk tersebut dapat menarik untuk dibeli, langkah-langkah periklanan harus dibuat semenarik mungkin dan informasi harus mudah tersampaikan dan dipahami oleh masyarakat menjadi sehingga orang yang membacanya dapat tertarik dan mudah memahaminya.

### **2.1.3 Bauran Promosi**

Menurut Kotler dan Amstrong (2014 : 429) menjelaskan beberapa dimensi dari bauran promosi sebagai berikut:

- 1) Periklanan (*Advertising*)

Kotler dan Armstrong (2014; 429) adalah suatu bentuk di mana periklanan adalah presentasi non-pribadi dan promosi ide untuk barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu, organisasi nirlaba (seperti lembaga pemerintah) serta perusahaan. Ini menyatakan, Universitas, dll.) dan individu. Periklanan merupakan media promosi berupa pesan yang dikomunikasikan kepada khalayak luas dengan tujuan menyediakan produk atau jasa melalui media yang dapat mendorong masyarakat untuk melakukan pembelian.

## 2) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Kotler dan Armstrong (2014;429) memberikan pemahaman bahwa penjualan pribadi adalah presentasi lisan dalam percakapan dengan satu atau lebih pembeli masa depan yang bertujuan untuk menciptakan penjualan. Personal sales merupakan media promosi yang tepat bagi pelaku bisnis untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggannya. Salah satu tujuan perwakilan penjualan adalah agar perwakilan penjualan perusahaan bertemu langsung dengan pelanggan dan menawarkan produk secara tatap muka.

## 3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Kotler dan Armstrong (2014:429) memahami promosi sebagai insentif jangka pendek untuk meningkatkan pembelian atau penjualan

barang atau jasa yang diharapkan akan dibeli sekarang. Promosi yang termasuk dalam promosi ini antara lain kupon hadiah, penjualan, kontes, pameran, dan lainnya.

#### 4) Hubungan Masyarakat (*Public Relation and Publicity*)

Kotler dan Armstrong (2014; 429) memberikan wawasan bahwa fungsi humas mempromosikan hubungan yang baik di antara semua komponen lembaga untuk memastikan pemahaman, mendorong motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan pemahaman dan dukungan penduduk dan memperoleh opini publik yang menguntungkan. Humas adalah berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra suatu perusahaan atau produk individunya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dijelaskan bahwa bauran promosi adalah rencana umum komunikasi pemasaran, yang terdiri dari periklanan, promosi, hubungan masyarakat, dll, yang diadopsi oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya.

#### **2.1.4 Konsep Hotel Marketing**

Menurut Yoti, dalam bukunya Strategi Pemasaran Hotel (2001:10), yang dikutip oleh Neil Verne dan Elison Morrison dalam bukunya “Pemasaran Penginapan”, ada batasan berikut: “Dari sudut pandang orang



yang terlibat dalam layanan,” pemasaran dapat ditafsirkan sebagai upaya untuk memproses makanan, minuman, dan penginapan di hotel yang menarik minat orang, memberikan nilai tambah melalui layanan dan presentasi. Konsep pemasaran hotel selalu terdiri dari beberapa kegiatan yang bertujuan untuk menarik pelanggan potensial dengan memotivasi minat mereka dalam membeli produk dan layanan hotel. Dalam hal ini, tugas utama pemasaran adalah untuk mengubah sikap orang yang tidak suka menikmati produk atau layanan. Bagi pemilik modal atau pemegang saham, tugas pemasaran adalah untuk mendorong pertumbuhan kesejahteraan perusahaan. Untuk manajemen hotel pemasaran bertujuan untuk meningkatkan penjualan kamar, makanan dan minuman. Dengan peningkatan penjualan ini berarti bahwa pendapatan juga akan meningkat dan pada saat yang sama meningkatkan keuntungan. Itulah mengapa pemasaran selalu berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar, karena peningkatan pangsa pasar berarti peningkatan segmen pasar. Oleh karena itu, dari awal tugas pemasaran harus jelas. Ketika sebuah hotel akan dibangun atau ketika seorang perunding mempersiapkan tawaran sesuai dengan rencana pengembangan hotel, aspek pemasaran ini harus dianalisis. Analisis ini mencakup penentuan lokasi, bentuk dan arsitektur bangunan hotel, interior dan dekorasi objek yang akan dibangun, dan semua ini harus berdasarkan orientasi pemasaran.

