STRATEGI BAURAN PRODUK DI HOTEL PESONA ALAM SANGIR PADANG ARO

Abstrak

Qorinatul Khasanah

qorinatulkhasanah.rz@gmail.com

Hijriyantomi Suyuthie

Departemen Pariwisata Universitas Negeri Padang

E-mail: hsuyuthie@fpp.unp.ac.id

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan tinggi persaingan pihak pengusaha hotel di era sekarang ini. Penelitian ini bermaksud melakukan analisis terhadap strategi bauran yang dilakukan di Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Penelitian ini masuk dalam golongan penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Informan penelitian pada penelitian ini yaitu pihak pengelola Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro yang ditetapkan melalui teknik purposive sampling. Teknik pengambilan data melalui penggunaan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang disusun berdasarkan analisis SWOT. Hasil penelitian ini diperoleh strategi bauran produk di Hotel Pesona Alam Sangir ditinjau dari indikator Keandalan (*Reliability*), Penampilan (*Performance*), Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) dan Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*). Dari seluruh indikator strategi bauran produk, Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro, Kabupaten Solok, Sumatera Barat sudah masuk dalam kategori baik dan perlu melakukan perbaikan sesuai masukan dan saran untuk memenuhi kepuasan para pengunjung.

Kata Kunci: Hotel Pesona Alam Sangir, Strategi Bauran Produk, SWOT

LATAR BELAKANG

Indonesia mempunyai kekayaan alam dan budaya yang sangat luar biasa. Hal tersebut sangat berpotensi untuk ditingkatkan untuk dijadikan destinasi tujuan pariwisata. Menurut Sudiarta *et al.*, (2021) pariwisata adalah perjalanan sementara individu ke lokasi wisata jauh dari tempat kerja dan tempat tinggal mereka yang biasa, di mana mereka terlibat dalam berbagai kegiatan di sana dan memperoleh akses ke berbagai fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pariwisata juga didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan berulang kali atau berkeliling, baik dengan rencana maupun tanpa rencana, yang memberikan pengalaman lengkap bagi pelakunya (Hidayah, 2021). Oleh karena itu, hal-hal yang diperoleh dalam kegiatan pariwisata akan menentukan kepuasan dari wisatawan.

Dalam mendukung kesuksesan sektor pariwisata diperlukan fasilitas-fasilitas penunjang. Salah satu fasilitas yang mendukung aktivitas pariwisata adalah layanan akomodasi penginapan. Beragam bentuk akomodasi hadir sebagai penyedia layanan penginapan seperti *homestay*, *villa* dan hotel. Hotel Dideskripsikan sebagai sejenis usaha penginapan yang dikelola secara komersial yang memanfaatkan semua atau sebagian bangunan yang sudah ada untuk menawarkan makanan, penginapan, dan layanan lainnya kepada pengunjung dan masyarakat umum yang ingin bermalam (Annishia & Prastiyo, 2019). Menurut Wandansari & Anggraita (2020), hotel didirikan dengan tujuan untuk menciptakan suasana yang memberikan

kenyamanan kepada wisatawan yang berkunjung untuk tujuan pariwisata atau wisatawan untuk tujuan bisnis. Kebutuhan akan industri penginapan/ hotel semakin meningkat karena beragam kegiatan bisnis, wisata dan aktivitas lainnya yang tidak didapatkan dari rumah dan adanya kebutuhan akan akomodasi yang dapat memenuhi kebutuhan bisnis dan wisata para tamu.

Satu diantara destinasi wisata yang terdapat di Indonesia adalah Kabupaten Solok. Lokasi ini merupakan bagian dari Provinsi Sumatera Barat. Kabupaten Solok Selatan mempunyai pusat pemerintahan yang berlokasi di Padang Aro dan menjadi pusat kegiatan pertemuan dan acara di Kabupaten Solok Selatan. Dengan semakin beragamnya kegiatan pertemuan/ acara dan bertambahnya objek wisata, maka akan meningkatkan kebutuhan terhadap layanan akomodasi penginapan/ hotel (Samalam *et al.*, 2016). Meningkatnya kebutuhan akan akomodasi penginapan akan mengakibatkan adanya persaingan industri akomodasi penginapan/ perhotelan di Padang Aro. Saat ini banyak industri rumahan di Padang Aro yang membuka usaha akomodasi penginapan seperti wisma, homestay, maupun bekerja sama dengan jaringan layanan perhotelan seperti OYO dan RedDoorz. Untuk mensukseskan bisnis tersebut maka diperlukan suatu strategi.

