

ABSTRAK

FORMULASI STRATEGI PEMASARAN UNTUK KEUNGGULAN BERSAING

Studi kasus pada SEJAHTERA FAMILY HOTEL & APARTMENT
YOGYAKARTA

L i n a
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menyusun Formulasi Strategi Pemasaran untuk SEJAHTERA FAMILY HOTEL & APARTMENT periode 2005-2006. Untuk tujuan ini diidentifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) SEJAHTERA FAMILY HOTEL & APARTMENT.

Data dikumpulkan dari beberapa sumber, yaitu : wawancara, kuesioner, observasi dan studi pustaka. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan keseluruhan kerangka kerja formulasi strategi. Kerangka kerja tersebut terdiri dari tiga tahap yaitu : tahap masukan, tahap pencocokan, dan tahap pengambilan keputusan..

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini ada lima yaitu : (1) Matrik Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS) dengan *total weighed score* 2,52. Hal ini mengindikasikan respon perusahaan terhadap perubahan-perubahan eksternal adalah rata-rata. (2) Matrik Evaluasi Faktor Internal (IFAS) dengan *total weighed score* sebesar 2,94. Hal ini mengindikasikan posisi internal perusahaan berada pada posisi sedang yang menuju kuat. (3) Hasil dari SWOT Matrik dapat mengidentifikasi 3 alternatif strategi yaitu : Strategi Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Pasar, dan Strategi Pengembangan Produk. (4) Hasil Internal-Eksternal Matrik menunjukkan posisi perusahaan pada kuadran V. Hal ini mengindikasikan strategi pemasaran Sejahtera Family Hotel & Apartment harus memfokuskan pada mempertahankan dan memelihara strategi pemasaran yang sudah dijalankan. (5) *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM) menghasilkan prioritas strategi alternatif kedua yang akan diimplementasikan dari Sum Total Attractiveness Score tertinggi. Strategi tersebut adalah Strategi Pengembangan Pasar, dengan *sum total attractiveness score* sebesar 5,96.

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY FORMULATION FOR COMPETITIVE ADVANTAGE

**A Case Study at SEJAHTERA FAMILY HOTEL & APARTMENT
YOGYAKARTA**

L i n a
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2004

The main purpose of the research is to design a Marketing Strategy of Sejahtera Family Hotel & Apartment for the period between 2005 and 2006. For that purpose the Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats analysis is conducted.

The data are collected through interview, questionnaire, observation, and reference study. The data are analyzed by comprehensive strategy formulation framework. There are three stages in analyzing the data : the input stage, the matching stage, and the decision stage.

There are five conclusions of this research : (1) The total weighted score of the External Factors Analysis Summary (EFAS) Matrix is 2.52. It indicates that the response of the company to the external changes is average; (2) The total weighted score of Internal Factors Analysis Summary (IFAS) Matrix is 2.94. It indicates that the company internal position is medium; (3) Three alternative strategies can be identified from the SWOT Matrix: Strategy Market Penetration, Strategy Market Develop, and Strategy Develop Product. (4) By using Internal-External Matrix, the researcher finds out that the company is position is in quadran V. It means that the main strategy of SEJAHTERA FAMILY HOTEL & APARTMENT should be focused on "hold and maintain strategy"; (5) The Quantitative Strategy Planning Matrix produces the second alternative strategy that will be implemented. The strategy is Market Develop Strategy, with the total attractiveness score of 5.96.