

## **ABSTRAK**

### **PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA HARRIS HOTEL & CONVENTIONS MALANG**

**Fifi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Harris Hotel & Convention Malang. Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis SWOT yaitu dengan mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal perusahaan yaitu analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang kemudian dirumuskan pada Diagram Cartesius, dan Matrik Swot. Dari hasil analisis pada Diagram Cartesius nampak bahwa posisi Harris Hotel & Convention Malang terletak pada kuadran I yang menunjukkan bahwa Harris Hotel & Convention menghadapi beberapa peluang dan mempunyai berbagai kekuatan yang mendorong untuk mendapatkan peluang-peluang tersebut. Pada Matrik SWOT terdapat empat alternatif strategi yang dapat diterapkan Harris Hotel & Convention Malang. Pada Strategi SO, dapat memanfaatkan seluruh kekuatan hotel yaitu memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik melalui perkembangan teknologi yang semakin canggih dapat mempermudah kegiatan promosi sehingga banyak peluang untuk menjangkau konsumen baru, pada Strategi WO dapat melakukan kerjasama dengan biro perjalanan bukan hanya dalam negeri tapi juga biro perjalanan luar negeri dan menyediakan paket-paket yang menarik dengan harga terjangkau, Strategi ST dapat mengatasi ancaman dari jenis produk hotel yang mudah ditiru maka Harris Hotel & Convention Malang harus terus menerus melakukan inovasi terhadap produk dan pelayanannya yang berbeda dari para pesaing, dan pada Strategi WT dapat memanfaatkan situs web agar selalu update tentang segala informasi baik itu mengenai promo yang akan dikeluarkan atau event yang akan diselenggarakan.

Kata Kunci: SWOT, Analisis SWOT, Matrik SWOT, Strategi pemasaran