

**ANALISIS SWOT SEBAGAI LANDASAN MENENTUKAN STRATEGI
PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN TINGKAT
HUNIAN KAMAR PADA PUSDIKLAT GERKOPIN**
(Studi Kasus pada Unit Penginapan Pusdiklat Gerkopin-Induk KUD)

SKRIPSI

Disusun oleh :

Muhammad Yusup

C1130414

Dosen Pembimbing :

Ir. Nanik Risnawati, M.Si



IKOPIN

IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : “Analisis SWOT Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar” (*Studi Kasus Pada Unit Penginapan Pusdiklat Gerkopin-Induk KUD*)

Nama : Muhammad Yusup

NRP : C1130414

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

DIKETAHUI DAN DISETUJUI,

Pembimbing



(Ir. Nanik Risnawati, M.Si)

Direktur Program Studi S-1 Manajemen



(Drs. Ganto Purbo Suseno, SE, M.Sc)

IKOPIN

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di sukabumi pada tanggal 25 Desember 1993, merupakan anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Uyoh dan Ibu Cacih.

Riwayat Pendidikan yang telah ditempuh peneliti meliputi:

1. SD Negeri Ciseupan Girang, lulus tahun 2006
2. SMP Negeri 1 Caringin, lulus tahun 2009
3. SMK Teknika Cisaat, lulus tahun 2012

Mencatatkan diri sebagai mahasiswa Institut Manajemen Koperasi Indonesia pada tahun 2013, untuk menempuh Pendidikan pada program S-1 Manajemen dan mengambil konsentrasi Manajemen Bisnis. Pada tahun 2014 penulis mengikuti program magang jepang yang dilaksanakan oleh IKOPIN, peneliti melaksanakan program magang selama 3 tahun, yaitu antara dari tahun 2014-2017. Pada tahun 2017 peneliti meneruskan kembali perkuliahan yang tertinggal.

IKOPIN

ABSTRAK

Muhammad Yusup, SWOT analysis is as the basis for determining marketing strategies in an effort to increase the level of room quality (case study on the parent-KUD training center lodging business unit), under the guidance of Ir. Nanik Risnawati, M.Sc.

This research is motivated by a phenomenon that occurs in cooperatives, where in 2014-2017 lodging experienced a trend of rising occupancy rates, while for 2018 there was a decline in occupancy rates. Based on data from the Traveloka website, the decline in average occupancy rates is due to consumers complaining about old sheets and blankets, locations that are difficult to find. In addition to these data, it must also be realized that currently in Jatinangor there are many lodgings offering facilities and lower prices than the Gerkopin Training Center.

The purpose and objective of this research is to find out the marketing strategies currently used by the Gerkopin Training Center lodging, Strengths and Weaknesses that exist in the Gerkopin Training Center lodging, Opportunities and Threats faced by the Gerkopin Training Center lodging business, and what kind of Marketing Strategy should be used by the Gerkopin Training Center lodging to increase occupancy rates.

The research method is a quantitative case study and is supported by qualitative data to strengthen the analysis to be carried out. Data collection is obtained through respondents, informants, and institutions with a series of data collection, data processing, presenting information and interpreting the information. It's also distributing questionnaires to 35 applicants with ease sampling technique.

The results of the study show that the marketing strategy currently used is more emphasis on promotion. Then for strengths such as human resources, room comfort, room quality, price according to quality, price offered, the environment facilitates activities, lobbying and financial arrangements, while the weaknesses are ease of reaching locations, information on the website, promo price policy, check process -in & Check-Out and payment process. Meanwhile the opportunities that are owned are Laws, socio-cultural situations and technological developments, and the threats faced such as government policies, similar lodging, hotels & apartments, inflation and public purchasing power. And for the strategy that should be used is a diversification strategy, the diversification strategy here is to add a television facility in the room and replace the existing bed linen and blankets.

Key Words : *SWOT, Marketing Strategy, Pusklat Gerkopin*

RINGKASAN

Muhammad Yusup, Analisis SWOT sebagai landasan menentukan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan tingkat hunia kamar (studi kasus pada unit usaha penginapan pusdiklat gerkopin induk-KUD), di bawah bimbingan Ir. Nanik Risnawati, M.Si.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena yang terjadi di koperasi, dimana pada tahun 2014-2017 penginapan mengalami tren kenaikan tingkat hunian, sedangkan untuk tahun 2018 mengalami penurunan tingkat hunian. Berdasarkan data dari website *Traveloka* penurunan tingkat hunian rata-rata disebabkan konsumen mengeluhkan spreid dan selimut yang sudah usang, lokasi yang sulit di temukan. Selain data tersebut, juga harus disadari bahwa saat ini di Jatinangor sudah banyak penginapan yang menawarkan fasilitas dan harga yang lebih murah dibandingkan Pusdiklat Gerkopin.