### 2.1.5 Analisis SWOT

Alat yang digunakan untuk mengagregasi faktor-faktor strategis suatu perusahaan adalah Matriks SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Proses pengambilan keputusan strategis selalu dikaitkan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Analisis SWOT bertujuan untuk mengklarifikasi semua kekuatan dan kelemahan yang diidentifikasi untuk membuat rekomendasi pengembangan berdasarkan kemampuan yang tersedia. Penerapan SWOT di perusahaan dimaksudkan untuk memberikan panduan untuk membantu perusahaan fokus menghadapi masa depan. Penempatan analisis SWOT nantinya dapat digunakan sebagai pembandingan ide dari perspektif yang berbeda, baik dari segi kekuatan dan kelemahan, serta potensi peluang dan ancaman di masa depan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Menurut Freddy Rangkuti (2009:18) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistimatis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats).

Dari berbagai pengertian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah bagaimana suatu perusahaan memandang kekuatan dan kelemahannya sendiri yang dipengaruhi oleh perusahaan, dan bagaimana perusahaan memandang peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. dipahami untuk merumuskan strategi yang efektif. Faktor-faktor evaluasi ini didefinisikan sebagai berikut:

1) Kekuatan (*Strengths*)

Ini adalah sumber daya perusahaan, keterampilan atau keunggulan komparatif dan permintaan pasar yang dilayani atau ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan tercermin dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-penjual dan faktor lainnya.

2) Kelemahan (*weaknesses*)

Keterbatasan atau kekurangan yang secara signifikan mengurangi produktivitas perusahaan. Sumber kekurangan ini adalah sumber daya keuangan, kapasitas manajerial, keterampilan pemasaran dan citra.

3) Peluang (*Opportunities*)

Paling menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Identifikasi peluang dapat dilihat dari segi segmen pasar, perubahan rezim persaingan atau politik, perubahan teknologi, dan peningkatan hubungan dengan pembeli atau pemasok.

#### 4) Ancaman (*Threats*)

Ini adalah situasi yang buruk bagi perusahaan. Ancaman terhadap perusahaan datang dalam bentuk pesaing, pertumbuhan pasar yang lambat, peningkatan daya tawar pembeli atau pemasok, pemasok, perubahan teknologi dan perubahan kebijakan.

