

## Strategi pemasaran resor di tengah persaingan industri perhotelan : studi kasus di Bandung Giri Gahana Golf & Resor

Yasmina Thalib, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72717&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### **ABSTRAK**

Pariwisata merupakan salah satu industri jasa yang sangat berperan sebagai sumber penghasil devisa bagi banyak negara, termasuk Indonesia dan mempunyai potensi untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat serta pendapatan daerah. Ditunjang dengan kekayaan alam dan keindahan alam serta keramahan masyarakatnya, maka Indonesia semakin giat memajukan sektor pariwisatanya. Pengusaha pariwisata mengembangkan bisnis yang memanfaatkan sumber daya tadi satu di antaranya adalah industri resor. Resor Bandung Giri Gahana memanfaatkan daya tarik alam tadi dengan membangun resor yang dilengkapi lapangan golf.

Krisis moneter tahun 1997 yang menyeret Indonesia pada ketidakstabilan ekonomi, politik dan sosial yang berkepanjangan, menyebabkan banyak perubahan yang signifikan. Dalam dunia pariwisata khususnya keadaan ini sangat berpengaruh karena daya beli masyarakat yang sebagian besar menurun. Oleh karena itu, resor Bandung Giri Gahana harus mengidentifikasi posisi bersaing perusahaan dalam pasar industri, identifikasi posisi harus berdasarkan persaingan antar perusahaan, potensi masuknya kompetitor baru, ancaman produk substitusi, kekuatan tawar menawar pemasok, dan kekuatan pelanggan, agar dalam perumusan strategi nantinya memang berpijak pada realitas, berdasarkan analisis yang nyata dan dukungan data / informasi yang valid, maka penyusunan dan pemilihan strategi bersaing dan strategi pemasaran akan tepat sasaran dan dicapai.

Dengan menggunakan kerangka perencanaan pemasaran strategik, penelitian diawali dengan menggunakan matrix GE (General Electric). Guna menentukan derajat kepentingannya penelitian ini menggunakan metode Proses Hierarki Analisis (PHA) dan dibantu alat pemrosesan data "expert choice".

Dari penelitian yang dilakukan hasil yang diperoleh adalah bahwa posisi perusahaan pada GE Matrix terletak pada sal IV dengan strategi "tumbuh selektif". Berdasarkan posisi bersaing pada kekuatan bisnis tinggi dan daya tarik industri sedang, maka strategi perusahaan adalah investasi besar di segmen yang paling menarik, bangun kekuatan hadapi pesaing, dan tingkatkan laba dengan produktivitas yang ada. Kemudian berdasarkan pada posisi bersaing perusahaan dan strategi yang diambil perusahaan, maka agar selaras dengan tujuan strategi bauran pemasaran harus mengacu pada strategi besar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.