Menurut Riswanto *et al.*, (2024), satu diantara strategi yang bisa dilaksanakan oleh akomodasi penginapan/ hotel adalah kegiatan pemasaran yang merupakan proses memperluas basis pelanggan melalui taktik dan saluran yang tepat, mengukur reaksi dan tanggapan, hingga memfasilitasi aktifitas pembelian dari pelanggan. Strategi pemasaran yang bisa dilaksanakan oleh industri perhotelan adalah dengan menerapkan strategi bauran pemasaran atau yang biasa disebut dengan *marketing mix*, yang mencakup atas *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (distribusi), yang berperan dalam menentukan tingkat keberhasilan agar sesuai dengan target yang dituju (Kotler dan Keller, 2016). Pada sektor bauran pemasaran, produk sebagai satu diantara aspek atau unsur yang penting. Karena produk adalah hal utama yang dijual oleh perusahaan ke konsumen. Apabila unsur produk pada bauran pemasaran sudah dirancang dengan baik, maka unsur-unsur bauran pemasaran lainnya dapat dijalankan dengan baik.

Salah satu hotel di Padang Aro adalah Hotel Pesona Alam Sangir. Hotel Pesona Alam Sangir merupakan hotel yang beralamatkan di Jalan Timbulun Nagari Lubuak Gadang, Kecamatan Sangir, Kabupaten Solok Selatan. Menurut Fernos & Putra (2022), otel ini berada di posisi yang cukup strategis karena berada pada pusat Kabupaten dan dekat dengan kantor bupati Kabupate Solok Selatan. Berdasarkan hasil studi pendahuluan diperoleh bahwa pada Hotel Pesona Alam sangir masih terdapat beberapa kendala. Pertama, dilihat jumlah pengunjung di Hotel Pesona Alam Sangir tidak stabil, diketahui dengan adanya presentase kenaikan dan penurunan pada jumlah pengunjung dan juga target tingkat hunian yang tidak mencapai 50% di Hotel Pesona Alam Sangir. Permasalahan kedua yaitu ulasan kurang baik dari tam, dimana ada tamu yang memberikan ulasan yang kurang baik tentang hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro terkait produk hotel. Tamu memberikan ulasan bahwa fasilitas yang disediakan hotel tidak diberikan secara maksimal. Dapat dilihat bahwa tamu mengeluhkan tentang kebersihan kamar, kelengkapan fasilitas kamar, akses *wifi*, serta fasilitas kamar yang didapatkan tidak sesuai dengan harga kamar yang diberikan. Permasalahan ini bisa menjadi ancaman untuk pihak hotel apabila tidak segera diatasi.

Penelitian mengenai strategi pemasaran bauran produk ini penting untuk dilakukan karena meningkatnya persaingan antar hotel di Kabupaten Solok Selatan, sehingga Hotel Pesona Alam Sangir dapat bersaing dengan hotel lain yang ada di Kabupaten Solok Selatan. Analisis SWOT meliputi identifikasi *Srength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) akan menjadi alat yang dapat menilai strategi pemasaran tersebut dapat diterapkan dan membantu keberlangsungan dan peningkatan pada Perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian di Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro khususnya pada kegiatan pemasaran yang dilakukan. Sehingga penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Strategi Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro”.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai metode kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang meneliti suatu kejadian atau isu tertentu dengan menggunakan opini pribadi berdasarkan fakta dan data historis yang kemudian dibahas, dikumpulkan, diteliti, dan diinterpretasi (Sugiyono, 2020). Penelitian ini dilaksanakan pada Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro yang beralamatkan Jalan Timbulun Nagari Lubuak Gadang, Kecamatan Sangir, Kabupaten Solok Selatan pada bulan Juni 2023. Data pada penelitian ini terbagi 2 yaitu dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dengan langsung didapatkan melalui proses wawancara, observasi dan dokumentasi namun data sekunder yakni data yang didapat secara tidak langsung yang bersumber dari sebuah instansi maupun pihak ketiga yang akan digunakan sebagai pelengkap data penelitian. Dalam penelitian di Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro menggunakan data sekunder dari pihak hotel, *online review* dan jurnal terkait.