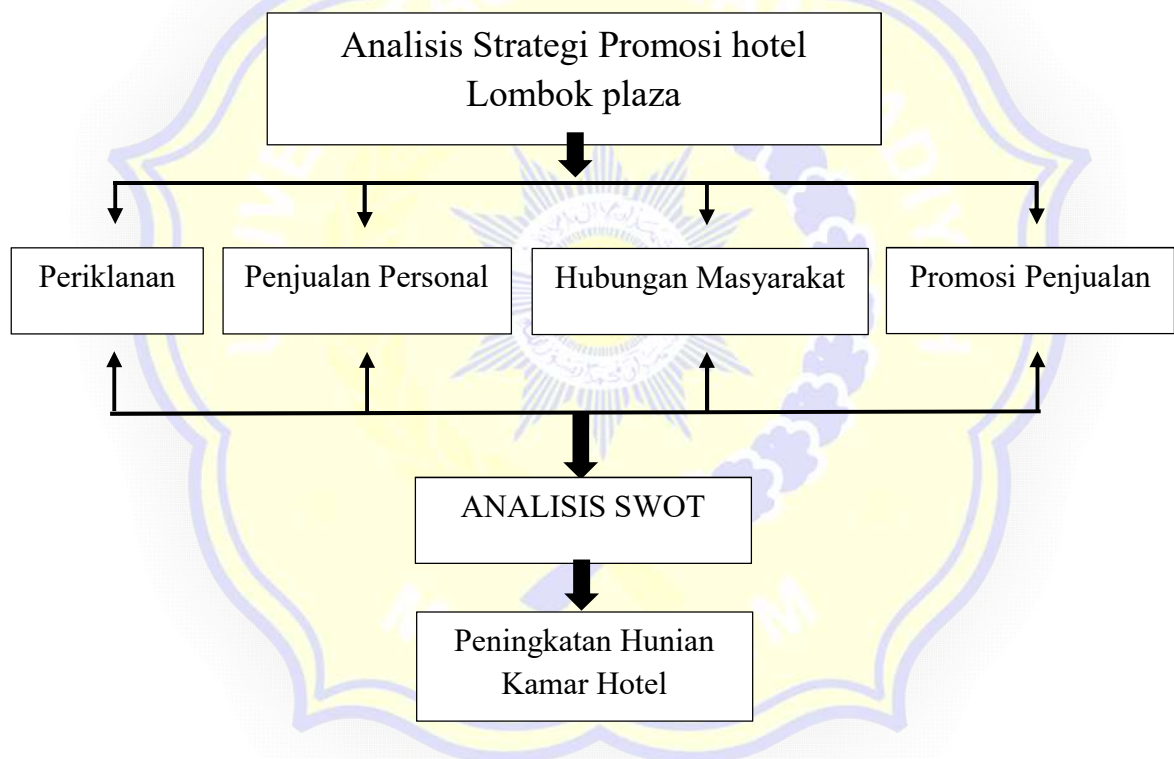
Kegiatan yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT adalah menganalisis dan menganalisis lingkungan, baik lingkungan internal maupun eksternal organisasi. Analisis lingkungan adalah proses pemantauan yang dilakukan oleh ahli strategi yang terkait dengan sektor lingkungan untuk mengidentifikasi peluang kegiatan (peluang) dan ancaman terhadap perusahaan, sedangkan diagnosis lingkungan mencakup keputusan manajemen yang diperlukan dengan mengevaluasi data peluang dan ancaman yang signifikan dari analisis lingkungan. :

- 1) Mendefinisikan bisnis (*mission dan objective*).
- 2) Mengidentifikasi kesempatan-kegiatan dan ancaman-ancaman (*opportunities dan threats*).
- 3) Menentukan “*key success factor*” dalam bisnis.
- 4) Menilai kemampuan diri organisasi.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir tersebut dibuat untuk mempermudah proses penelitian karena didalamnya memuat tujuan dari penelitian itu sendiri, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi hotel Lombok Plaza selama masa pandemi Covid-19 di Lombok. Dengan bantuan teori promotion complex yang terdiri dari periklanan (advertising), penjualan pribadi (personal selling) dan hubungan masyarakat (PR) menggunakan analisis SWOT.

**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Yang Digunakan**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan data dan analisis internal dan analisis eksternal, serta strategi bauran promosi untuk menggambarkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT). Analisis deskriptif kualitatif. Ini adalah prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang atau aktor yang dapat diamati. Analisis internal dan eksternal melakukan analisis internal untuk memahami kekuatan dan kelemahan yang digunakan, dan analisis eksternal untuk mengidentifikasi faktor peluang dan ancaman yang dapat dimanfaatkan. Anda perlu menghindarinya. Dan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) merupakan tahapan analisis.

Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, dan untuk menggambarkannya dalam bentuk tertulis dan lisan, dalam konteks tertentu, secara alami dan menggunakan berbagai cara alami (Moleong, 2010).