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang saat ini digunakan oleh penginapan Pusdiklat Gerkopin, Kekuatan dan Kelemahan yang ada dalam usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin, Peluang dan Ancaman yang dihadapi oleh usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin, dan Strategi Pemasaran seperti apa yang sebaiknya digunakan oleh penginapan Pusdiklat Gerkopin untuk meningkatkan tingkat hunian.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus secara kuantitatif serta didukung dengan data kualitatif untuk memperkuat analisis yang dilakukan. Pengumpulan data diperoleh melalui responden, informan, dan lembaga dengan rangkaian pengumpulan data, pengolahan data, menyajikan informasi dan menginterpretasi informasi tersebut. Turut pula menyebarkan kuisioner kepada 35 orang penginapan dengan Teknik sampling kemudahan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang saat ini digunakan lebih menekankan kepada promosi. Kemudian untuk kekuatan yang dimiliki seperti sumber daya manusia, kenyamanan kamar, kualitas kamar, harga sesuai kualitas, harga yang ditawarkan, lingkungan memudahkan aktifitas, penataan lobby dan financial, sementara untuk kelemahannya adalah kemudahan menjangkau lokasi, informasi di *website*, kebijakan harga promo, proses *Check-in & Check-Out* dan proses pembayaran. Sementara itu peluang yang dimiliki adalah Undang-Undang, situasi sosial budaya dan perkembangan teknologi, dan Adapun ancaman yang dihadapi seperti kebijakan pemerintah, penginapan sejenis, hotel & apartemen, inflasi dan daya beli masyarakat. Dan untuk strategi yang sebaiknya digunakan adalah strategi *diversifikasi*, strategi *diversifikasi* disini berupa menambahkan fasilitas sebuah televisi di dalam kamar dan mengganti spreid dan selimut yang ada saat ini.

Kata Kunci : SWOT, Strategi Pemasaran, Pusdiklat Gerkopin

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, yang telah menuntun dan memberikan hikmat serta kekuatan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ Analisis SWOT Sebagai Landasan Menentukan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Pada Pusdiklat Gerkopin”.

Adapun maksud penyusunan skripsi ini adalah sebagai persyaratan yang harus ditempuh oleh setiap mahasiswa/i untuk menyelesaikan kuliah di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (Ikopin) pada program S1 untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada konsentrasi Manajemen Bisnis.

Skripsi ini disusun berdasarkan data serta informasi yang di peroleh dari hasil observasi lapangan pada unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin dalam peranannya sebagai lembaga yang menyediakan jasa penginapan baik bagi anggota koperasi tersebut, maupun bagi masyarakat umum.

Peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih peneliti tunjukan kepada :

1. Ibu Ir. Nanik Risnawati., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan *support* bagi kelancaran penyusunan skripsi ini.

2. Ibu Hj. Suarny Amran., SH, MH, selaku dosen penelaah Koperasi yang telah banyak memberikan saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak H. Dady Nurpadi., MP, selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah banyak memberikan saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Mamah, bapak dan kakak yang selalu memberikan do'a restu dan dukungan moril maupun material sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
5. Bapak Dede Hidayat selaku Asisten Manager Pusdiklat Gerkopin Induk-KUD yang telah membantu penulis dengan memberikan data dan informasi tentang unit usaha penginapan.
6. Semua pengunjung penginapan yang sudah mau bersedia mengisi kuisisioner, sehingga memudahkan penelitian ini.
7. Seluruh dosen dan karyawan IKOPIN yang telah membimbing dan memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.
8. Semua teman-teman dekat epan, gozali, yudi, Al, popi, nina, medi, sutan, jepi, semoga kita wisuda bareng tahun ini.
9. Semua adik tingkat yang pernah sekelas, semoga kalian dilancarkan dan tahun depan dapat wisuda.
10. Semua teman-teman yang sudah mensupport dan membantu dalam kelancaran pembuatan skripsi ini.

11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangatlah peneliti harapkan. Sehingga dengan demikian skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peningkatan dan pengembangan koperasi di Indonesia. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan bagi peneliti khususnya, dan bagi pembaca pada umumnya.



