

ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA HOTEL

AMARIS SETIABUDI BANDUNG

PROYEK AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam menempuh pada program Diploma IV
Program Studi Pengelolaan Perhotelan
Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun Oleh :

THEONDA SHIVDASSANI ANZHAR

Nomor Induk : 2021309062

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"

(Q.S Al-Insyirah : 6)

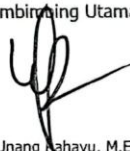
LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR /PROYEK AKHIR

ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA HOTEL AMARIS SETIABUDI BANDUNG

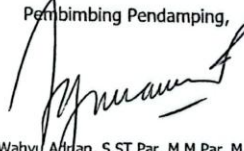
NAMA : THEONDA SHIVDASSANI ANZHAR
NIM : 2021309062
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : PENGELOLAAN PERHOTELAN

Pembimbing Utama,



Dr. Acep Unang Wahyu, M.Ed., CIQaR
NIP 196411221992031001

Pembimbing Pendamping,



I Gusti Agung Wahyu Adrian, S.ST.Par., M.M.Par., M.Sc., CHRM.P., CHE.
NIP 197806052009121002

Bandung, 13 Juni 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



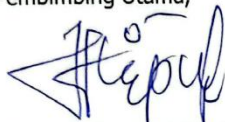
Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL TUGAS AKHIR
ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA HOTEL AMARIS SETIABUDI BANDUNG

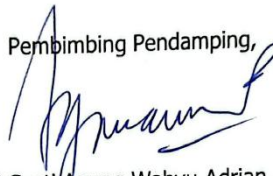
NAMA : Theonda Shividassani Anzhar
NIM : 2021309062
JURUSAN : Hospitaliti
PROGRAM STUDI : Pengelolaah Perhotelan

Pembimbing Utama,



Dr. Acep Unang Rahayu, M.Ed., CIQaR
NIP. 196411221992031001

Pembimbing Pendamping,



I Gusti Agung Wahyu Adrian,
S.ST.Par., M.M.Par., M.Sc., CHRM.P., CHE.
NIP. 197806052009121002

Penguji I,



Pudin Saepudin, S.ST.Par., MP.Par., CHE
NIP. 197705142009021002

Penguji II,



Dr. Brantas, M.Pd.
NIP. 196107161984031001

Bandung, 4 Agustus 2025

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatiff, M.M.Par., CEE.
NIP.19750415 200212 1 001

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Theonda Shivdassani Anzhar
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 27 September 2002
NIM : 2021309062
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proyek Akhir yang berjudul:
“ANALISIS SEGMENTASI PASAR PADA HOTEL AMARIS SETIABUDI BANDUNG”
ini merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 23 Juni 2025
Yang membuat pernyataan,



Theonda Shivgassani Anzhar

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk kedua orang tua saya tercinta, Ayah dan Bunda, yang tak terhingga
lelahnya memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang tiada batas. Terima kasih
atas setiap tetes keringat dan pengorbanan yang telah kalian berikan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan segmentasi pasar yang dilakukan oleh Hotel Amaris Setiabudi Bandung dalam menghadapi persaingan industri perhotelan yang dinamis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan General Manager dan Sales Executive, yang didukung oleh observasi dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hotel Amaris Setiabudi Bandung menerapkan proses segmentasi pasar yang bersifat pragmatis, tidak berdasarkan kerangka teoretis yang kaku, melainkan atas tiga pertimbangan utama: (1) keunggulan lokasi yang strategis, (2) kesesuaian produk dan harga untuk pasar kelas menengah, dan (3) analisis data historis tamu. Penelitian ini mengidentifikasi lima segmen utama (Korporat, Pemerintah, Agen Perjalanan, OTA, dan Wisatawan Individu/FIT) dengan profil dan kebutuhan yang berbeda secara signifikan. Selain itu, ditemukan adanya dinamika pergeseran segmen akibat faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah yang berdampak pada penurunan segmen Agen Perjalanan dan Pemerintah, serta tantangan utama berupa persaingan harga yang ketat dan fenomena overlap antar segmen di lapangan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemampuan hotel untuk memahami karakteristik setiap segmen dan beradaptasi secara pragmatis terhadap dinamika pasar menjadi kunci untuk menjaga keberlangsungan bisnis.

