



Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Tingkat Penjualan Hunian Kamar Atas Penginapan Gabelo Guest House Kota Bukittinggi

Renol Septiawan^{1*}, Yefri Joni²

¹⁻² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

*Penulis Korespondensi: renolseptiawan2001@gmail.com¹

Abstract. *This research was motivated by the problems faced by Gabelo Guest House Bukittinggi, which experienced a decline in room sales from 2019 to 2021. The decrease was mainly caused by the lack of promotional activities, resulting in suboptimal occupancy rates. The purpose of this study is to analyze the marketing strategy applied by Gabelo Guest House through a strategic management approach and to formulate an appropriate marketing strategy as a guideline for business development. The method used is qualitative research with a descriptive approach. Data were obtained from observations, interviews, and documentation at Gabelo Guest House, and analyzed using the Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), SWOT matrix, and weighted score tables. The results of the study indicate that marketing strategies should focus on improving friendly services for guests and travel agents in order to expand the market. In addition, the development and maintenance of the hotel's garden area play an important role in supporting guests' comfort and tranquility. The analysis results show a strength score of 2.28, a weakness score of 1.00, an opportunity score of 2.12, and a threat score of 0.94. The total score for IFAS was 3.22 and for EFAS 3.12. Based on these findings, the most influential and prioritized marketing strategy for Gabelo Guest House is the S-O (Strengths-Opportunities) strategy, which utilizes internal strengths to maximize external opportunities.*

Keywords: *Business Marketing; Promotion; Strategic Management; Strategy Analysis; SWOT Analysis.*

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan di Gabelo Guest House Bukittinggi yang mengalami penurunan penjualan kamar sejak tahun 2019 hingga 2021. Penurunan ini terutama disebabkan kurangnya promosi yang dilakukan, sehingga berdampak pada tidak maksimalnya tingkat okupansi. Tujuan penelitian adalah menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan Gabelo Guest House melalui pendekatan manajemen strategi serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat sebagai acuan pengembangan usaha. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi di Gabelo Guest House, serta dianalisis menggunakan teknik Internal Factor Analysis Summary (IFAS), External Factor Analysis Summary (EFAS), matriks SWOT, dan tabel bobot skor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran perlu diarahkan pada peningkatan pelayanan yang ramah kepada tamu dan agen wisata untuk memperluas pasar. Selain itu, pengembangan dan pemeliharaan taman hotel menjadi faktor penting untuk mendukung kenyamanan serta ketenangan tamu. Analisis data menghasilkan skor kekuatan 2,28, kelemahan 1,00, peluang 2,12, dan ancaman 0,94. Nilai total IFAS adalah 3,22 dan EFAS 3,12. Berdasarkan hasil tersebut, strategi prioritas yang paling berpengaruh bagi Gabelo Guest House adalah penerapan strategi S-O (Strengths-Opportunities), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal secara optimal.

Kata Kunci : Analisa Strategi; Analisis SWOT; Gabelo Guest House; Manajemen Strategi; Pemasaran Usaha; Promosi.

I. PENDAHULUAN

Zona Parawisata di Indonesia ialah salah satu pangkal pemasukan nasional ataupun regional yang mempunyai kemampuan jadi zona ekonomi terbanyak yang di harapkan sanggup jadi penghasil devisa terbanyak untuk wilayah ataupun negeri. Aspek pabrik yang hubungannya akrab dengan parawisata merupakan zona perhotelan serta fasilitas.

Provinsi Sumatera Barat mempunyai spot darmawisata yang komplit spesialnya kota Bukittinggi yang ialah kota darmawisata di Indonesia yang mempunyai kemampuan yang amat besar buat didatangi turis nusantara ataupun turis International. Dalam melaksanakan aktivitas parawisata turis hendak menginginkan fasilitas buat mendukung aktivitas wisatanya. Penginapan ialah salah satu fasilitas yang bisa mendukung aktivitas turis.

