

ABSTRAK

Setiap perusahaan pada industri tertentu, pasti diperhadapkan pada kondisi persaingan yang semakin meningkat dalam keterbukaan bisnis. Di Indonesia industri di bidang jasa salah satunya adalah industri perhotelan. Industri perhotelan atau akomodasi merupakan bagian dari pariwisata yang tidak dapat dipisahkan. Salah satu hotel di kota Solo yaitu *The Royal Surakarta Heritage* di Jl. Slamet Riyadi No.6 Solo, Central Java-Indonesia. Ketatnya persaingan bisnis yang ada menuntut *The Royal Surakarta Heritage* untuk mengantisipasinya melalui perumusan *strategic planning*. Proses manajemen strategis terdiri atas tiga tahap: perumusan strategi, penerapan strategi dan penilaian strategi.

Tujuan dalam penelitian ini yaitu : (1) Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran di Hotel *The Royal Surakarta Heritage*. (2) Merumuskan dan menetapkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan di Hotel *The Royal Surakarta Heritage*

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode yang diterapkan dalam pengumpulan data adalah dengan wawancara terpadu (kuisioner) dan dan dokumen. Responden dalam penelitian ini yaitu Responden orang yang menginap di hotel *The Royal Surakarta Heritage* sebanyak 30 orang dan Karyawan hotel *The Royal Surakarta Heritage* bagian *public relation* 2 orang. Sampel penelitian yaitu (1) orang yang menggunakan jasa atau pernah menginap di hotel *The Royal Surakarta Heritage* dan (2) orang yang bekerja sebagai karyawan di hotel *The Royal Surakarta Heritage*. Matrik IE membantu dalam hal analisis lebih lanjut. Sebelum membuat matrik IE, terlebih dahulu dilakukan analisis EFAS dan IFAS.

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu : (1) Faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi strategi pemasaran di Hotel *The Royal Surakarta Heritage*. Posisi strategis *The Royal Surakarta Heritage* setelah dilakukan analisis pada lingkungan internal dan eksternal baik pada masa sekarang maupun pada masa mendatang maka langkah selanjutnya adalah memindahkan skor nilai ke dalam matrik IFAS/EFAS. Hasil nilai skor total untuk IFAS adalah 3,817 dan skor nilai EFAS sebesar 4,61 (2) Alternatif Strategi Pemasaran yang Sesuai Untuk Diterapkan di Hotel *The Royal Surakarta Heritage*. Posisi *The Royal Surakarta Heritage* pada sel I ada beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi intensif dan strategi integratif. Dalam strategi intensif, tindakan yang dapat dilakukan adalah penetrasi pasar (*market penetration*), yaitu mencari pangsa pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa yang sudah ada sekarang melalui usaha pemasaran yang lebih gencar. Strategi iintegratif juga dapat dilakukan dengan pengembangan pasar (*market development*) dalam pengertian memperkenalkan produk/jasa yang sudah ada ke wilayah geografis baru. Selain itu dalam strategi ini dapat juga dilakukan pengembangan produk (*product development*) dengan menciptakan produk baru yang inovatif dan menambah variasi produk.

Kata kunci: Strategi pemasaran jasa, model IE matriks.