B. Teknik pengumpulan data

1. Wawancara

Berdasarkan pendapat Hartono (2018), wawancara adalah proses pengumpulan data untuk penelitian memakai pertanyaan dan jawaban langsung antara pewawancara dan subjek melalui penggunaan alat yang dikenal sebagai panduan wawancara. Dalam penelitian ini peneliti akan mengadakan wawancara bersama pihak hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro untuk mendapatkan informasi strategi bauran dari hotel tersebut.

2. Observasi

Observasi diketahui sebagai kegiatan untuk memperoleh informasi sesuai dengan tujuan penelitian, dengan melakukan pengamatan langsung yang teliti dan menghasilkan catatan berupa data penelitian. Terdapat dua jenis observasi berdasarkan proses pengumpulan data, yakni observasi partisipan dan observasi non-partisipan. Penelitian ini memakai metode observasi non-partisipan. Dalam pelaksanaannya, peneliti memilih objek yang akan diamati dan mencatat informasi yang relevan dengan penelitian. Observasi untuk penelitian ini dilakukan dengan mengamati secara langsung pada Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro, Kabupaten Solok, Sumatera Barat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi diketahui sebagai bahan dalam bentuk keterangan dari hasil pengumpulan dan penyimpanan data yang berfungsi lengkap dari penggunaan metode observasi dan metode wawancara. Hal yang didokumentasikan dalam penelitian ini seperti foto-foto, rekaman wawancara, hasil ulasan tamu dan lain-lain.

C. Informan

Pemilihan informan untuk penelitian ini dilaksanakan melalui teknik *purposive sampling*. Purposive sampling sebagai teknik penetapan sample melalui pertimbangan khusus (Sugiyono, 2020). Kriteria informan pada penelitian ini yaitu pihak hotel yang dipandang menguasai pemasaran produk hotel dan tamu hotel yang sudah pernah menggunakan produk dan fasilitas hotel.

D. Teknik Analisis Data

Teknik untuk menganalisis data yang dipakai pada penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif menurut (Sugiyono, 2020) sebagai berikut:

1. Reduksi

Reduksi didefinisikan sebagai tahap memilih data sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk memastikan kelengkapan dan kemudahan pemahaman data yang diperoleh.

2. Penyajian Data

Penyajian data diadakan melalui proses menyusun data hasil penelitian menjadi format yang dapat membantu peneliti dalam memahami informasi yang terkandung dalam data tersebut. Dalam penelitian ini data disajikan berdasarkan analisis SWOT.

3. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan yaitu tahap akhir dari analisis data penelitian yang menghasilkan interpretasi atau pernyataan tentang hasil penelitian, yang mencakup deskripsi tentang objek yang telah diteliti. Dalam penelitian ini pengambilan keputusan yaitu berupa strategi bauran yang diadakan oleh Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro, Kabupaten Solok, Sumatera Barat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Hasil penelitian ini dibagi dalam 2 jenis yaitu 1) temuan umum seperti temuan yang mendeskripsikan Hotel Pesona Alam Sangir secara menyeluruh. 2) Temuan khusus, mengenai strategi Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir berdasarkan analisis SWOT berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil penelitian yang didapatkan dijelaskan sebagai berikut:

A. Temuan Umum

Hotel Pesona Alam Sangir adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa akomodasi Perhotelan yang didirikan oleh Bapak Khairunnas pada tahun 2006, berlokasi di Jalan Timbulun Nagari Lubuak Gadang, Kecamatan Sangir, Kabupaten Solok Selatan, Provinsi Sumatera Barat. Hotel Pesona Alam Sangir didirikan pada tahun 2006, dan sudah mulai beroperasi pada tahun 2007 di bawah pimpinan komisaris Bapak Khairunnas dan direktur Utama Ibu Nursyafrina. Visi Hotel Pesona Alam Sangir adalah “Menjadi perusahaan pengelola hotel dan jasa yang handal dan berkualitas.” Maka diperlukan fasilitas untuk menunjang kepuasan tamu dimana hotel ini memiliki fasilitas berupa kamar yang terdiri dari 4 kamar dengan tipe kamar *Superior Rooms*, 23 kamar dengan tipe kamar *Deluxe Rooms*, dan 23 kamar dengan tipe kamar *Suite Rooms*. Selain itu, hotel ini turut disediakan restoran, aula pertemuan dan musholla.