Bagi Tubuh Pusat Statistic (BPS) Jumlah turis nusantara yang bertamu ke provinsi Sumatera Barat Sebesar 5. 913. 795 atas tahun 2022 yang hadapi ekskalasi bila dibanding atas tahun lebih dahulu yang cuma 4. 785. 886 kunjungan

dalam bumi bidang usaha strategi industri ialah perihal berarti supaya bisa mengalami kompetisi bidang usaha yang kencang. Tingkatkan kemampuan pabrik perhotelan butuh menonjolkan terdapatnya kelebihan bersaing dari sesuatu produk ataupun jasanya mereka punya. Dan butuh terdapatnya inovasi yang membuat bisa bersaing kala kompetisi terus menjadi bersaing. Kompetisi itu membuat adanya desakan supaya seluruh dapat lebih inovatif.

Penginapan Gabelo Guest House ialah suatu hotel yang menetap di Jalan. Pintu Kabun Nomor. 43, Puhun Pintu Kabun, Kec. Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26123 mulai berdiri atas tahun 1975 yang atas dikala itu cuma sediakan 3 Kamar saja, bersamaan dengan melonjaknya peminat Guest House ini pemilik juga lalu menaikkan jumlah kamar, sampai dikala ini telah terdapat dekat 15 kamar yang ada yang terletak di 2 gedung yang berlainan. Penginapan ini diatur oleh bunda Muslidar selaku Owner penginapan dan dibantu sebagian pegawai yang bertugas disitu, penginapan ini senantiasa bertahan serta bertumbuh sampai dikala ini sebab Penginapan ini berlagak Traditional Modern yang mana dibuat dari batu tetapi design nya memakai corak serta corak Rumah Gadang Sumatra Barat.

Strategi penjualan ialah perihal yang amat berarti untuk industri dimana strategi penjualan ialah sesuatu metode menggapai tujuan dari suatu industri, diantara strategi penjualan yang sudah dicoba merupakan melaksanakan advertensi Dari pengunjung ke pengunjung yang sempat menginap lebih dahulu, Gabelo Guest House pula menggunakan sosial alat semacam instagram serta facebook buat melaksanakan cara penjualan, sebab kemampuan buat menjual prasaran terbatas atas jumlah orang yang mengenali perihal itu. Dalam strategi penjualan terdapat bawah aksi yang membidik atas aktivitas penjualan dari sesuatu industri dalam situasi persaingan area yang senantiasa berubah- ganti dengan impian bisa menggapai tujuan. saat sebelum sesuatu industri memutuskan sesuatu strategi penjualan yang hendak digunakan, terbelah dulu wajib memandang suasana serta situasi pasar

dan memperhitungkan letaknya dipasar itu. Tujuannya supaya bisa ditetapkan aktivitas penjualan apa yang sesuai buat diaplikasikan. Atas hakikatnya, tiap industri memiliki tujuan yang serupa ialah mendapatkan keuntungan yang sebesar banyaknya supaya mendukung bertahannya sesuatu industri.

Dalam melaksanakan aktivitas penjualan sesuatu industri mempunyai tujuan yang akan mau digapai, bagus tujuan waktu pendek ataupun tujuan waktu jauh. Dalam waktu pendek umumnya buat meregang batin pelanggan paling utama buat produk yang terkini di luncurkan. Sebaliknya dalam waktu jauh dicoba buat menjaga bahan- bahan yang telah terdapat supaya senantiasa populer.

Tiap industri, bagus yang beranjak di aspek produk atau pelayanan memiliki tujuan buat senantiasa hidup serta bertumbuh. Situasi perkembangan bidang usaha saat ini ini lumayan besar, dimana bisa diamati tumbuhnya perusahaan- perusahaan dengan produk yang semacam selaku kompetitor, alhasil hendak terjalin kompetisi dalam memperubutkan pangsa pasar serta pelanggan. Dalam perihal ini industri seharusnya mengenali pasar, dimana produk ataupun pelayanan yang dibuat hendak ditawarkan ataupun dipromosikan. Tujuan itu bisa digapai dengan upaya menjaga serta tingkatkan profit ataupun keuntungan industri. Upaya yang biasanya dicoba buat tingkatkan keuntungan industri ialah dengan mencari serta membina klien, dan upaya buat menguasai pasar. Upaya itu tidak bebas dari andil bagian penjualan industri dalam melaksanakan strategi yang baik buat bisa memakai peluang ataupun kesempatan yang terdapat dalam penjualan, alhasil posisi industri di pasar bisa dipertahankan sekalian ditingkatkan.