Kata Kunci: Segmentasi Pasar, Profil Segmen, Dinamika Pasar Perhotelan, Studi Kasus Kualitatif, Hotel Amaris Setiabudi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of market segmentation by Hotel Amaris Setiabudi Bandung in facing the dynamic hospitality industry competition. This research employs a qualitative approach with a case study method to gain an in-depth understanding of the phenomenon. Data were collected through in-depth interviews with the General Manager and Sales Executive, supported by observation and documentation. The findings indicate that Hotel Amaris Setiabudi Bandung implements a pragmatic market segmentation process, not based on a rigid theoretical framework, but on three main considerations: (1) strategic location advantage, (2) product and price suitability for the mid-range market, and (3) analysis of historical guest data. The study identifies five primary segments (Corporate, Government, Travel Agent, OTA, and Free Independent Traveler/FIT) with significantly different profiles and needs. Furthermore, significant dynamics were found, including a shift in segment composition due to external factors such as government policies that led to a decline in the Travel Agent and Government segments, as well as key challenges like intense price competition and the phenomenon of segment overlap in practice. This study concludes that the hotel's ability to understand the characteristics of each segment and pragmatically adapt to market dynamics is key to maintaining business sustainability.

Keywords : *Market Segmentation, Segment Profile, Hospitality Market Dynamics, Qualitative Case Study, Hotel Amaris Setiabudi.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kasih sayang, dan kekuatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan proyek akhir yang berjudul "*Analisis Segmentasi Pasar Pada Hotel Amaris Setiabudi Bandung*" dengan segenap upaya, doa, dan dedikasi.

Usulan proyek akhir ini merupakan salah satu tahapan penting dalam perjalanan akademik penulis, yang tidak hanya menuntut kemampuan analitis dan ketekunan, tetapi juga menjadi proses pembelajaran akan arti kerja keras, ketulusan, dan ketabahan. Usulan proyek akhir ini lahir dari rentetan pencarian, diskusi, koreksi, dan refleksi yang tidak selalu mudah—namun justru di sanalah letak maknanya.

Di balik setiap halaman yang tertulis, terdapat sosok-sosok luar biasa yang telah memberikan dukungan dalam berbagai bentuk. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, S.Sos., M.M.Par. CHE. selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama Politeknik Pariwisata NHI Bandung
3. Bapak Pudir Saepudin, S.ST.Par., M.P.Par., CHE. selaku Ketua Jurusan Hospitaliti
4. Ibu Ita Maemunah, S.ST.Par., MM.Par., CHE. selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
5. Bapak Dr. Acep Unang Rahayu, M.Ed., CIQaR selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu dalam memberikan saran, dukungan, serta motivasi dalam penyusunan dan penyelesaian Proyek Akhir ini

6. Bapak I Gusti Agung Wahyu Adrian S.ST.Par.,M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan saran dan dukungan serta arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun Proyek Akhir ini
7. Ibu Mayang Fitri Anggani, S.Par., MM.Par., selaku Dosen Marketing yang selalu memberikan dukungan, dan arahan serta saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun Proyek Akhir ini
8. Pak Meryo Handoko selaku General Manager Hotel Amaris Setiabudi Bandung yang telah banyak memberikan arahan, dukungan, serta saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun Proyek Akhir ini
9. Pak Alfitra Nugraha selaku Sales Executive Hotel Amaris Setiabudi Bandung yang telah bersedia menjadi informan pada penelitian ini
10. Kedua orang tua saya , yang tiada henti untuk terus memberikan doa serta dukungan moral, dan finansial selama mengerjakan Proyek Akhir ini
11. Irene, Dio, Sekar, Alivia, Victoria, Kristiana,Zifo dan Aisyah yang selalu menjadi sosok teman yang suportif selama penyusunan Proyek Akhir ini.
12. Seluruh teman-teman penulis di Program Studi Pengelolaan Perhotelan angkatan 2021 Politeknik Pariwisata NHI Bandung atas seluruh bantuan dan semangat selama penyusunan Proyek Akhir ini
13. Seluruh kerabat penulis yang telah mendukung dan membantu penulis dalam penyusunan Proyek Akhir.

Penulis menyadari dan meminta maaf bahwa dalam penyusunan Proyek Akhir masih memiliki kekurangan baik dari segi susunan dan bahasanya. Maka dari itu, penulis menerima kritik dan saran untuk menyempurnakan Proyek Akhir ini. Penulis berharap agar Proyek Akhir ini dapat bermanfaat untuk pribadi dan kepentingan umum bagi pembaca.