B. Temuan Khusus

Temuan khusus berdasarkan hasil wawancara pada penelitian ini terdiri dari :

Berdasarkan hasil wawancara yang diperkuat dengan hasil observasi, dokumentasi di lapangan. Analisis dilakukan berdasarkan analisis SWOT. Hasil ini memperlihatkan Strategi Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir yang ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis SWOT Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir

No.	Indikator	Analisis SWOT	Hasil Analisis SWOT
1.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	<i>Strengths</i>	1. Perawatan fasilitas hotel dilakukan secara berkala dalam setahun. 2. Seluruh <i>staff</i> hotel bertanggung jawab terhadap keandalan fasilitas hotel sesuai departemen masing-masing. 3. Tamu yang merasa puas terhadap keandalan produk yang disediakan hotel
		<i>Weakness</i>	1. Perbaikan produk dan fasilitas hotel dilakukan setelah ada keluhan dari tamu. 2. Pembaharuan fasilitas dilakukan hanya saat terjadi kerusakan. 3. Proses perawatan produk dan fasilitas hotel yang bertahap dapat memperlambat waktu pengerjaan.
		<i>Opportunities</i>	1. Kepuasan tamu meningkat karena adanya perawatan pada keandalan produk dan fasilitas hotel. 2. Peningkatan loyalitas tamu yang merasa puas setelah menginap di hotel. 3. Citra yang hotel meningkat.
		<i>Threats</i>	1. Keluhan tamu yang lambat teratasi. 2. Penurunan <i>review</i> hotel akibat produk dan fasilitas hotel yang kurang terawat.
2.	Penampilan (<i>Performance</i>)	<i>Strengths</i>	1. <i>Design interior</i> yang menjadi ciri khas hotel seperti ukiran kayu dan foto-foto pemandangan alam Solok Selatan. 2. Standar kualitas produk yang baik, fasilitas dan <i>amenities</i> kamar yang lengkap. 3. Kepuasan tamu yang terjaga dan meningkatkan minat kunjung tamu.
		<i>Weakness</i>	1. <i>Design interior</i> yang belum optimal terlihat dari masih ada bagian dinding <i>lobby</i> yang kosong. 2. Keterbatasan <i>design interior</i> di area restoran dan aula.
		<i>Opportunities</i>	1. Meningkatkan citra hotel melalui dekorasi yang menggambarkan ciri khas hotel. 2. Meningkatkan kepuasan tamu.
		<i>Threats</i>	1. Tantangan pemeliharaan dekorasi dan biaya operasional. 2. Persaingan dengan hotel lain yang memiliki ciri khas yang lebih unik.
3.	Nilai Seni Produk (<i>Aesthetic</i>)	<i>Strengths</i>	1. Penataan fasilitas yang rapi dan teratur meningkatkan kenyamanan tamu. 2. Hotel fokus pada nilai fungsi yang dapat meningkatkan kualitas hotel.
		<i>Weakness</i>	1. <i>Design interior</i> yang kurang menonjol karena terbatasnya dekorasi. 2. Kurangnya unsur seni pada visual yang ditampilkan hotel.
		<i>Opportunities</i>	1. Meningkatkan estetika hotel dengan menambahkan dekorasi seperti lukisan. 2. Meningkatkan minat tamu untuk kembali karena terpuaskan dengan <i>design</i>

			interior yang ditawarkan hotel.
			3. Citra hotel meningkat karena ada nilai seni dari produk yang ditawarkan (<i>aesthetic</i>).
		<i>Threats</i>	1. Terbatasnya produk atau fasilitas hotel yang memiliki nilai estetika sehingga tidak dapat menggambarkan ciri khas hotel. 2. Kompetitor yang menawarkan <i>design interior</i> yang lebih unik dan menarik.
4.	Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (<i>Serviceability</i>)	<i>Strengths</i>	1. Produk dan fasilitas yang ditawarkan hotel dengan kualitas yang baik. 2. Pemeliharaan fasilitas hotel yang dilakukan secara berkala.
		<i>Weakness</i>	1. Perbaikan produk dan fasilitas hanya dilakukan apabila terdapat keluhan dari tamu. 2. Keterbatasan pemeliharaan produk dan fasilitas hotel pada area umum.
		<i>Opportunities</i>	1. Memperluas fokus pemeliharaan produk dan fasilitas hotel di area umum dan kamar. 2. Peningkatan kepuasan tamu melalui pelayanan yang lebih optimal.
		<i>Threats</i>	1. Perawatan produk dan fasilitas hotel yang tidak merata. 2. Keluhan tamu yang didapat melalui <i>review online</i> . 3. Keterbatasan dalam melakukan pemeliharaan produk dan fasilitas hotel menciptakan kesan yang buruk terhadap citra hotel

