

**STRATEGI *POSITIONING* HOTEL RANGKAYO BASA
KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Pariwisata Sebagai Salah Satu
Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sains Terapan (S.ST)*



Oleh:

**PUTIK KENANGA
NIM.17135043**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRTEGI POSITIONING HOTEL RANGKAYO BASA
KOTA PADANG**

Nama : Putik Kenanga
NIM/BP : 17135043/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Mei 2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing



Youmil Abrian, S.E.,M.M
NIP.198210022008121602

Ketua Jurusan Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001




HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan
Perhotelan
Universitas Negeri Padang

Judul : Strategi Positioning Hotel Rangkayo Basa Kota Padang
Nama : Putik Kenanga
NIM/BP : 17135043/2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, Mei 2021

Tim Penguji

Nama		Tanda Tangan
1. Ketua	: Youmil Abrian, S.E, M.M	1. 
2. Anggota	: Hijriyantomi Suyuthie, S.IP., M.M	2. 
3. Anggota	: Kurnia Illahi Manvi S.ST. Par, M.Par	3. 



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25171 Telp. (0751) 7051186 Email :
pariwisata@fpp.unp.ac.id
Laman: <http://pariwisata.fpp.unp.ac.id>



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Putik Kenanga
NIM/TM : 17135043 / 2017
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Strategi Positioning Hotel Rangkyo Basa Kota Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Jurusan Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,


Putik Kenanga
NIM. 17135043

ABSTRAK

Putik Kenanga, 2021. Strategi Positioning Hotel Rangkayo Basa Kota Padang

Penelitian ini di latar belakang oleh beberapa masalah yang timbul mengenai *positioning* Hotel Rangkayo Basa, diantaranya yaitu *positioning* yang ditinjau dari indikator berdasarkan atribut, *positioning* berdasarkan produk, *positioning* harga, *positioning* berdasarkan pesaing. Penelitian bertujuan untuk mengetahui Strategi *Positioning* dengan menggunakan analisis SWOT yang dapat ditinjau dengan 4 indikator berdasarkan atribut, *positioning* berdasarkan produk, *positioning* harga, *positioning* berdasarkan pesaing. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi yang melibatkan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data secara reduksi yaitu merangkum, memfokuskan ke hal-hal yang penting, serta menganalisis data yang diperoleh terhadap masalah yang di teliti.

Hasil penelitian ini secara keseluruhan adanya faktor internal yang didapatkan dari kekuatan dan kelemahan. Maka dapat dilakukan dengan strategi yang dirumuskan terhadap *positioning* atribut: 1) memperhatikan dan memperjelas lambang Hotel Rangkayo Basa agar dapat dikenal tamu dan memberikan kesan dibenak tamu. 2) memperhatikan kualitas produk yang akan ditawarkan kepada tamu untuk menghindari keluhan. 3) *positioning* terhadap harga yang ditawarkan di hotel Rangkayo Basa sangat menarik perhatian tamu. 4) meningkatkan dan memperhatikan jasa pelayanan dan *interior* hotel untuk menciptakan *image* baik dibenak tamu.

Kata kunci : Strategi, *Positioning*, Hotel Rangkayo Basa Kot Padang

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah Swt. yang telah memberikan segenap kekuatan dan kesanggupan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Proposal penelitian yang berjudul “**Strategi Positioning Hotel Rangkayo Basa Kota Padang**” Proposal ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan penyelesaian tugas akhir pada Program Studi Manajemen Perhotelan, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.

Dalam penelitian proposal ini, peneliti dibimbing dan diberi motivasi oleh berbagai pihak sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd. P.hd, selaku Dekan Fakultas Pariwisata & Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc, selaku ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Youmil Abrian, S.E, M.M selaku Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing dalam penyusunan proposal skripsi ini.
4. Kedua orang tua yang selalu mendo'akan, memberikan dukungan baik dalam bentuk moral maupun material dan bantuan yang sangat berarti bagi peneliti, motivasi, dan saran untuk pemecahan masalah yang di hadapi oleh peneliti.