IKOPIN

Jatinangor, Juli 2019

peneliti

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	I
ABSTRAK	II
RINGKASAN	III
KATA PENGANTAR	IV
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN.....	1
1.2. IDENTIFIKASI MASALAH.....	7
1.3. MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	7
1.4. KEGUNAAN PENELITIAN.....	8
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODELOGI PENELITIAN .	9
2.1. PENDEKATAN MASALAH.....	9
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian.....	9
2.1.2. Pendekatan Manajemen Bisnis.....	19
2.1.3. Pendekatan Bisnis Perhotelan.....	24
2.1.4. Pendekatan Pemasaran.....	28
2.1.5. Pendekatan Pemasaran Jasa.....	32
2.1.6. Pendekatan Strategi Pemasaran.....	36
2.1.7. Pendekatan Analisis SWOT.....	42
2.2. METODE PENELITIAN.....	50
2.2.1. Metode Yang Digunakan.....	50

2.2.2. Data yang diperlukan.....	50
2.2.3. Sumber data	51
2.2.4. Teknik pengumpulan data	51
2.2.5. Teknik pengambilan sampel	51
2.2.6. Operasional Variabel.....	52
2.2.7. Rancangan Analisis Data.....	54
2.2.8. Jadwal Penelitian.....	59
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	60
3.1. GAMBARAN UMUM PUSDIKLAT GERKOPIN.....	60
3.2. STRUKTUR ORGANISASI PUSDIKLAT GERKOPIN	63
3.3. JOB DESKRIPSI	67
3.4. SEJARAH PUSDIKLAT GERKOPIN.....	73
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1. STRATEGI PEMASARAN YANG SAAT INI DIGUNAKAN PIHAK PUSDIKLAT GERKOPIN	75
4.2. KEKUATAN DAN KELEMAHAN YANG ADA DALAM PENGINAPAN PUSDIKLAT GERKOPIN	75
4.2.1. Produk.....	76
4.2.2. Harga	78
4.2.3. Tempat.....	80
4.2.4. Promosi.....	83
4.2.5. Proses.....	85
4.2.6. Sumber Daya Manusia	88
4.2.7. Financial	90
4.2.8. Faktor-Faktor kekuatan dan Kelemahan	91

4.2.9. Metode IFAS.....	92
4.3. PELUANG DAN ANCAMAN YANG DIHADAPI PENGINAPAN PUSDIKLAT GERKOPIN	94
4.3.1. Pemerintah	95
4.3.2. Pesaing.....	96
4.3.3. Kondisi Ekonomi	97
4.3.4. Kondisi Sosial & Budaya	98
4.3.5. Teknologi.....	98
4.3.6. Faktor-Faktor Peluang dan Ancaman.....	99
4.3.7. Metode EFAS.....	99
4.4. STRATEGI PEMASARAN YANG SEBAIKNYA DIGUNAKAN PUSDIKLAT GERKOPIN	101
4.4.1. Tahap Pencocokan	101
4.4.2. Strategi pemasaran	102
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1. SIMPULAN.....	109
5.2. SARAN.....	110
DAPFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	114

IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbandingan Realisasi Tahun 2018 dengan Tahun 2017	4
Tabel 1.2. Perkembangan Tingkat Hunian Penginapan dan Asrama	5
Tabel 2.1. IFAS (Internal Factor Analysis Summary)	47
Tabel 2.2. EFAS (External Factor Analysis Summary)	48
Tabel 2.3. SWOT Matrix	49
Table 2.4. Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.1. Fasilitas Penginapan.....	62
Tabel 3.2. Fasilitas Aula (Ruang Kelas).....	62
Tabel 3.3. Komposisi Karyawan Pusdiklat Gerkopin	66
Tabel 4.1. Tanggapan penginap terhadap kualitas kamar yang dijual unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	77
Tabel 4.2. Tanggapan penginap terhadap kenyamanan kamar yang dijual unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	78
Tabel 4.3. Tanggapan penginap terhadap harga sesuai dengan kualitas kamar yang dijual unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	79
Tabel 4.4. Tanggapan penginap terhadap harga yang ditawarkan oleh unit .. usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	80
Tabel 4.5. Tanggapan penginap mengenai kemudahan menjangkau lokasi unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	81
Tabel 4.6. Tanggapan penginap mengenai lingkungan hotel memudahkan .. beraktifitasa unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	82
Tabel 4.7. Tanggapan penginap mengenai informasi di website unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	83
Tabel 4.8. Tanggapan penginap mengenai kebijakan harga promo unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	84
Tabel 4.9. Tanggapan penginap mengenai penataan lobby pada unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	85
Tabel 4.10. Tanggapan penginap mengenai proses check-in dan check-out . pada unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	86