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Adapun penelitian ini akan dilaksanakan di Hotel Lombok Plaza yang terletak Jl. Pejanggik No.8, Kota Mataram. Alasan peneliti memilih Hotel Lombok Plaza sebagai lokasi penelitian dikarenakan Hotel Lombok Plaza ini adalah salah satu hotel Bintang Empat yang sudah dikenal oleh banyak masyarakat baik dari luar maupun dalam pulau Lombok. Hotel ini terletak tepat di Kecamatan Cakranegara di kota mataram dan juga menjadi salah satu hotel yang terkena dampak dari adanya bencana Covid-19.

### **3.3 Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan dalam jangka waktu Tiga bulan. Adapun bulan dan tahun penelitian ini mulai dari Bulan Oktober Sampai Desember 2021.

### **3.4 Jenis Dan Sumber Data**

Jenis data dalam Penelitian ini menggunakan data kualitatif yaitu jenis data berupa uraian, dokumentasi yang di tujukan pada Hotel Lombok Plaza. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan data skunder.

#### **3.4.1 Data Primer**

Data mentah adalah data yang diperoleh langsung pada sumbernya, pertama kali diamati dan dicatat pada sumbernya atau diperoleh langsung

dari pihak pertama di Hotel Lombok Plaza. Untuk memperoleh data mentah tersebut, peneliti melakukan observasi langsung dan wawancara.

Adapun data primer didalam penelitian ini yaitu hasil dari observasi mengenai bagaimana strategi promosi hotel Lombok Plaza terhadap hunian kamar hotel pada masa pandemic Covid-19 ini dengan Narasumber/informan.

### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua. Data sekunder juga merupakan data yang diperoleh dalam bentuk siap pakai yang diperoleh dari badan lain, seperti misalnya.kewenangan/departemen yang terkait dengan judul penelitian, dikumpulkan dan diproses.

Sumber data sekunder dari penelitian ini dapat berupa hasil pengelolaan yang lebih banyak dibandingkan dengan data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain. Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang diperoleh dari wawancara dan observasi langsung ke lapangan.

1. Observasi hasil laporan tertulis, seperti penjelasan target survei
2. Dokumen berupa gambar seperti foto dan sketsa.



### **3.5 Informan Penelitian**

Penentuan informan dilakukan secara *Snowball Sampling* dengan memilih informan dalam penelitian ini yaitu General Manager Hotel Lombok Plaza, Sales Manager Marketing Hotel Lombok PLaza, dan beberapa Tamu yang pernah menginap di hotel Lombok Plaza.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung di lapangan, dan data sekunder diperoleh dari instansi terkait, perpustakaan, atau penelitian lain yang dianggap relevan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu:

#### **3.6.1 Metode Observasi**

Observasi ini dilakukan dengan mengamati kegiatan promosi dan kegiatan lainnya di Hotel Lombok Plaza. Observasi ini dilakukan pada saat pengumpulan data, selain itu juga untuk mengamati berbagai hal yang ditemui di lingkungan hotel, seperti jadwal kerja atau tujuan menginap di hotel dan kelengkapan media iklan.

### **3.6.2 Metode Wawancara**

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Tujuan penggunaan wawancara tidak terstruktur dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi awal tentang berbagai masalah atau masalah yang ada pada subjek penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pertanyaan atau variabel untuk dipelajari. Teknik ini digunakan untuk mencari informasi atau jawaban dari informan, dimana kata-kata dari setiap pertanyaan dapat diubah selama wawancara sesuai dengan kebutuhan dan kondisi di mana wawancara dilakukan. Menurut Eterberg dalam Sugiyono (2014), wawancara adalah pertemuan di mana dua orang bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga makna dapat dikonstruksi dalam topik tertentu.