Tidak ada karya manusia yang sempurna, demikian pula dengan Proposal ini. Saran dan kritik yang membangun, peneliti harapkan untuk kedepannya. Semoga bantuan, bimbingan Bapak dan Ibu menjadi amal kebaikan di sisi Allah Swt. Mudah-mudahan penelitian Proposal ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Padang, 27 Mei 2021

Putik Kenanga
17135043

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Fokus Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Aspek-aspek Teori	11
1. Strategi <i>Positioning</i>	11
2. Indikator <i>Positioning</i>	12
3. Teknik Analisis SWOT	16
B. Penelitian Relevan	20
C. Kerangka Konseptual	20
D. Pertanyaan Penelitian	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	22
B. Tempat Penelitian	22
C. Variabel Penelitian	22
D. Definisi Operasional Variabel	23
E. Informan Penelitian	23
F. Teknik Pengambilan Data	24
G. Instrumen Penelitian	26
H. Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN BAHASAN	
A. Hasil Penelitian	30
1. Temuan Umum	30
2. Temuan Khusus	32
3. Analisis Strategi Positioning Rangkayo Basa Kota Padang	65
4. Formulasi Strategi Positioning Rangkayo Basa Kota Padang	69
B. Pembahasan	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kunjungan Wisatawan Kota Padang Tahun 2019.....	3
Tabel 2	<i>Occupancy</i> Hotel Rangkayo Basa	5
Tabel 3	Matriks SWOT	18
Tabel 3	Informan Penelitian	24
Tabel 4	Kisi- Kisi Instrument Penelitian	26
Tabel 6	Matriks SWOT	32
Tabel 7	Harga Kamar Hotel.....	34
Tabel 8	Formulasi SWOT Atribut.....	73
Tabel 9	Formulasi SWOT Produk.....	77
Tabel 10	Formulasi SWOT Harga.....	78
Tabel 11	Formulasi SWOT Pesaing	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Sertifikat Halal MUI	6
Gambar 2	Wawancara Pra Penelitian	6
Gambar 3	Ulasan Tamu	7
Gambar 4	Ulasan Tamu	7
Gambar 5	Ulasan Tamu	8
Gambar 6	Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 7.	Lambang Rangkayo Basa Hotel	32
Gambar 8.	Area lokasi hotel Rangkayo Basa Padang	37

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Indonesia adalah salah satu negara didunia yang kaya akan keindahan alam dan budaya. Banyaknya objek wisata yang ditawarkan di Indonesia mendorong wisatawan asing maupun *domestic* untuk datang dan menikmatinya. Kedatangan wisatawan asing merupakan pemasukan yang sangat besar bagi devisa negara. Pemerintah melalui departemen pariwisata terus menerus melakukan promosi budaya dan keindahan Indonesia kepada negara-negara lain. Perbaikan-perbaikan fasilitas pendukung objek wisata terus dilakukan pemerintah. Penambahan jalur penerbangan ke Indonesia juga dilakukan pemerintah demi memberikan kemudahan bagi wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia. Keberhasilan pemerintah dalam memperbaiki keadaan ekonomi secara bertahap di Indonesia yang kondusif telah mendorong perkembangan antar sektor. Salah satunya adalah sektor pariwisata termasuk perhotelan. Jasa pariwisata dapat memberikan sumbagan yang besar bagi pendapatan devisa negara hingga dapat dijadikan pendamping bagi pendapatan yang berasal dari pajak maupun sektor migas. Perkembangan industri pariwisata saat ini terbilang sangat cepat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya investor yang mendirikan jasa penginapan seperti hotel.

Ira Meirina dan Heru Pramudia dalam bukunya yang berjudul “*Hotel Room Division Management*” bahwa hotel adalah “Sebuah bisnis akomodasi yang menyediakan fasilitas penginapan bagi publik atau umum dan dilengkapi satu atau lebih layanan makanan dan minuman, jasa *attendant room*, layanan berseragam, pencucian *linen*, dan penggunaan *furniture* dan perlengkapan serta memenuhi ketentuan persyaratan serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan di dalam keputusan pemerintah”. Seiring dengan perkembangan zaman usaha hotel saat ini tidak hanya menyediakan pelayanan makanan dan minuman saja tetapi usaha hotel juga menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan para konsumen seperti tempat hiburan, tempat olahraga dan fasilitas penunjang lainnya. Perkembangan hotel ini dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan wisata disuatu daerah salah satunya Kota Padang.