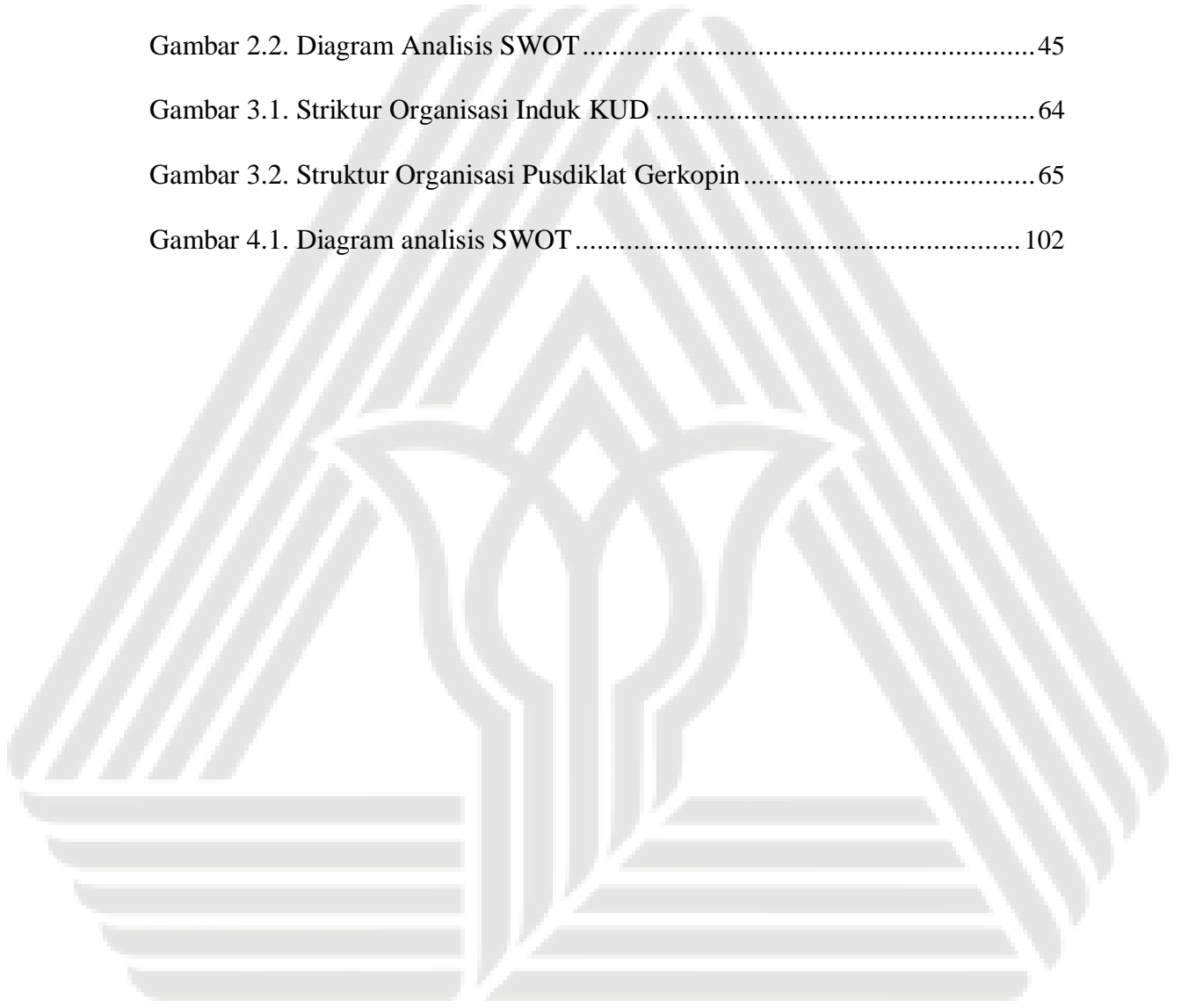
Tabel 4.11. Tanggapan penginap mengenai proses pembayaran pada unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	87
Tabel 4.12. Tanggapan penginap terhadap penampilan karyawan pada unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	88
Tabel 4.13. Tanggapan penginap terhadap karyawan pada unit usaha penginapan Pusdiklat Gerkopin	89
Tabel 4.14. Rekapitulasi tanggapan responden.....	91
Tabel 4.15. Hasil Pembobotan Faktor Internal	93
Tabel 4.16. Faktor Strategi Internal (IFAS).....	94
Tabel 4.17. Hasil Pembobotan Faktor Eksternal.....	100
Tabel 4.18. Faktor Strategi Eksternal (EFAS)	101
Tabel 4.19. Matrix SWOT	103



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Organisasi Koperasi sebagai Suatu Sistem Sosio Ekonomi	18
Gambar 2.2. Diagram Analisis SWOT	45
Gambar 3.1. Striktur Organisasi Induk KUD	64
Gambar 3.2. Struktur Organisasi Pusdiklat Gerkopin	65
Gambar 4.1. Diagram analisis SWOT	102



IKOPIN