Sumber : Data diolah oleh peneliti 2024

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan melalui penggunaan metode wawancara, observasi serta dokumentasi mengenai Strategi Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir adalah sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)

Berdasarkan penelitian yang sudah diadakan mengenai Keandalan (*Reliability*) sebagai salah satu Strategi Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir, maka diketahui bahwa Hotel Pesona Alam Sangir melakukan Keandalan (*Reliability*) produk dengan cara mengadakan perawatan fasilitas hotel yang dilakukan secara berkala dalam setahun, seluruh *staff* hotel bertanggung jawab terhadap keandalan fasilitas hotel sesuai departemen masing-masing, tamu yang merasa puas terhadap keandalan produk yang disediakan hotel secara maksimal. Yang menjadi kelemahan pada Keandalan (*Reliability*) produk di Hotel Pesona Alam Sangir adalah baru akan diadakan perbaikan pada produk dan fasilitas hotel dilakukan setelah ada keluhan dari tamu, perawatan dan pembaharuan produk dan fasilitas hotel dilakukan hanya saat terjadi kerusakan, serta proses perawatan produk dan fasilitas hotel yang bertahap dapat memperlambat waktu pengerjaan.

Adapun peluang dalam indikator Keandalan (*Reliability*) diantaranya kepuasan tamu meningkat karena adanya perawatan pada keandalan produk dan fasilitas hotel, peningkatan loyalitas tamu yang merasa puas setelah menginap di hotel, sehingga hal ini dapat meningkatkan citra dan reputasi hotel di publik. Menurut Harfika & Abdullah (2017) peningkatan fasilitas bisa membuat tamu puas dengan pelayanan yang diberikan. Ancaman yang timbul dari Keandalan (*Reliability*) ini adalah keluhan tamu yang lambat teratasi akibat perawatan produk dan fasilitas yang baru akan dilakukan setelah terdapat keluhan dari tamu, adanya penurunan *review* hotel akibat produk dan fasilitas hotel yang kurang terawat dari tamu yang merasa tidak puas atas pelayanan yang disediakan hotel. Menurut Imanto et al., (2022), keandalan (*Reliability*) adalah kemungkinan bahwa, selama jangka waktu tertentu, produk akan berfungsi dengan memuaskan atau tidak. Suatu produk lebih dapat diandalkan jika kemungkinan kerusakannya lebih kecil (Novianti, 2020).

Formulasi Strategi disajikan melalui penggunaan analisis SWOT berdasarkan pendapat Rangkuti (2015) yakni menggabungkan bermacam indikator yang memuat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas hasil formulasi strategi SWOT ini yang didapat oleh peneliti, mendapat Strategi Bauran Produk menggunakan Keandalan (*Reliability*) sebagai berikut: 1) Strategi SO bisa dilakukan dengan mengoptimalkan jadwal perawatan rutin produk dan fasilitas hotel dengan lebih teratur agar terjaminnya kualitas produk hotel dan Meningkatkan komunikasi kepada publik mengenai keandalan (*reliability*) produk dan fasilitas hotel dengan menampilkan testimony dari tamu yang puas tentang produk dan fasilitas hotel yang berkualitas. 2) Strategi WO bisa dilakukan dengan Mengidentifikasi potensi masalah yang bisa terjadi sebelum terdapat keluhan dari tamu dan rutin melakukan pengecekan terhadap keandalan produk dan fasilitas hotel bahkan jika tidak ada kerusakan yang terjadi, untuk menjaga kualitas hotel dan citra hotel tetap baik. 3) Strategi ST bisa dilakukan dengan menjamin kualitas keandalan produk dan fasilitas hotel kepada tamu dengan memastikan semua fasilitas selalu dalam kondisi yang baik, dan 4) Strategi WT bisa dilakukan dengan menyusun rencana perawatan produk dan fasilitas hotel yang lebih sistematis untuk mencegah kerusakan atau masalah pada produk hotel sebelum terdapat keluhan

