

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN PADA VILLA ARANAWAY BANJAR

Bakri¹,Kurniaty²,Noorlaily Maulida³

¹)Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIM19310576

²)Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB, NIP19600712 1991112001

³)Manajemen, 61201,Fakultas Ekonomi,Universitas Islam Kalimantan MAB,NIDN061510808

Email:bakriaekri122@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan pada Villa Aranaway dan yang seharusnya dilakukan agar lebih efektif dalam meningkatkan tingkat hunian pada Villa Aranaway Banjar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penelitian deskriptif yang merupakan penelitian dengan cara observasi dan wawancara sampel yang diambil dalam penelitian ini ada 3 orang informan dari Villa Aranaway Banjar.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Villa Aranaway Banjar dengan segmen, target dan posisi yang dituju sudah cukup baik dan efektif, namun ada beberapa juga yang masih perlu diitngkatkan seperti kualitas pelayanan dan promosi, Sedangkan harga yang ditawarkan cukup relatif murah dan akses jalan menuju lokasi Villa Aranaway sudah cukup baik yang hanya memerlukan waktu kurang lebih 20 menit dari kota banjarbaru, pelayanan yang baik akan membuat para pengunjung nyaman dan merasa puas ketika berada di Villa Aranaway Banjar.

Kata kunci : Strategi pemasaran, Meningkatkan Hunian

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing strategy carried out at Villa Aranaway and what should be done to be more effective in increasing occupancy rates at Villa Aranaway Banjar.

The data collection technique used is descriptive research which is a study by observation and interview, the sample taken in this study was 3 respondents from Villa Aranaway Banjar.

The results showed that the marketing strategy carried out by Villa Aranaway Banjar with segments, targets, and intended positions was quite good and effective, but there are also some that still need to be improved such as service quality and promotion, While the price offered is quite cheap and road access to the location of Villa Aranaway is quite good which only takes approximately 20 minutes from the city of Banjarbaru, good service will make visitors comfortable and feel satisfied when in Villa Aranaway Banjar.

Keyword: Marketing strategy, Increasing Occupancy

DAFTAR PUSTAKA

- David & R. (2017). *Strategic Management concepts and cases A Competitive Advantage Approach. Sixteenth Edition*. . England.: Pearson Education Limited.
- Fandi, Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3*. . Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Fatoni. (2019). Model Analisis Interaktif Miles & Huberman. *Jurnal Pemasaran*.
- Heizer, Render Barry. (2016). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, edisi 11*. Jakarta.: Salemba Empat.
- Kotler Keller. (2014). *Manajemen di Indonesia (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian), Terjemahan A.B Suanto, Buku Satu*. Jakarta.: Salemba Empat.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV.Al Fath Zumar.
- Sofyan Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.