Kota Padang merupakan salah satu tempat tujuan wisata bagi wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Dengan hal tersebut tentunya wisatawan yang berkunjung ke kota ini membutuhkan hotel sebagai tempat penginapan, baik dari hotel yang bertarif murah hingga hotel berbintang. Sehingga banyaknya hotel yang menawarkan fasilitas-fasilitas yang sangat memanjakan konsumen. Maka hal tersebut dapat menimbulkan persaingan antar hotel dalam upayanya menarik para konsumen. Pelaku usaha harus dapat melihat setiap perubahan yang terjadi agar pada saat memulai menjalankan usaha, dapat menempatkan segmen mana yang akan disasar. Namun dengan menjalankan usaha saja tidak cukup tanpa adanya inovasi, dan

tanpa adanya *positioning* yang tepat agar bisa bersaing dengan kompetitor. Menurut Rosnaini (2018:18) mengatakan bahwa, “*Positioning* ialah strategi yang dilakukan perusahaan dalam menempatkan nama atau merek dari produk mereka di benak konsumen sehingga dapat dibedakan dengan produk lainnya dan mendapat sambutan positif disbanding produk-produk lainnya”.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Kota Padang Tahun 2019

No	Bulan	Jumlah Kunjungan		Total
		Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	
1	Januari	3,357	400,108	403,465
2	Februari	3,696	304,530	308,226
3	Maret	5,720	361,827	367,547
4	April	7,265	547,223	554,488
5	Mei	6,781	367,825	374,606
6	Juni	14,429	832,205	846,634
7	Juli	12,347	761,114	773,461
8	Agustus	6,524	345,613	352,137
9	September	4,766	240,776	245,542
10	Oktober	6,972	275,401	282,373
11	November	7,624	379,126	386,750
12	Desember	8,870	568,488	577,358
	Total	88,351	5,384,236	5,472,587

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Padang 2020

Berdasarkan pada tabel 1. data kunjungan wisatawan ke Kota Padang dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan mengalami peningkatan. Maka dari itu, dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kota Padang tentunya membutuhkan jasa penginapan salah satunya adalah Hotel Rangkayo Basa Padang.



Gambar 1. Wawancara Pra Penelitian
Sumber: Dokumen Peneliti (2021)

Hotel Rangkayo Basa berdiri sekitar tahun 2013 dengan prioritas segmen pasar yang menawarkan konsep hotel Syariah yang merupakan salah satu hotel bintang 2 yang terletak di Jalan Hangtuh No. 211 Padang. Bangunan hotel ini terdiri dari empat lantai dengan jumlah kamar sebanyak 56 kamar. Fasilitas yang dimiliki hotel ini yaitu musholla, *broadband internet*, *free wifi*, *tv cable*, 1 buah restoran dengan menu yang sangat *bervariatif* dan 3 buah ruang pertemuan serta *area* parkir yang mencukupi. Hotel Rangkayo Basa adalah salah satu hotel yang hadir dalam industri Syariah.

Industri syariah beberapa tahun belakangan ini di Kota Padang khususnya pada bisnis hotel syariah mengalami pertumbuhan yang cukup nyata, hal ini didukung oleh kesadaran masyarakat yang mulai berkembang dalam pengaplikasian halal *lifestyle* bagi kebutuhan mereka. Hotel syariah menurut Anwar Basalamah (2011:766), “Hotel syariah merupakan suatu jasa akomodasi yang beroperasi dan menganut prinsip-prinsip pedoman ajaran Islam”. Jadi, fungsi hotel syariah tidak hanya sebagai fasilitas umum yang

menyediakan tempat penginapan untuk wisatawan saja, melainkan hotel syariah sendiri adalah tempat yang nyaman dan hotel syariah adalah hotel yang sama pada umumnya dengan hotel konvensional. Namun, yang membedakannya ialah hotel syariah di didirikan dengan menggunakan fasilitas yang berbasis syariat Islam, sehingga mampu meminimalisir praktek perzinahan, minuman keras, dan perjudian.

Pertumbuhan hotel syariah merupakan sesuatu yang dianggap masih asing ditelinga masyarakat Indonesia. Kejadian ini disebabkan oleh kurangnya informasi yang jelas mengenai standarisasi pembentukan hotel syariah itu sendiri. Persepsi masyarakat sendiri hingga saat ini masih menganggap keberadaan hotel syariah sebagai pengekklusifan *positioning market* khusus bagi masyarakat muslim. Padahal jika ditinjau dari sifatnya hotel adalah sebuah jasa akomodasi yang menyediakan tempat penginapan yang terbuka untuk umum. Sedangkan keberadaan hotel syariah sendiri tidak hanya dikhususkan untuk pasar muslim saja, melainkan jasa akomodasi yang terbuka untuk segala kalangan baik masyarakat muslim maupun non muslim.

