

ABSTRAK

.Strategi Pemasaran Aisya Hasbi Guest House Padang.Skripsi D4 Manajemen Perhotelan.

Oleh: RozaLina

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya rumah hunian yang dikelola secara komersil yaitu penginapan Aisya Hasbi Guest House Padang. Adapun gambaran tentang penginapan Aisya Hasbi Guest House Padang, diantaranya fasilitas yang dijual sudah lengkap, tempat dan lokasi strategis, namun belum banyak dikenal publik. Selanjutnya belum adanya standarisasi harga yang tetap dan kurangnya usaha promosi yang dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran di penginapan Aisya Hasbi Guest House Padang berdasarkan indikator dari bauran pemasaran yaitu produk, tempat, harga dan promosi dengan menggunakan analisis SWOT yang ditinjau dari faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi yang melibatkan informan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu kepada pemilik (*owner*) penginapan, karyawan, tamu yang menginap, dan masyarakat sekitar penginapan. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian ini secara keseluruhan merumuskan strategi pemasaran penginapan Aisya hasbi Guest House Padang, diantaranya: 1) Mempertahankan dan memberikan kualitas produk dan pelayanan standar hotel melati atau sekelas bintang 1 untuk menarik pelanggan/tamu. 2) Menjadikan *brand positioning Guest House* sebagai rumah pribadi yang dikelola secara komersil. 3) Menetapkan harga sewa yang sesuai dengan standar hotel kelas bintang 1 dari fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan. 4) Membuat iklan dan testimoni dari tamu yang pernah menginap atau bisa menggunakan Broadcast pada aplikasi WhatsApp Bisnis yang dapat mempermudah kegiatan promosi dan diketahui masyarakat. 5) Selalu mengupdate informasi tentang promo baik itu melalui situs web, media sosial ataupun kepada pelanggan/tamu setia. 6) Melakukan analisis terhadap komponen harga, dekorasi, dan kualitas pelayanan pada *Guest House* sejenis agar mampu bersaing di dalam industri.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Bauran Pemasaran