Diamati dari ujung penglihatan positif daya kegiatan ialah salah satu sumberdaya yang amat berarti dalam mendesak perkembangan serta perkembangan ekonomi sesuatu negeri. Tetapi dari ujung penglihatan yang lain melonjaknya daya kegiatan malah kerap kali jadi perkara ekonomi yang susah buat dituntaskan oleh penguasa. Selaku dampak dari minimnya penguasa dalam sediakan alun- alun profesi selaku akibat dari melonjaknya jumlah masyarakat yang terdapat, alhasil daya kegiatan yang terdapat tidak terserap dengan cara penuh, konsekuensinya terciptalah pengangguran. Rancangan Daya kegiatan sendiri dimaksud selaku masyarakat dalam umur kegiatan yang sedia melaksanakan profesi, ialah umur 15- 65 tahun. Bagi UUNo. 13 tahun 2003, daya kegiatan ialah tiap orang yang sanggup melaksanakan profesi untuk menciptakan benda serta pelayanan, bagus buatenuhi keinginan sendiri ataupun orang lain ataupun warga.

Ada pula sebagian hambatan yang dialami industri ialah minimnya daya kegiatan yang bisa mensupport keberlangsungan operasional penginapan alhasil susah dalam meningkatkan serta menjual pelayanan hotel atas klien.

Dalam Islam sudah diatur aturan metode berbisnis dengan bagus serta betul ialah dengan metode senang serupa senang ataupun silih berkenan. Tidak dibenarkan dalam islam metode berbisnis dengan metode yang tidak jujur ataupun jalur yang bathil lainnya. Seperti dalam Alqur'an surah An-nisa Ayat 29, Allah SWT Berfirman.

كَانَ اللَّهُ إِنَّكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ نَرَا ضٍ عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا أَمْنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا رَحِيمًا بِكُمْ

Artinya Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang keatasmu

Dalam strategi penjualan ada sebutan Bauran Penjualan (Marketing Mix). Bauran penjualan ialah metode gimana industri bisa memengaruhi kliennya yang membutuhkan pemograman serta pengawasan yang matang dan butuh dicoba tindakan- tindakan yang aktual. Buat kebutuhan itu wiraswasta bisa melaksanakan tindakan- tindakan yang terdiri dari 4 berbagai, ialah aksi hal produk (product), harga (price), penyaluran ataupun penempatan produk (palce) serta advertensi (promotion).

Dalam melaksanakan aktivitas penjualan terdapat sebagian tujuan yang mau digapai bagus tujuan waktu pendek ataupun tujuan waktu jauh. Dalam waktu pendek umumnya buat menarik pelanggan paling utama buat merk ataupun produk terkini yang dikeluarkan, sebaliknya waktu jauh dicoba buat menjaga bahan- bahan yang telah terdapat supaya senantiasa populer. Untuk menggapai tujuan itu perusahaan wajib dapat menarik atensi para kliennya lewat produk yang ditawarkanya. Ini bisa dicoba dengan metode advertensi. Advertensi bisa dicoba dengan menjajaki demonstrasi, Surat kabar, televisi radio, serta internet. Hingga dari itu pengarang memandang kalau permasalahan ini berarti, sebab strategi penjualan ialah salah- satu aspek berarti dalam sebuah industri salah- satunya dalam tingkatkan daya muat penjualan

Tabel 1. Data Tamu Menginap di Gabelo Guest House Selama 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Jumlah Tamu	Tingkat Hunian Kamar
1	2018	160	41%
2	2019	140	35%
3	2020	50	12%
4	2021	122	31%
5	2022	115	29%

Atas tahun 2018 jumlah kediaman kamar di Gabelo Guest House ialah sebesar 36% kediaman per tahun, yang di kekuasaan oleh wisatawan lokal, kunjungan pengunjung penginapan umumnya naik atas masa Idulfitri serta tahun terkini. Atas tahun 2019 tingkatan kediaman kamar atas Gabelo Guest House sebesar 24% hadapi penyusutan ialah sebesar 12% dibanding tahun 2018. Setelah itu atas tahun 2020 kediaman Gabelo Guest House turun ekstrem tingkatan kediaman kamar cuma 2. 5% saja. Penyusutan ini terjadi sebab atas tahun ini Endemi covid 19 menyerang bumi.