Berikut data tingkat hunian kamar hotel Rangkayo Basa yang peneliti dapat berdasarkan sumber penjualan dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 2. Occupancy Hotel Rangkayo Basa

No	Tahun	Occupancy
1	2017	7.941
2	2018	11.726
3	2019	9.587
4	2020	2.780

Sumber: Front office department Hotel Rangkayo Basa

Berdasarkan table di atas, dapat dilihat bahwa tingkat hunian kamar selama empat tahun terakhir tidak stabil. Pada tahun 2017 tingkat hunian kamar 7.941, pada tahun 2018 sebanyak 11.726, pada tahun 2019 tingkat hunian kamar sebanyak 9.587 dan pada tahun 2020 sebanyak 2.780. Penurunan tingkat hunian kamar pada tahun 2020 dikarenakan adanya pandemi Covid-19.

Persaingan hotel yang semakin kompetitif di Padang merupakan tantangan bagi Hotel Rangkayo Basa untuk menjawab dengan strategi *positioning*. Dengan adanya visi dan misi yang pasti, bagi pemilik Hotel Rangkayo Basa tentu telah jauh berfikir kedepan bagaimana mengemas sebuah produk yang berkualitas, menarik, dan disenangi oleh konsumen. Aspek pemasaran dasar khususnya *Positioning* dianggap perlu penekanan lebih untuk mengkaji landasan permasalahan dan solusi atas permasalahan yang ada. *Positioning* mencakup perancangan dan penawaran perusahaan agar target pasar mengetahui dan menganggap penting posisi perusahaan dimata pesaing. Tujuan dilakukannya *positioning* adalah untuk membedakan persepsi perusahaan berikut produk dan jasanya dari pesaing yang pada teorinya mengedepankan unsur komunikasi. Dimana pada konsep psikologisnya, *positioning* terkait dengan bagaimana konsumen ataupun calon konsumen yang ada dapat menerima perusahaan tersebut beserta produknya dibandingkan dengan perusahaan lain yang intinya menciptakan *image* yang diharapkan pihak perusahaan dibenak konsumen.



Gambar 2. Wawancara Pra Penelitian
Sumber: Dokumen Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa tamu yang menginap di Hotel Rangkayo Basa pada tanggal 28 Januari 2021 dapat dilihat pada gambar 2. bahwa peneliti mendapatkan informasi bahwa terdapat beberapa permasalahan yang ditemui terkait dengan *positioning* Hotel Rangkayo Basa yang terkait dengan *positioning* berdasarkan atribut yaitu kurangnya simbol-simbol yang melambangkan hotel Rangkayo Basa sebagai hotel syariah sehingga tamu ragu akan Rangkayo Basa merupakan hotel syariah atau konvensional. Seharusnya pihak hotel lebih menonjolkan simbol syariah pada hotel tersebut, sehingga tamu dapat mengetahui Hotel Rangkayo Basa merupakan hotel syaria'ah.



Gambar 3. Ulasan Tamu tentang Hotel Rangkyo Basa

Sumber:Ulasan Google.com(Diakses pada Januari 2021)

Kemudian masalah berikutnya berdasarkan ulasan yang peneliti temui di internet terdapat ulasan mengenai *positioning* berdasarkan pesaing yang meliputi perbandingan pelayanan diantaranya *service* yang diberikan kepada tamu tidak memuaskan, dapat dilihat pada gambar 3. Seharusnya pihak hotel lebih mempertimbangkan dan memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada tamu.



Gambar 4. Ulasan Tamu tentang Hotel Rangkyo Basa

Sumber:Ulasan Google.com(Diakses pada Januari 2021)

Setelah itu masalah berikutnya berdasarkan wawancara yang peneliti dengan beberapa tamu mengenai *positioning* berdasarkan pesaing yang meliputi perbandingan *interior* dimana *interior* yang digunakan Hotel Rangkayo Basa masih kurang menarik dan kurang melambungkan syariah.