Bandung, 18 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Kajian Teori	11
B. Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Rancangan Penelitian	26
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	27
C. Pengumpulan Data	30
D. Analisi Data.....	32

E. Pengujian Keabsahan Data.....	34
F. Jadwal Penelitian.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian	40
B. Profil Umum Hotel Amaris Setiabudi Bandung	41
C. Informan Penelitian.....	43
D. Hasil Observasi	46
E. Hasil Wawancara	47
F. Reduksi Data	70
G. Pembahasan.....	74
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	82
A. Simpulan	82
B. Rekomendasi	84
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Kerangka Pemikiran.....	25
Rekomendasi Strategi Segmentasi Pasar Hotel.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bandung	3
Tingkat Hunian Kamar Hotel di Kota Bandung	4
Segementasi Pasar Utama Hotel Amaris.....	7
Room Nights Year-To-Date (YTD) 2023 vs 2025	8
Jadwal Penelitian.....	39
Profil Informan 1	45
Profil Informan 2	46
Hasil Wawancara Informan 1.....	47
Hasil Wawancara Informan 2.....	53
Reduksi Data	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
Lampiran 1 Pedoman Wawancara	94
Lampiran 2 Pernyataan Telah Melakukan Penelitian	97
Lampiran 3 Persetujuan Partisipan Wawancara.....	98
Lampiran 4 QR Code Rekaman Audio Wawancara Penelitian	100
Lampiran 5 Bimbingan Pada Siakad.....	100
Lampiran 6 QR Code Transkrip Wawancara.....	100
Lampiran 7 Riwayat Hidup.....	101
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	103
Lampiran 9 Ulasan Tamu Hotel Amaris Setiabudi Bandung.....	104
Lampiran 10	106

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, A. (2020). Understanding The 7Ps of The Marketing Mix. *Oxford College of Marketing*.
<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2020/10/08/understanding-the-7ps-of-the-marketing-mix/>
- Bandung, O. D. K. (2025). *Persentase Tingkat Hunian Hotel di Kota Bandung*. 21 March. <https://opendata.bandung.go.id/dataset/persentase-tingkat-hunian-hotel-di-kota-bandung-2>
- Daniele, R., Frew, A. J., Varini, K., & Magakian, A. (2009). Affiliate Marketing in Travel and Tourism. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2009*. https://doi.org/10.1007/978-3-211-93971-0_29
- Elliyana, E., Lidiana, -, Agustina, T. S., Sedyoningsih, Y., Kadir, H., Abdurrohman, -, Imanuddin, B., Elia Ardyana, E., Yuliani, -, Marlinah, L., Gazali, H. M., Rachman, F. D. S., & Bachtiar, N. K. (2022). Dasar-dasar Pemasaran. In Y. Umayana (Ed.), *Manajemen Pemasaran jasa, Jakarta: Salemba Empat*. Ahlilmedia Press.
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Y. Novita (Ed.), *Rake Sarasin* (Nomor March). PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.

- Hermawan, H.; Brahmento, H.; Hamzah, R. (2018). Pengantar Manajemen Hospitality. In H. Asmarani (Ed.), *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). PT. Nasya Expanding Manajemen.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, Philip; Bowen, John T; Makens, J. C. (2016). Marketing for Hospitality and Tourism. In *Hospitality and Tourism Marketing*.
<https://doi.org/10.4324/9781032688497-2>
- Morissan. (2019). *RISSET KUALITATIF* (B. Suraya; Farid, Hamid; Emilia (ed.); 1 ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Nicholls, J. A. F., & Roslow, S. (1989). Segmenting the Hotel Market. *Hospitality Review*, 7(1), 541–544.
- Ningrum, N. P., Maryatin, & Prihantono, J. (2023). Mekanisme Pasar Menurut Para Tokoh Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 4(1), 30–37.
<https://ejr.umku.ac.id/index.php/JEISA/article/view/1978>
- Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Sinthania, D., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Syahirul Alam, M. D., Lisya, M., & Ahyar, D. B. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In F. Sukmawati (Ed.), *Rake Sarasin* (Nomor March). Grup Penerbitan CV. Pradina Pustaka Grup. <https://doi.org/10.31237/osf.io/jhxiuw>
- Salmaa. (2023). *Purposive Sampling: Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contoh yang Baik dan Benar*. <https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>

Sastri, P. P. D. (2023). *Pemasaran Hospitaliti (Prinsip Dan Konsep Dasar)* (Nomor October).

Suwithi, N. W. (2013). Food and baverage service. *Industri Perhotelan*, 10–30.

UNWTO. (2021). *Glossary of Tourism Terms*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>

Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran pariwisata* (A. C. Aditya (ed.)). Penerbit Andi.

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=31JLDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA173&dq=pariwisata&ots=4uuC_phzS1&sig=_kY4myeyiKUPQkDQudz8Bda3Fqc&redir_esc=y#v=onepage&q=pariwisata&f=false

Wahyuningsih, N. U., Inanna, Nurdiana, Hasan, M., & Tahir, T. (2020). Buku Saku Ekonomi. *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(1), 68. <https://doi.org/10.30742/economie.v2i1.1156>