### **3.6.3 Metode Dokumentasi**

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang ada berupa arsip atau buku-buku yang mendukung penelitian. Pengumpulan data diperoleh dari hasil yang dilaporkan dan laporan tertulis, grafik, rekaman atau cetak, yaitu data tentang struktur organisasi, gambaran umum Hotel Plaza Lombok dan kegiatan promosi yang dilakukan hotel selama pandemi Covid-19. Menurut Nurulwaasi (2017), dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan penjelasan-penjelasan penting

terkait dengan pertanyaan penelitian, sehingga menghasilkan data yang lengkap, valid, dan tidak berdasarkan ide.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Metode analisis data bertujuan untuk menyederhanakan dan menyajikan secara sistematis semua data yang terkumpul, kemudian mengolah, menafsirkan dan menginterpretasikan data tersebut. Analisis data merupakan upaya untuk memecahkan masalah penelitian untuk mendapatkan jawaban atas masalah yang diteliti. Masalah dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif, IFAS (Summary of Internal Factors Analysis) dan EFAS (Summary of External Factors Analysis) serta SWOT (Strengths ) Analisis Weaknesses Threats Opportunities) untuk merancang strategi pengembangan.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **3.7.1 Reduksi data**

Merangkum dan memilih data yang sudah dicatat dan diamati saat melakukan wawancara dan dialog-dialog dari beberapa pihak Hotel Lombok Plaza. Tujuan dari reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan data yang di peroleh selama penggalan data di lapangan. Analisis Deskriptif

#### **3.7.2 Penyajian data**

Proses pengumpulan data/informasi, diorganisasikan menurut pengelompokan yang diperlukan. Penyajian dilakukan agar dapat melihat keseluruhan gambar atau bagian-bagian tertentu dari keseluruhan gambar.

Pada fase ini peneliti mencoba mengklarifikasi dan menyajikan data sesuai topik, dimulai dengan pengkodean untuk setiap sub masalah.

### 3.7.3 Analisis deskriptif

Merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki oleh Hotel Lombok Plaza.

### 3.7.4 Analisis Internal dan Analisis Eksternal

Melakukan analisis internal untuk mendapatkan kekuatan dan kelemahan yang diharapkan untuk digunakan. Untuk menilai faktor-faktor ini, matriks IFAS (Ringkasan Analisis Faktor Internal) digunakan. Penentuan faktor strategis internal dilakukan sebelum produksi matriks IFAS.

**Tabel 3.1 Matrik Internal *Factor Analisis Summary* (IFAS)**

<b>Faktor-Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Skor</b>
Peluang :			
Ancaman :			
Total	1,0		

*Sumber : Rangkuti (1997:25)*

Selain itu, analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan peluang untuk faktor-faktor yang dapat dieksploitasi dan ancaman yang harus dihindari. Hasil analisis eksternal dinilai untuk mengetahui apakah strategi yang digunakan selama ini merespon peluang dan ancaman, dan strategi yang digunakan selama ini merespon peluang dan ancaman yang ada. Untuk ini,

matriks EFAS (Ringkasan Analisis Faktor Eksternal) digunakan, seperti yang ditunjukkan di bawah ini.

**Tabel 3.2 Matrik *External Factors Analysis Summary* (EFAS)**

<b>Faktor-Faktor External</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Skor</b>
Peluang :			
Ancaman :			
Total	1,0		

*Sumber : Rangkuti (1997:24)*

Dalam pengisian matrik tersebut untuk kolom pertama disusun variabel dari faktor-faktor strategi perusahaan yang telah teridentifikasi yang terdiri atas variabel- variabel dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk kelompok kedua diisi dengan memberikan nilai bobot faktor-faktor perusahaan dengan menggunakan skala likert yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya, menentukan nilai-nilai ranting dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kolom tiga adalah sebagai berikut:

1. Saat menetapkan nilai ke variabel daya dan peluang. Kedua variabel tersebut memiliki pola pengaruh yang positif terhadap perusahaan, antara lain sebagai berikut:
  - 1) Memiliki pengaruh positif sangat kecil 1
  - 2) Memiliki pengaruh positif kecil 2
  - 3) Memiliki pengaruh positif besar 3
  - 4) Memiliki pengaruh positif sangat besar 4

