

ABSTRAK

ELLY ERMAWATI, 2019 Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing , menggunakan strategi Analisis SWOT (Studi Kasus pada Hotel Harper Perintis Makassar) Sulawesi Selatan, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Bapak Dr. Andi Mappatempo dan Pembimbing II Ibu Syarthini Indrayani.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi pemasaran dengan menggunakan Analisis SWOT yaitu Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) untuk meningkatkan daya saing pada Hotel Harper Perintis Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan). Data diperoleh dengan melalui daftar pertanyaan dalam survei (wawancara) dan dokumentasi.

Hasil penilitian menggunakan metode Analisis SWOT dari Factor internal dan eksternal menunjukkan bahwa Hotel Harper Perintis Makassar pada tipe kuadran I (*positif,positif*) dengan nilai IFE = 3.51 dan EFE = 2.76 merupakan posisi yang sangat menguntungkan ini juga menunjukkan bahwa saat ini Hotel Harper Perintis Makassar telah memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal dan sebaik mungkin. Strategi pemasran yang diterapkan oleh Hotel Harper Perintis Makassar merupakan strategi yang baik.

Kata Kunci : Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), Ancaman (*Threats*) pada Hotel Harper Perintis Makassar.

ABSTRACT

ELLY ERMAWATI, 2019 *Marketing Strategy Analysis To Increase Competitiveness (Case Study in the Hotel Harper Perintis Makassar) South Sulawesi, Thesis Study Program For The Management Of The Faculty Of Economic and Business at the Muhammadiyah University Of Makassar. Guided by Mr. Andi Mappatempo and Mrs. Syarthini Indrayani.*

*This study aims to find out and analyze how the marketing strategy using SWOT analysis, namely Strengths (*Strengths*), Weaknesses (*Weakness*), Opportunities (*Opportunities*), Threats (*Threats*) To improve competitiveness in Hotel Harper Perintis Makassar. This study is a Quantitative Descriptive study that is used to obtain data from certain natural placed (not artificial). Data obtained through a list of question in surveys (interviews) and documentation.*

The result of this study using the SWOT analysis method from internal and eksternal factors indicate that Hotel Harper Perintis Makassar in type I Quadrant (positif,positif) with the value of IFE = 3.51 and EFE = 2.76 is avery favorable position, this also shows that currently Hotel Harper Perintis Makassar have made the most of the opportunities that are as well as possible. The marketing strategy adopted by Hotel Harper Perintis Makassar is a good strategy.

*Keywords : Strengths (*Strengths*), Weaknesses (*Weakness*), Opportunities (*Opportunities*), Threats (*Threats*) in Hotel Harper Perintis Makassar.*