2. Penampilan (*Performance*)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Penampilan (*Performance*) sebagai salah satu Strategi Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir, maka diketahui bahwa Hotel Pesona Alam Sangir melakukan Penampilan (*Performance*) produk dengan cara menyajikan *design interior* yang menjadi ciri khas hotel seperti ukiran kayu khas Minangkabau dan foto-foto pemandangan alam Solok Selatan, memiliki standar kualitas produk yang baik, fasilitas dan *amenities* kamar yang lengkap, menjaga kepuasan tamu dan meningkatkan minat kunjung tamu. Yang menjadi kelemahan pada Penampilan (*Performance*) produk di Hotel Pesona Alam Sangir adalah dekorasi dan *design interior* yang belum optimal terlihat dari masih ada bagian dinding *lobby* yang kosong tidak terdapat hiasan apapun, keterbatasan *design interior* pada area restoran dan aula.

Adapun peluang dalam indikator Penampilan (*Performance*) diantaranya dapat meningkatkan citra hotel melalui dekorasi yang menggambarkan ciri khas hotel. Menurut Wibowo & Palupiningtyas (2023), melalui pengalaman Penampilan (*Performance*) produk tersebut akan dapat meningkatkan kepuasan tamu selama menginap di hotel. Ancaman yang mungkin terjadi dari Penampilan (*Performance*) produk hotel adalah tantangan dalam pemeliharaan dekorasi dan biaya operasionalnya, serta persaingan dengan hotel lain yang memiliki ciri khas yang lebih unik (Yunus *et al.*, 2023).

Formulasi Strategi disajikan melalui penggunaan analisis SWOT berdasarkan pendapat Rangkuti (2015) yakni menggabungkan bermacam indikator yang memuat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas hasil formulasi strategi SWOT ini yang didapat oleh peneliti, mendapat Strategi Bauran Produk menggunakan Penampilan (*Performance*) sebagai berikut: 1) Strategi SO bisa dilakukan dengan meningkatkan *design* produk hotel yang terkait dengan kenyamanan tamu seperti pemilihan pencahayaan, pemilihan bahan furnitur yang nyaman dan menambahkan dekorasi yang menambah kenyamanan tamu dan meningkatkan *design interior* yang sudah ada untuk memperkuat citra dan ciri khas hotel termasuk pada area yang belum maksimal seperti dinding di *lobby*. 2) Strategi WO bisa dilakukan dengan merancang kembali tata ruang area umum agar lebih memaksimalkan penampilan produk hotel sehingga dapat memberikan pengalaman yang mengesankan bagi tamu dan menggunakan konsep *design* yang cocok dengan citra dan ciri khas hotel, agar produk hotel lebih menarik dan nyaman untuk tamu. 3) Strategi ST bisa dilakukan dengan memperkuat identitas hotel dengan menggunakan ornamen dekorasi khas yang dapat membedakan hotel Pesona Alam Sangir dengan hotel lainnya dan merancang perbaikan penampilan hotel dengan mempertimbangkan biaya pemeliharaan jangka panjang. Dapat dilakukan memilih material yang awet dengan tetap mencerminkan citra dan ciri khas hotel, dan 4) Strategi WT bisa dilakukan dengan Merancang *design* penampilan produk hotel yang mudah disesuaikan atau diperbaharui sehingga hotel dapat menekan biaya produksi dan pemeliharaan.

3. Nilai Seni Produk (*Aesthetic*)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) sebagai salah satu Strategi Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir, maka diketahui bahwa Hotel Pesona Alam Sangir melakukan Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) dengan cara mengatur penataan produk dan fasilitas dengan rapi dan teratur sehingga dapat meningkatkan kenyamanan tamu selama berada di Hotel Pesona Alam Sangir, hotel lebih fokus pada nilai fungsi produk dan fasilitas yang dapat meningkatkan kualitas hotel. Yang menjadi kelemahan pada Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) di Hotel Pesona Alam Sangir adalah *design interior* hotel yang kurang menonjol karena terbatasnya dekorasi, serta kurangnya unsur seni pada visual yang ditampilkan hotel.

Adapun peluang dalam indikator Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) diantaranya dapat meningkatkan nilai estetika hotel dengan menambahkan dekorasi seperti lukisan, meningkatkan minat tamu untuk kembali karena terpuaskan dengan *design interior* yang ditawarkan hotel, citra hotel meningkat karena ada nilai seni dari produk yang ditawarkan (*aesthetic*) (Hamdani, 2022). Yang menjadi ancaman apabila hotel menerapkan Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) adalah terbatasnya produk atau fasilitas hotel yang memiliki nilai estetika sehingga tidak dapat menggambarkan ciri khas hotel, terdapat kompetitor yang menawarkan *design interior* yang lebih unik dan menarik.

