

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING MIX* DALAM
MENINGKATKAN *OCCUPANCY RATE* PASCA PANDEMI
COVID-19 DI FOUR POINTS BY SHERATON MANADO**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

SALSABILA ADITYA ALDARIZMA AMIR

NIM : 18064016



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN PARIWISATA
PRODI SARJANA TERAPAN MANAJEMEN PERHOTELAN
2022**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSYARATAN GELAR.....	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	
HALAMAN PERNYATAN KEASLIAN TULISAN.....	
BIOGRAFI.....	
KATA PENGANTAR.....	
ABSTRAK.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	4
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	4
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Analisis.....	7
2.2.2 Pengertian Strategi.....	7
2.2.3 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2.4 Konsep Pemasaran.....	12
2.2.5 Strategi Pemasaran.....	16
2.2.6 <i>Marketing Mix</i>	20
2.2.7 <i>Marketing Mix</i> dalam Jasa Perhotelan.....	23
2.2.8 <i>Occupancy Rate</i>	26
2.2.9 Situasi dan Dampak Pandemi Covid-19 Bagi Hotel.....	27
2.3 Kerangka Berpikir.....	29

BAB III : METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5 Metode Analisa.....	34
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Objek.....	36
4.1.1 Sejarah Singkat.....	36
4.1.2 Organisasi Perusahaan.....	38
4.1.3 Aktivitas Manajemen Perusahaan.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Hasil Wawancara dengan Director of Sales Marketing.....	42
4.2.2 Hasil Wawancara dengan Sales Executive.....	46
4.2.4 Hasil Wawancara dengan Duty Manager.....	53
4.3 Analisis Strategi <i>Marketing Mix 7P</i> dalam Meningkatkan <i>Occupancy Rate</i>	58
4.3.1 Analisis <i>Product</i>	58
4.3.2 Analisis <i>Price</i>	62
4.3.3 Analisis <i>Place</i>	67
4.3.4 Analisis <i>Promotion</i>	71
4.3.5 Analisis <i>Process</i>	81
4.3.6 Analisis <i>People</i>	84
4.3.7 Analisis <i>Physical Avidance</i>	88
4.4 Analisis dan Pembahasan Peningkatan <i>Occupancy Rate</i> dari Penerapan Strategi <i>Marketing Mix 7P</i>	92
BAB V : PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....
LAMPIRAN.....

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhotelan merupakan industri yang sangat terpuak dan berdampak sangat hebat dalam Pandemi ini. Banyaknya hotel yang terpaksa tutup karena tidak lagi kedatangan tamu serta bisnis makanan dan pertemuan yang tidak lagi terisi. Indonesia merasakan dampak dari penyebarannya, saat ini banyak kebijakan yang telah dilakukan oleh Pemerintah Pusat untuk menghambat penyebaran dan juga kebijakan dalam bidang ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang sangat berdampak kesemua lini masyarakat tanpa membedakan pangkat dan golongan serta strata kehidupan masyarakat. Data Tahun 2020, PHRI mencatat saat ini sudah ada 1.642 hotel di seluruh Indonesia yang terpaksa tutup karena wabah Covid-19. Four Points by Sheraton Manado adalah Salah Satu Hotel dengan Kualifikasi Bintang 4 yang ada di Sulawesi Utara. Four Points by Sheraton Manado di Resmikan Pada Tanggal 18 Maret 2017 Four Points by Sheraton Manado memiliki 257 Jumlah Kamar dengan berbagai Fasilitas lain seperti Restoran, Ballroom, Pool, Gym, dsb.

Pada Saat Pandemi Covid-19 yang mewabah hampir Seluruh Indonesia dan ada 1.642 Hotel yang terpaksa harus di tutup di karenakan Pandemi Tersebut. Four Points by Sheraton Manado merupakan Salah Satu Hotel di Sulawesi Utara yang Terpaksa harus Gagal Beroperasi selama Pandemi dan Harus di tutup selama kurang lebih 4 Bulan. Penutupan Hotel ini tentu saja sangat berdampak pada

Pendapatan serta Karyawan yang bekerja di Four Points by Sheraton Manado. Selama 6 Penutupan, banyak hal yang harus di pikirkan agar Hotel dapat kembali beroperasi dan Jumlah Tingkat Hunian di hotel dapat Meningkatkan dan Stabil Kembali. Hotel menjadi salah satu tempat yang di datangi berbagai macam orang sehingga tingkat penyebaran Virus dapat Terjadi secara cepat dalam Hotel. Lalu bagaimana hotel dapat meyakinkan Masyarakat agar dapat meningkatkan minat untuk Menginap.

Dengan alasan tersebut tentu saja hotel harus memirkan sebuah cara untuk meningkatkan kembali Jumlah Tingkat Hunian dan mengstabilkan pendapatan melalui Strategi Marketing. Dengan menyusun Strategi Marketing dan Promosi yang menarik hal ini di harapkan dapat meningkatkan jumlah tingkat hunian Setelah Four Points by Sheraton terdampak oleh Pandemi. Dalam Penelitian Ini, Strategi Marketing yang menjadi Topik Utama Penelitian adalah Marketing Mix. Marketing mix adalah suatu alat pemasaran yang digunakan untuk menetapkan suatu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik yang digunakan oleh perusahaan untuk menyajikan penawaran produk/jasa pada suatu segmen tertentu.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan *Occupancy Rate* Pasca Pandemi Covid-19 di Four Points by Sheraton Manado

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Judul Penelitian yang di ambil, maka bisa di diketahui Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk Menganalisis Strategi *Marketing Mix* dalam

Meningkatkan *Occupancy Rate* Pasca Pandemi Covid di Four Points by Sheraton Manado.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Peneliti

Hasil Penelitian di harapkan bisa menjadi sarana untuk mengimplementasikan pengetahuan serta wawasan tentang Strategi Pemasaran Hotel dan pengembangannya serta dapat menjadi sarana *Self-Improvement* bagi Peneliti.

1.4.2 Manfaat Bagi Politeknik Negeri Manado

Hasil Penelitian ini di harapkan dapat menjadi acuan pembelajaran bagi tenaga Pendidik kepada Mahasiswa untuk penerapan Strategi Pemasaran dalam Hotel di tengah masa pandemi dan juga dapat membantu untuk mengembangkan Penelitian ini dan di Implementasikan di proses Belajar Mengajar

1.4.3 Manfaat bagi Four Points by Sheraton Manado

Penelitian ini di harapkan menjadi bahan Pertimbangan bagi Industri agar dapat mengembangkan Strategi Pemasaran agar jumlah tingkat Hunian di hotel berada dalam skala tinggi walaupun dalam Era Pasca Pandemi Covid-19.