Gambar 5. Ulasan Tamu tentang Hotel Rangkayo Basa
Sumber: Ulasan Google.com(Diakses pada Januari 2021)

Permasalahan terakhir berdasarkan ulasan yang peneliti temui di internet mengenai *positioning* berdasarkan produk dimana produk hotel yang disediakan seperti kondisi Ac yang kurang dingin dan tidak memiliki menu ciri khas Hotel Rangkayo Basa, dapat dilihat pada gambar 5.

Berdasarkan uraian permasalahan yang peneliti temukan jika dibiarkan maka kemungkinan *occupancy* kamar mengalami penurunan sehingga berdampak kepada hotel Rangkayo Basa. Maka dirasa penting untuk melakukan penelitian yang berjudul **“STRATEGI POSITIONING HOTEL RANGKAYO BASA KOTA PADANG”** guna mengetahui pendapat tamu mengenai *positioning* Hotel Rangkayo Basa, menghindari ancaman untuk

ditinggalkan, mencegah timbulnya masalah baru sehingga diharapkan kedepan pihak hotel mampu berkembang kearah yang lebih baik.

B. Identifikasi Masalah

1. *Positioning* berdasarkan atribut yaitu kurangnya simbol-simbol yang melambangkan hotel Rangkayo Basa sebagai hotel Syariah.
2. *Positioning* berdasarkan pesaing yang meliputi perbandingan pelayanan dimana *service* yang ditawarkan belum memuaskan.
3. *Positioning* berdasarkan pesaing yang meliputi perbandingan *interior* dimana *interior* yang digunakan Hotel Rangkayo Basa masih kurang menarik dan kurang melambangkan syariah.
4. *Positioning* berdasarkan produk dimana produk hotel yang disediakan seperti kondisi Ac kamar yang kurang dingin dan tidak memiliki menu ciri khas.

C. Fokus Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah di atas, maka yang menjadi fokus masalah pada penelitian ini adalah mengenai Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang dilihat dari indikator meliputi *positioning* menurut atribut, *positioning* menurut produk, *positioning* menurut harga, *positioning* menurut pesaing.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa meliputi *positioning* menurut atribut, *positioning* menurut produk, *positioning* menurut harga, *positioning* menurut pesaing.

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang.

2. Tujuan Khusus

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang yang ditinjau dari indikator atribut.
- b. Menganalisis Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang yang ditinjau dari indikator produk.
- c. Menganalisis Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang yang ditinjau dari indikator harga.
- d. Menganalisis Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang yang ditinjau dari indikator pesaing.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Hotel Rangkayo Basa

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan acuan untuk melakukan perbaikan dalam upaya meningkatkan Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang.

2. Bagi Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP

Hasil penelitian ini diharapkan menambah referensi atau dokumen akademik yang berguna untuk penelitian berikutnya terutama mengenai Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Semoga menjadi acuan untuk peneliti berikutnya terutama mengenai penelitian yang merujuk pada Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang.

4. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini digunakan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sain Terapan, selain itu untuk menambah pengetahuan peneliti tentang Strategi *Positioning* Hotel Rangkayo Basa Kota Padang.

BAB V KESIMPULAN PULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi *positioning* pada Rangkayo Basa Hotel Kota Padang, dapat peneliti simpulkan beberapa temuannya itu sebagai berikut:

1. *Positioning hotel berdasarkan* atribut yang meliputi lambang dan keberadaan/lokasi seperti keberadaan lokasi yang strategis namun berada pada zona merah tsunami membuat tamu merasa khawatir, memiliki Lambang yang kurang menonjolkan syariah, lambang tidak dapat terlihat jelas apabila dicetak pada *banner* merupakan suatu catatan bagi pihak hotel untuk dapat memperbaiki berdasarkan masukan dari tamu agar lebih baik kedepannya.
2. Hotel mempunyai berbagai macam produk seperti kamar, restoran, *meeting room*. Semua produk yang ditawarkan hotel dalam kondisi yang bersih, bersertifikat halal MUI namun untuk mendukung kualitas produk hotel harus memperhatikan produk seperti ciri khas menu, kondisi Ac, dan fasilitas ruang *meeting* untuk saat ini masih belum memadai kurang melekat dibenak tamu sehingga tamu merasa kurang puas saat menginap dihotel Rangkayo Basa.
3. Dalam penetapan harga Rangkayo Basa Hotel mempertimbangkan patokan harga pada tiap-tiap produk yang ditawarkan, penetapan harga berdasarkan pada lokasi, pesaing sekitar, fasilitas hotel dan pelayanan hotel.