Tahun 2021 jumlah pengunjung telah mulai naik tetapi belum normal sebab kebijaksanaan lock down. Atas 2021 tingkatan kediaman kamar di Gabelo sebesar 12% naik 9. 5% dari tahun 2020 kediaman penyusutan jumlah pengunjung di Gabelo ini diakibatkan terus menjadi banyaknya homestay yang jadi kompetitor hotel Gabelo Guest House.

Tabel 2. Data hunian kamar yang sekelas dengan Gabelo Guest House

No	Tahun	Jumlah Tamu	Tingkat Hunian Kamar
1	2018	220	91%
2	2019	200	83%
3	2020	60	25%
4	2021	220	31%
5	2022	225	93%

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar Atas Penginapan Gabelo Guest House kota Bukittinggi”**

2. KAJIAN PUSTAKA

Strategi Pasar.

Strategi dalam perihal ini merupakan merancang pemasaran atas pasar dengan pemograman serta penerapan penjualan yang bagus serta pas buat menggapai pemasaran yang maksimum untuk tercapainya tujuan industri buat memahami pasar. tipe strategi pemasaran yang bisa dicoba industri ialah:

- a) Strategi penjualan yang tidak diskriminatif pasar (Lotere fferentiated marketing).
- b) Strategi penjualan yang diskriminatif pasar (Differentiated marketing).
- c) Strategi penjualan yang terfokus (Concentrated Marketing).

khasiat strategi merupakan selaku selanjutnya: Penting sanggup membagikan bermacam profit buat industri. penting memusatkan industri dalam melaksanakan koreksi dalam bagian pemasaran, penting menolong industri dalam tingkatkan daya produksi pegawai, mengetahui bahaya serta kesempatan untuk industri serta daya dan kelemahan dalam industri.

Kadar strategi memiliki 3 tingkat antara lain:

- a) Strategi Korporasi (Corporate Strategy).
- b) Strategy Bidang usaha (Business Strategy).
- c) Strategi Fungsional (Fungsional Strategy).

Merumuskan strategi dapat menggunakan analisa deskriptif kualitatif, strategi manajemen serta SWOT analisa hendak dipergunakan buat mengenali bermacam aspek dengan cara analitis, merumuskan strategi. Buat menggapai keberhasilan badan haruslah mempunyai strategic framework. Framework merupakan kerangka yang hendak menolong mengorganisir serta meningkatkan detail tujuan jadi lebih gampang serta terencana. Strategic Framework lazim terdiri dari: Visi, Tujuan, Value, Strategi serta Tujuan serta Konsep Kegiatan. Pengganti strategi yang hendaknya dipakai buat meningkatkan penjualan.

Penjualan

Pemasaran ialah aktivitas aksesoris ataupun komplemen dari pembelian, buat membolehkan terbentuknya bisnis. Pemasaran ialah cara alterasi benda atau pelayanan antara pedagang serta konsumen, dengan perlengkapan ubah berbentuk duit serta orang yang menjual suatu hendak memperoleh balasan berbentuk duit. Pemasaran dapat menolong industri memperoleh keuntungan. Pastinya perihal ini amat berguna untuk bidang usaha. Keuntungan dapat mendatangkan profit yang besar buat bidang usaha. Alhasil bidang usaha dapat bertumbuh lebih cepat serta mudah

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Ada pula faktor- faktor yang pengaruhi penjulalan adalah:

- a) Harga Jual
- b) Produk
- c) Bayaran Promosi
- d) Sluran Distribsui
- e) Kualitas serta mutu benda.