2. Nilai variabel kelemahan dan ancaman. Kedua variabel tersebut memiliki pola yang merugikan perusahaan, dan tingkat dampaknya dinilai sebagai berikut:

- 1) Memiliki pengaruh negatif sangat besar 1
- 2) Memiliki pengaruh negatif kecil 2
- 3) Memiliki pengaruh negatif kecil 3
- 4) Memiliki pengaruh negatif sangat kecil 4

Bobot adalah penjumlahan nilai faktor strategis perusahaan pada skala 0,0 (tidak signifikan) sampai 1,0 (paling penting). Bobot dan cabang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penilaian}}{\text{Total Penilaian}} \times 1$$

Cabang adalah nilai faktor strategis perusahaan pada skala 1 (buruk) sampai 4 (sangat baik). Kemampuan menyediakan cabang adalah untuk mengetahui apakah faktor strategis perusahaan berpengaruh positif (+) yaitu kekuatan dan peluang, dan faktor negatif (-) berkontribusi terhadap ancaman dan kelemahan.

Sedangkan untuk melengkapi kolom 4, skor bobot dihitung dengan mengalikan bobot di kolom 2 dengan skor di kolom 3. Kemudian dijumlahkan skor bobot di kolom 4 untuk mendapatkan total bobot skor. Nilai keseluruhan ini menunjukkan bagaimana strategi pemasaran merespon faktor-faktor strategis.

## 1. Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)

Pada fase ini dilakukan analisis dan pengambilan keputusan dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT. Berbagai kemungkinan strategi pemasaran alternatif yang digunakan oleh Hotel Lombok Plaza dirumuskan berdasarkan analisis matriks SWOT. Kombinasi komponen SWOT adalah strategi yang mendukung pengembangan objek potensial, seperti: strategi Strengths Opportunities (SO), Strengths Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO) dan Weaknesses Threats (WT).

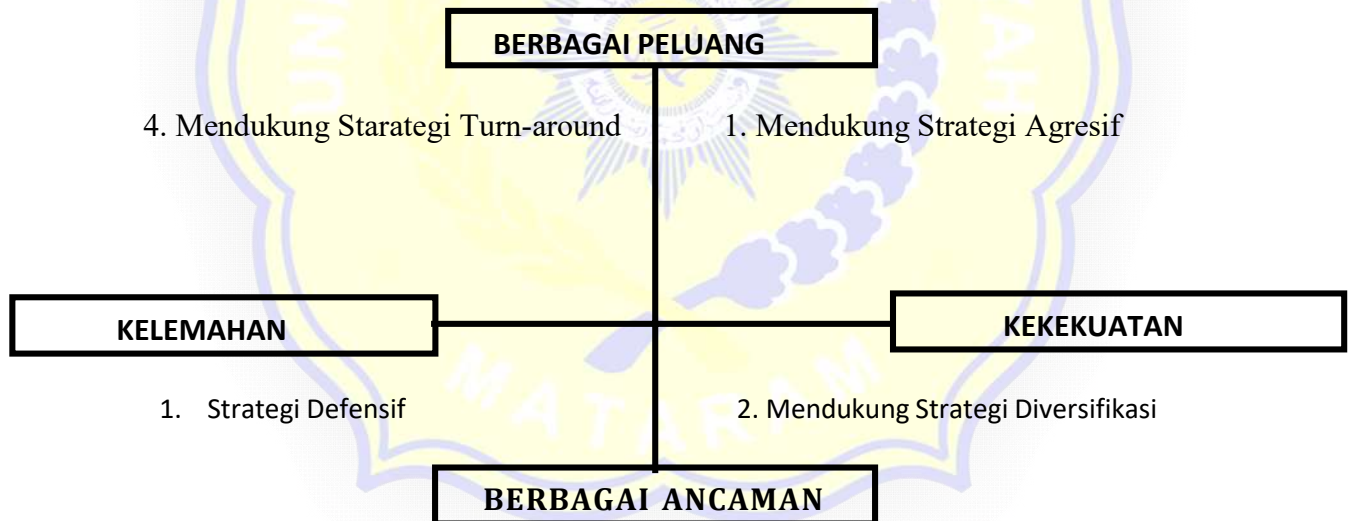
Keterangan :

