

## **INTISARI**

Penelitian ini membahas tentang strategi bauran produk di Manohara Center of Borobudur Study, lokasinya berada di Komplek Taman Wisata Candi Borobudur. Strategi tersebut merupakan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan di industri perhotelan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan data kualitatif. Teknik yang dipakai adalah observasi langsung ke objek penelitian, wawancara penulis dengan beberapa tamu serta karyawan, dan studi pustaka dengan menggunakan buku-buku penunjang dan bahan lainnya yang memiliki keterkaitan dengan tema penelitian. Data yang telah dikumpulkan kemudian dijelaskan dan digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada.

Hasil dari penelitian ini adalah pemaparan mengenai deskripsi, keunggulan, fasilitas, dan harga seluruh produk usaha hotel di Manohara Center of Borobudur Study. Hasil dari pemaparan tersebut, dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk masing-masing produk. Analisis tersebut mempermudah manajemen untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan produk yang berasal dari internal, serta peluang dan ancaman produk yang berasal dari eksternal. Hasil dari analisis tersebut adalah strategi bauran produk Manohara Center of Borobudur Study. Strategi bauran produk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas, dan keunggulan produk yang ada, untuk menghadapi persaingan di industri perhotelan.

**Kata kunci: bauran produk, strategi pemasaran, analisis SWOT**

## **ABSTRACT**

This study discusses product mix strategy in Manohara Center of Borobudur Study, located at Complex of Borobudur Temple. Product mix strategy is a marketing strategy that can be used to facing competition in hospitality industry.

The method used in this study is a descriptive method with qualitative data. The technique that used is observation directly to the research object, interview writer with some guests and employees, and literature research that have been closely intertwined with the theme of study. The data has been collected and then explained and used to answer the problems.

The result of this study is revealing the description, benefits, facilities, and the price of all hotel's products at Manohara Center of Borobudur Study. The result of that explanation, analyzed using SWOT analysis for each product. The analysis, facilitate of the management to know strengths and weaknesses of the product derived from internal, also opportunity and threat of the product derived from external. The result from the analysis is product mix strategy of Manohara Center of Borobudur Study. Product mix strategy can improve the quality of service, facilities, and benefits all of products, to facing competition in hospitality industry.

**Keywords: product mix, marketing strategy, SWOT analysis**