Bauran Pemasaran

Bauran Penjualan ialah sesuatu aktivitas pemograman, ijab produk atau pelayanan serta pengaturan program yang dirumuskan dengan hati- hati buat menghasilkan alterasi nilai- nilai dengan cara ikhlas dengan sasaran pasar yang dimaksudkan buat menggapai tujuan badan Unsur- unsur Bauaran Pemasaran:

- a) Produk (product)
- b) Harga (Price)
- c) Tempat (Place)
- d) Advertensi (promotion)
- e) People
- f) Procces
- g) Physicl Evidence

Analisa SWOT

Analisa SWOT merupakan suatu tata cara pemograman penting yang dipakai buat menilai daya (Strength), kelemahan (Weakness), kesempatan (Opportunity) serta bahaya (Threat) yang terjalin dalam cetak biru ataupun di suatu upaya bidang usaha, ataupun menilai lini- lini produk sendiri ataupun kompetitor. Buat melaksanakan analisa, didetapkan tujuan upaya ataupun mengenali subjek yang hendak dianalisa. Daya serta kelemahan dikelompokkan ke dalam aspek dalam, sebaliknya kesempatan serta bahaya diidentifikasi selaku aspek eksternal.

3. METODE PENELITIAN

Tipe riset yang dipakai oleh periset merupakan riset analisa deskriptif pendekatan kualitatif. Dicoba di hotel Gabelo Guest House, Jalan. Pintu Kabun Nomor. 43, Puhun Pintu Kabun, Kec. Mandiangin Koto Selayan, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26123 dengan megunakan informasi inferior serta pokok, digabungkan lewat instrumen pengumpulan informasi, pemantauan, tanya jawab, serta pemilihan. Buat menganalisa dipakai analisa deskriptif kualitatif. Sedangkan Buat mengenali manajemen strategi pengembangan upaya terdapat sebagian cara analisa informasi yang pengarang jalani ialah selaku selanjutnya: Pengurangan informasi, Penyajian informasi, Kesimpulan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Matrik SWOT Gabelo Guest House

Faktor eksternal internal	Faktor Daya (S)	Kelemahan (W)
Faktor eksternal	a. Jasa yang amat ramah b. Tempat yang hening serta jauh dari berisik pikuk kemudian lintas c. Tempat yang asri dengan halaman yang luas d. Hotel dengan design Rumah Konvensional Minangkabau	a. Advertensi yang belum efektif b. Belum terdapatnya penyejuk ruangan AC atau Kipas angin c. Minimnya pegawai yang bertugas di Gabelo Guest House d. Seringnya air mati di dikala pengunjung ramai
Kesempatan (O) a. Mempunyai klien tetap b. Kegiatan serupa yang bagus dengan pihak agen wisata c. Tingginya kunjungan turis ke kota Bukittinggi	Strategi S- O a. Senantiasa meningkatkan dan menjaga jasa. b. Meningkatkan serta menjaga kelebihan halaman penginapan untk kenyamanan pengunjung. c. Penginapan diusahakan mengoptimalkan fasilitas halaman untk mendukung kenyamanan tamu	Strategi W- O a. Membagikan Paket spesial buat klien yang setia b. Mengiklankan paket darmawisata dengan sarana khusus c. Menyelenggarakan rekrutmen massal dikala pucuk masa wisata

Dari matrik SWOT diatas bisa disimpulkan kalau ada sebagian strategi alternative yang bisa jadi bisa dipakai Gabelo Guest House dalam usaha tingkatkan penjualan upaya, ialah selaku selanjutnya:

Strategi SO

Strategi SO yatu strategi yang mana memakai daya yang dipunyai buat menggunakan kesempatan yang terdapat. Strategi SO yang bisa dipakai Gabelo guest House ialah diantaranya:

- a) Senantiasa tingkatkan serta memperthankan jasa yang ramah atas pengunjung buat ekspansi pasar serta kepatuhan klien memprthankan kehalalan produk buat tingkatkan keyakinan serta loyalalitas konsumen
- b) Meningkatkan serta menjaga kelebihan halaman penginapan bisa dicoba untk menarik lebih banyak pengunjung dari agen wisata
- c) Penginapan diusahakan mengoptimalkan fasilitas halaman untk mendukung kenyamanan tamu

Strategi WO

Strategi WO ini ialah strategi yang di usahakan buat meminimalkan kelemahan buat menggunakan kesempatan yang terdapat. Strategi WO yang bisa dipakai Gabelo Guest House yaitu:

- a) Membagikan paket spesial buat klien setia
- b) Mengiklankan paket darmawisata dengan sarana khusus
- c) Menyelenggarakan rekrtumen massal dikala pucuk masa wisata

Strategi ST

Strategi ST ialah strategi yang dipakai buat menanggulangi seluruh bahaya dengan menggunakan daya yang dipunyai. Strategi ST yang bisa di maanfaatkan adalah:

- a) Membagikan jasa ungguk atas konsumen
- b) Hotel membagikan paket menginap dengan diskon
- c) Mmemberikan Jasa spesial di alam

Strategi WT

Strategi WT ialah strategi yang di maanfaatkan buat meminimalkan kelemahan buat menjauhi bahaya yang terdapat. Strategi WT yang bisa dipakai yaitu:

- a) Menilai serta melengkapi konsep pemasaran
- b) Tingkatkan sarana lekas mungkin
- c) Melaksanakan kegiatan serupa dengan badan pendidikan

Tabel 4. Bobot Skor IFAS dan EFAS Gabelo Guest House

Factor internal Factor eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Strategi S-O 2.28 + 2.12 = 4.4	Strategi W-O 1.00 +2.12=3.12
Ancaman (T)	Strategi S-T 2.28 +0.94 = 3.22	Strategi W-T 1,00 +0.94= 1,94

Dari bagan 4. 6 dikenal hasil antara strategi yang mempunyai nilainya yang sangat besar merupakan strategi SO yang ialah campuran antara daya dengan kesempatan ialah 4. 4. Di ikuti oleh strategi WO sebesar 3. 12

Sehabis dicoba formulasi strategi dengan menggunakan factor- faktor eksternal serta dalam yang terdapat hingga di bisa strategi yang bisa dipakai Gabelo Guest House buat pengembangan usahanya ialah strategi SO dengan menggunakan daya buat meregang serta menggunakan kesempatan sebesar- besarnya. Strategi SO yang bisa dipakai selaku selanjutnya:

a) Senantiasa tingkatkan serta memerthankan pelayanan

Menancarkan serta menjaga jasa jadi kunci dalam pengunjung untruk mengutip ketetapan. Jasa ini tidak cuma dari pemilik saja namun pula wajib di tanamkan atas agen darmawisata serta pula pegawai karna agen darmawisata ialah perpanjangan tangan dari pemilik atas pelanggan. Bila pengunjung memperoleh jasa yang ramah hingga pengunjung hendak merasa aman keatas upaya. Kenyamanan ini yang hendak yang membuat pelanggan patuh keatas pelakon upaya. Pelanggan yang patuh mereka pastinya hendak mengiklankan upaya yang mereka percayai atas orang terdekat. Salah satu wujud advertensi ialah advertensi dari mulut ke mulut, perihal ini bisa membuat identifikasi Gabelo Guest House atas warga alhasil penjualan dari gabelo guest house bisa menabur besar. Serta pelanggan bisa jadi pula hendak mengiklankan produk yang mereka maanfaatkan atas orang orang di social alat individu yang mereka punya.

b) Meningkatkan serta memperthankan kelebihan halaman penginapan untruk kenyamanan pengunjung.

Dengan posisi yang amat penting terletak di zona yang asri dan mempunyai halaman yang besar hendak jadi kelebihan untruk gabelo untruk senantiasa tingkatkan jumlah kunjungan pengunjung dengan kelebihan halaman yang asri.

c) Penginapan diusahakan memkasimalkan sarana halaman untruk mendukung kenyamanan tamu

Penginapan diusahakan mengoptimalkan sarana halaman semacam buaian, gazebo serta tempat nyantai. selaku usaha untruk tingkatkan pengalaman pengunjung serta menghasilkan atmosfer yang aman alhasil bisa menarik lebih banyak wisatawan serta tingkatkan kebahagiaan pelanggan.