Formulasi Strategi disajikan melalui penggunaan analisis SWOT berdasarkan pendapat Rangkuti (2015) yakni menggabungkan bermacam indikator yang memuat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas hasil formulasi strategi SWOT ini yang didapat oleh peneliti, mendapat Strategi Bauran Produk menggunakan Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) sebagai berikut: 1) Strategi SO bisa dilakukan dengan menambahkan dekorasi seperti lukisan dan karya seni lainnya dari Solok Selatan sehingga dapat meningkatkan citra hotel dan memanfaatkan penataan fasilitas produk hotel yang rapi dan teratur untuk menambahkan nilai estetika seperti ornamen dekorasi untuk meningkatkan citra hotel. 2) Strategi WO bisa dilakukan dengan berkolaborasi dengan pelaku seni Solok Selatan untuk menciptakan aspek nilai seni pada produk hotel yang lebih unik dan mencerminkan kekayaan budaya alam Solok Selatan untuk meninggalkan kesan indah kepada tamu. Dan menambahkan dekorasi di berbagai area hotel terutama area umum guna meningkatkan daya tarik dan citra hotel. 3) Strategi ST bisa dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan produk hotel sehingga tidak hanya memiliki nilai fungsi yang baik namun juga menambahkan elemen estetika yang indah dapat membuat tamu memiliki kesan yang nyaman dan unik terhadap hotel. 4) Strategi WT bisa dilakukan dengan melakukan inovasi atau pembaharuan *design* produk secara berkala untuk menjaga tampilan visual produk hotel yang unik dan menarik, agar hotel tetap terlihat menarik dan berbeda dari kompetitor.

4. Kemampuan produk memberikan pelayanan (*Serviceability*)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*) sebagai salah satu Strategi Bauran Produk di Hotel Pesona Alam Sangir, maka diketahui bahwa Hotel Pesona Alam Sangir mempunyai Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*) dengan cara menyediakan produk dan fasilitas yang ditawarkan hotel dengan kualitas yang baik, merencanakan pemeliharaan fasilitas hotel yang dilakukan secara berkala. Yang menjadi kelemahan pada Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*) di Hotel Pesona Alam Sangir adalah perbaikan produk dan fasilitas yang hanya dilakukan apabila terdapat keluhan dari tamu, serta keterbatasan pemeliharaan produk dan fasilitas hotel pada area umum.

Adapun peluang dalam indikator Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*) diantaranya memperluas fokus pemeliharaan produk dan fasilitas hotel di area umum dan kamar, peningkatan kepuasan tamu melalui pelayanan yang lebih optimal (Dewi, 2023). Yang menjadi ancaman apabila hotel menerapkan Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*) adalah perawatan produk dan fasilitas hotel yang tidak merata, adanya keluhan tamu yang didapat melalui *review online*, keterbatasan dalam melakukan pemeliharaan produk dan fasilitas hotel menciptakan kesan yang buruk terhadap citra hotel.