- 1) Strategi SO, yaitu menggunakan semua kekuatan untuk menangkap peluang dan memanfaatkannya secara maksimal.
- 2) Strategi ST, yaitu menggunakan kekuatan objek untuk mengatasi ancaman.
- 3) Strategi WO, yaitu memanfaatkan peluang yang ada dengan mengurangi kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT, yaitu kegiatan yang bersifat defensif dan upaya untuk mengurangi kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

Setelah strategi dirumuskan maka dilanjutkan dengan perumusan program yang merupakan suatu rencana aksi (*action plan*).

Selain itu, demonstrasi analisis data dilakukan. Penyajian hasil analisis data dilakukan secara informal (dalam bentuk narasi) dan secara formal (dalam bentuk tabel, grafik, dll). Disajikan dalam bentuk naratif untuk menentukan strategi apa yang diterapkan guna mendapatkan gambaran yang utuh tentang masalah yang dimaksud. Presentasi formal untuk mendeskripsikan analisis SWOT Hotel Lombok Plaza untuk meningkatkan daya saing. Diagram analisis SWOT diolah agar dapat menentukan dengan tepat gambaran hasil penelitian yang ada, yaitu strategi apa yang diajukan kepada subjek penelitian.

**Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT**



**Rekomendasi:** Gambar 3.1 Diagram Analisis SWOT

1. Kuadran I (postif, positif)



Posisi ini menunjukkan organisasi yang kuat dan menjanjikan, dan saran strategis yang diberikan adalah positif, artinya organisasi berada dalam kondisi terbaik dan stabil, dan oleh karena itu memiliki peluang bagus untuk terus berkembang, meningkatkan pertumbuhan, dan mencapai kemajuan maksimal.

## 2. Kuadran II (positif,negatif)

Posisi ini berarti organisasi yang kuat, tetapi menghadapi tantangan besar. Rekomendasi strategis yang diberikan adalah diversifikasi strategis. Artinya, selama organisasi dalam keadaan stabil, menghadapi banyak tantangan serius, dan diperkirakan roda organisasi akan kesulitan untuk terus berputar jika hanya mengandalkan strategi sebelumnya. Oleh karena itu, organisasi didorong untuk segera memperluas berbagai strategi taksinya mereka.

## 3. Kuadran III (negatif, positif)

Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah Turn-Around (ubah strategi), artinya organisasi disarankan untuk mengubah strategi sebelumnya. Sebab, strategi yang lama dikhawatirkan sulit untuk dapat menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja organisasi.

#### 4. Kuadran IV (negatif, negatif)

Posisi ini menunjukkan bahwa organisasi lemah dan menghadapi masalah serius. Strategi yang direkomendasikan Defensive (strategi defensif) diberikan, artinya kondisi internal organisasi berada dalam dilema pilihan. Oleh karena itu, organisasi didorong untuk menggunakan strategi bertahan hidup dengan mengontrol pekerjaan manajer internal agar tidak jatuh lebih jauh. Strategi ini dipertahankan dengan terus berusaha memperbaiki diri. Diharapkan dengan penggunaan alat analisis di atas akan mampu memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

#### **3.7.5 Penarikan Kesimpulan**

Dilakukan dengan cara mengkaji secara berulang-ulang kebenaran kesimpulan mengenai proses perumusan makna hasil penelitian yang diungkapkan dalam kalimat yang pendek, padat dan mudah dipahami, terutama mengenai judul, tujuan, relevansi dan konsistensi rumusan.