5. KESIMPULAN

Bersumber atas hasil analisa strategi penjualan yang dicoba Gabelo Guets House, merupakan dengan pemograman bermacam strategi, Senantiasa meningktakan serta meperthankan jasa ramah atas pengunjung serta agen darmawisata buat ekspansi pasar, Meningkatkan serta menjaga halaman penginapan buat kenyamanan pengunjung, Penginapan diusahakan mengoptimalkan sarana halaman untruk menunjnag kenyamanan pengunjung. Dari hasil analisa informasi yang dicoba diperoleh angka atas tiap- tiap aspek ialah berat angka daya (strengths) sebesar 2, 28, berat angka kelemahan (weaknesses) sebesar 1, 00 berat angka kesempatan (opportunities) sebesar 2. 12 dan bobot angka bahaya (threats) sebesar 0. 94.

Didapat angka keseluruhan berat atas matrik IFAS sebesar 3, 22, serta atas matrik EFAS 3. 12, Hasil riset membuktikan analisa strategi penjualan yang prioritas serta sangat mempengaruhi buat diaplikasikan oleh hotel Gabelo Guest House ialah kombinasi antara strategi S-O.

DAFTAR REFERENSI

- Aidil, F., & Suyuthie, H. (2023). Akibat sarana kamar serta harga ke atas kebahagiaan pengunjung menginap di Grand Ibu Penginapan Bukittinggi. *Jurnal Pendidikan dan Sosial Adat*, 3(6), 198. <https://doi.org/10.58578/yasin.v3i6.1622>
- Andri Atmoko, B. (2021). *Optimalisasi digital marketing*. Pusat Pengembangan Kewirausahaan Pendidikan Vokasi Universitas Brawijaya.
- Erlangga, F. (2013). Akibat style kepemimpinan paternalistik ke atas dorongan kegiatan karyawan biro sosial serta daya kegiatan kota atasng. *Jurnal Cano Ekonomos Studi Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 12(2).
- Firdawati, A., Cahyono, D., & Nuha, G. A. (2021). Aspek kelebihan bersaing penginapan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*, 1(1), 54. <https://doi.org/10.25047/asersi.v1i1.2671>
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Font, X. (2023). Tourist destination competitiveness: Comparative and competitive advantage dimensions. *Journal of Destination Competitiveness*, 7(2), 101–115. <https://doi.org/10.1016/j.jdcc.2023.03.005>
- Kim, Y.-J., & Kim, H.-S. (2022). The impact of hotel customer experience on customer satisfaction through online reviews. *Sustainability*, 14(2), Article 848. <https://doi.org/10.3390/su14020848>
- Nurjaman, K. (2021). Manajemen pemasaran penginapan dalam menjaga klien di era new normal. *Jurnal Objektif Nasional*, 1(3), 72.
- Siregar, A. D. P. (2025). The effect of social media influencers and online reviews on tourism marketing. *Proceedings of the International Conference on Global Education, Management, and Technology (ICoGEMT)*, 4, 613–624.
- Sofjan. (2010). *Manajemen penjualan: Dasar, rancangan & strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Sopyan, A., Gayatri, A., Putranto, D., Togubu, R. Y., & Setyawati, B. D. (2023). Hotel marketing strategies in the post-COVID-19 era: A case of Grand Mercure Jakarta Kemayoran. *Proceedings of International Conference on Innovations in Social Sciences Education and Engineering (ICoISSEE-3)*.
- Sukardi, N. W. (2025). Sustainable tourism destination marketing in Indonesia. *International Journal of Social Sciences*, 5(1), 12–28. <https://doi.org/10.5678/ijss.v5i1.10123>
- Supriadi, B. (2025). Hotel marketing performance and tourism dynamics in Indonesia, Malaysia, and Singapore. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 22, 89–102. <https://doi.org/10.37394/23207.2025.22.9>

- Verawati, D. M., Yudhanto, W., Giovanni, A., Ikhwan, K., & Hartono, B. (2024). Strategic leadership model in the hospitality industry: SWOT analysis. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2117>
- Wardana, W. W. (2025). Does improved accessibility translate into tourism growth? *Journal of Regional Development Studies*, 22(1), 45–60.
- Yuniati, A., Yulianti, & Miharja, J. (2023). Marketing strategy at Hotel Sentral Cawang, East Jakarta. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(2), 162-172. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v2i2.259>