Formulasi Strategi disajikan melalui penggunaan analisis SWOT berdasarkan pendapat Rangkuti (2015) yakni menggabungkan bermacam indikator yang memuat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman. Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas hasil formulasi strategi SWOT ini yang didapat oleh peneliti, mendapat Strategi Bauran Produk menggunakan Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*) sebagai berikut: 1) Strategi SO bisa dilakukan dengan meningkatkan sistem manajemen pemeliharaan produk hotel yang lebih efektif dan efisien untuk seluruh area hotel, termasuk area umum dan kamar dan menetapkan jadwal pemeliharaan produk hotel yang lebih terstruktur untuk fasilitas utama seperti AC di area umum yang sering digunakan tamu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu. 2) Strategi WO bisa dilakukan dengan melakukan pengecekan secara rutin terhadap produk hotel, sehingga dapat mengatasi kerusakan produk hotel dari dini dan tidak terdapat keluhan dari tamu dan meningkatkan kerjasama antar departemen hotel untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan terkait *serviceability* produk hotel agar dapat mengoptimalkan pelayanan kepada tamu. 3) Strategi ST bisa dilakukan dengan melakukan evaluasi secara berkala terhadap standar pemeliharaan produk dan kualitas pelayanan hotel, serta memperbaharui prosedur untuk memastikan bahwa setiap bagian hotel, baik area umum dan kamar dapat memenuhi ekspektasi tamu. 4) Strategi WT bisa dilakukan dengan Menyusun sistem manajemen keluhan dengan pemantauan yang lebih aktif terhadap *review online*, sehingga keluhan tamu dapat diatasi dengan cepat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil penelitian yaitu strategi bauran produk di Hotel Pesona Alam Sangir ditinjau dari indikator Keandalan (*Reliability*), Penampilan (*Performance*), Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) dan Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*). Strategi Keandalan (*Reliability*) memiliki kekuatan pada perawatan fasilitas hotel yang dilakukan secara berkala dalam satu tahun, hal ini berpeluang meningkatkan kepuasan tamu karena adanya perawatan pada keandalan produk dan fasilitas hotel. Strategi Penampilan (*Performance*) memiliki kekuatan pada *design interior* hotel yang menjadi ciri khas hotel seperti ukiran kayu dan foto-foto pemandangan alam Solok Selatan. Hal ini dapat meningkatkan citra hotel melalui dekorasi yang menggambarkan ciri khas hotel. Strategi Nilai Seni Produk (*Aesthetic*) memiliki kekuatan pada penataan produk dan fasilitas hotel yang rapi dan teratur, sehingga hal ini dapat meningkatkan minat tamu untuk kembali karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan hotel. Strategi Kemampuan Produk Memberikan Pelayanan (*Serviceability*) memiliki kekuatan pada produk dan fasilitas yang ditawarkan hotel dengan kualitas yang baik, hal ini dapat meningkatkan kepuasan tamu melalui pelayanan yang diberikan hotel secara optimal. Dari seluruh indikator strategi bauran produk, Hotel Pesona Alam Sangir Padang Aro, Kabupaten Solok, Sumatera Barat sudah

masuk dalam kategori baik dan perlu melakukan perbaikan sesuai masukan dan saran untuk memenuhi kepuasan para pengunjung.

DAFTAR REFERENSI

- Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh harga dan fasilitas terhadap keputusan menginap tamu di hotel best western premier the hive Jakarta. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 4(1), 19-28.
- Dewi, N. M. C. S. (2023). Analisis Akomodasi Gora-Guest House di Daerah Sindu-Cakra. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(3), 37-46.
- Fernos, J., & Putra, R. (2022). The EffectOf Work Stress And Job Satisfaction on Employee Performance at Sangir Solok Selatan Natural Enchantment Hotel. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2), 557-570.
- Hamdani, A. R. T. (2022). Pengaruh Produk dan Media Sosial Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Syariah di Bandung, Jawa Barat. *Journal of Research on Business and Tourism*, 2(2), 95-108.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada rumah sakit umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 14(01).
- Hartono, J.M. (Ed.). (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Penerbit Andi.
- Hidayah, N. (2021). *Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital: Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing*. Kreasi Cendekia Pustaka.
- Imanto, T., Edris, M., & Fariz, F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko ATK Hikmah. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 313-318.
- Novianti, T. A. (2020). Pengaruh celebrity endorser dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik pixy. *PRAGMATIS*, 1(1), 43-50.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Samalam, A. A., Rondunuwu, D. O., & Towoliu, R. D. (2016). Peranan Sektor Akomodasi Dalam Upaya Mempromosikan Objek Dan Daya Tarik Wisata. *Hospitality and Tourism*, 3(1).
- Sudiarta, I. M., Suharsono, N., Tripalupi, L. E., & Irwansyah, M. R. (2021). Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat. *Business and Accounting Education Journal*, 2(1), 22-31.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Wandansari, Y. P., & Angraita, A. W. (2020). Desain Interior Kusuma Agrowisata Hotel dengan Konsep Modern Biomorphic Green Architecture sebagai Sarana Agrowisata. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(2), F156-F161.
- Wibowo, T. S. M., & Palupiningtyas, D. (2023). Peningkatan Kinerja Roomboy. *BADAN PENERBIT STIEPARI PRESS*, 1-66.
- Yunus, M., Kesuma, T. M., Diah, M., Yusuf, F., Abubakar, A., Rizal, S., ... & Zikran, G. (2023). *Hospitality Hospital Management*. Syiah Kuala University Press.