

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat yang diterapkan Hotel Lingian untuk menjamin keberlangsungan operasi bisnisnya. Penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis SWOT dan AHP, yaitu. mengidentifikasi dan memprioritaskan faktor internal dan eksternal menggunakan AHP, yang kemudian dirumuskan menggunakan diagram kartesius, matriks internal dan eksternal, matriks SWOT. Posisi Hotel Lingian pada hasil Analisis Diagram Cartesius berada pada Sel 1 pada posisi pertumbuhan dan perkembangan, yaitu posisi persaingan yang kuat. Pada SWOT Matrix ada 4 alternatif grand strategi yang dapat digunakan oleh Hotel Lingian. Dalam matriks SWOT terdapat empat alternatif strategi utama yang dapat digunakan Hotel Lingian. Kembali dipilih beberapa alternatif strategi yang fokus pada strategi pemasaran yaitu Strategi SO yang memanfaatkan kekuatan untuk mendapatkan peluang yaitu Strategi produk dengan membuat paket-paket yang menarik perhatian tamu untuk menginap dengan harga khusus dan fasilitas khusus. Pada Strategi WO yaitu mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Mengeluarkan varian paket promo sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Untuk Strategi ST dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman dengan penyaluran informasi tentang produk baru serta promo-promo yang berlaku harus selalu diupdate melalui media promosi baik pada media social maupun media lainnya. Strategi WT yaitu menciptakan strategi khusus untuk mendistribusikan kampanye kepada konsumen.

Kata Kunci: SWOT, IFAS, EFAS, AHP