Positioning terhadap harga dapat menarik perhatian tamu dan melekat dibenak tamu dikarenakan memiliki harga yang terjangkau dan adanya promo yang menarik.

4. *Positioning* berdasarkan pesaing meliputi perbandingan pelayanan dan *desain interior* masih belum memuaskan dan kurang melekat dibenak tamu dikarenakan pada saat proses *check-in* dan *check-out* tamu masih menunggu terlalu lama karena sistim komputer lambat, karyawan kurang sigap dalam menghadapi komplain tamu, kemudian perbandingan *interior* berdasarkan *desain interior* hotel yang mana masih kurang menonjolkan syariah, tidak memiliki pajangan kaligrafi yang melambangkan hotel syariah.

B. Saran

Peneliti akan menyarankan beberapa hal kepada beberapa pihak yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Rangkayo Basa Hotel Padang

Melihat tanggapan sebagian responden, penulis menyarankan pihak manajemen hotel untuk mengganti *image positioning* mereka menjadi *image* yang lebih baik agar target konsumen akan lebih memahami dan mendapat suatu gambaran yang solid akan *image* hotel Rangkayo Basa seperti memperkuat *positioning* berdasarkan atribut dengan harapan dapat melakukan renovasi terhadap lambang hotel agar dapat dikenali tamu, menambahkan meningkatkan kualitas produk hotel, untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan tamu, maka pihak hotel dapat membuat

promo menarik yang dilakukan pada hari-hari tertentu dan program membership pada tamu bisnis sehingga tamu akan menjadi loyal disebabkan oleh berbagai macam promo dan potongan harga yang diberikan kepada tamu hotel. Meningkatkan dan memberikan pelayanan terbaik kepada tamu merupakan kunci utama karna tujuan tamu menginap dihotel selain untuk tempat persinggahan dan juga ingin mendapatkan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harga yang dibayar. Apabila hal tersebut tercapai dan tamu merasa nyaman maka tamu akan loyal dan berkunjung kembali menginap dihotel Rangkayo Basa.

2. Bagi Jurusan Pariwisata

Diharapkan kepada Jurusan Pariwisata agar dapat memperdalam pembelajaran mengenai pemasaran hotel terutama bagaimana strategi baru yang sesuai dengan keadaan yang dialami hotel.

3. Bagi Peneliti lain

Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian terhadap strategi *positioning*, diharapkan untuk melakukan penelitian yang lebih terfokus kepada indikator yang ada dalam strategi *positioning* seperti *positioning* terhadap atribut, *positioning* terhadap produk, *positioning* terhadap harga dan *positioning* terhadap pesaing sehingga akan menghasilkan suatu penelitian baru yang lebih terfokus.

DAFTAR PUSTAKAA

- Agus, Sulastiyono. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- A. Pearce, John II, Richard B. Robinson, Jr. 2014. *Manajemen strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Basmallah, 2011. *Hotel berbasis syariah*. Jakarta.
- Chair, Ira Meirina dan Pramudia, Heru. 2017. *Hotel Room Division Management*. Jakarta : Kenaca
- David & Fred.R. 2011. *Manajemen strategi konsep*. edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Fidyaningsih AR. Simatau. 2015. *Upaya Public Relation dalam membangun Brand Positioning Hotel Grand Q Gorontalo*. Vol XI, Jilid 1, No 76
- Faiz, Ahmad. 2013 *Simbol Bintang Delapan Sebagai Identitas Masyarakat Muslim*. Jurnal DEIKSIS Vol 05 No 01 hal 65
- Freddy Rangkuti. 2013. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Frendy Prasetya. 2011. *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Semarang)*. Skripsi, Ekonomi-S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta : Gosyeng Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K.L 2016. *Marketing Management*, Global Edition 15e. United States of America : Pearson Education, Inc.
- Lampiran peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif republic Indonesia nomor 2 tahun 2014 *tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah*
- Lupiyoadi, Rambat & Hamdani, A. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat : Jakarta Selatan.
- Rosnaini. 2018 “*Analisis Strategi Segmentation, Targeting, Positioning (STP) PADAPT. Kumala Celebes Motor (Mazda Makassar)*”. Skripsi. Ekonomi dan bisnis, Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makasar, Makasar.