

Analisis Daya Saing Pada Hotel 88 di Kota Jakarta

Nurbaeti[✉]

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui daya saing Hotel 88 di Jakarta dengan hotel lain. Jenis penelitian dengan kualitatif menggunakan analisis SWOT yang terlebih dahulu observasi dan wawancara dengan pengelola hotel yaitu manajer, karyawan dan pengunjung hotel. Hasil penelitian menunjukkan Strategi Pengembangan Pada Hotel 88 di Jakarta dilaksanakan dengan program strategi SO, yaitu: (1) Melakukan promosi yang mengenalkan citra hotel sebagai hotel dengan nuansa elegan dan modern; (2) Merekrut satu karyawan yang khusus menangani promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan berbagai website pariwisata nasional dan internasional; (3) Membangun website hotel yang berintegrasi dengan media sosial; (4) Melakukan kerjasama dengan perusahaan BUMN dan swasta dengan pemberian diskon khusus ruangan rapat; (5) Mendesain ulang desain interior hotel agar terlihat cerah dan menarik.

Kata Kunci : Perhotelan, Analisis SWOT

Copyright (c) 2022 Nurbaeti

✉Corresponding author :

Email Address : nurbaeti@stptrisakti.ac.id

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia sangat beragam dan banyak sekali seperti wisata budaya, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata rekreasi, dan lain-lain (Nurbaeti et al, 2022). Termasuk wisata yang ada di Kota Jakarta sebagai ibukota negara Indonesia sangat banyak pengunjung yang berdatangan ke Jakarta, sehingga banyak jasa penginapan dibutuhkan oleh pengunjung, salah satunya industri perhotelan yang memiliki tingkat persaingan yang sangat ketat (Wicaksono & Leonandri, 2019; Amrullah et al, 2022). Manajemen hotel harus dapat memberikan citra positif dan pelayanan yang baik untuk tamunya (Syahputra et al, 2015). Manajemen hotel harus mengerti kebutuhan para tamunya untuk menghasilkan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Karena itu diperlukan pemasaran yang baik yang dapat meningkatkan penjualan dan akhirnya profitabilitas perusahaan hotel dapat tercapai (Suryadharma & Nurcahya, 2015).

Perusahaan hotel dapat mewujudkan tujuannya dengan melakukan strategi bersaing yang sehat dan baik untuk memperoleh peluang yang ada di industri perhotelan, maka perusahaan yang memiliki posisi yang baik di pasar dapat dijaga dan dinaikkan (Sukawati & Jatra, 2015). Strategi daya saing adalah serangkaian sasaran dan tujuan, aturan dan kebijakan memberi arah kepada perusahaan untuk menghadapi keadaan persaingan dan lingkungan yang berubah sesuai dengan perkembangan zaman (Fernanda et al, 2021). Sehingga, menentukan strategi daya saing harus dilaksanakan berdasarkan keunggulan, kelemahan perusahaan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Penilaian daya saing tersebut menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) (Hidayat et al, 2021).

Salah satu hotel bintang tiga yang berada di kota Jakarta yaitu Hotel 88. Hotel 88 merupakan brand hotel yang pertama kali didirikan oleh Waringin Hospitality

Hotel Group pada tahun 2010. Memiliki 3 (tiga) tipe kamar yaitu superior room, deluxe room, bahkan ada suite room. Dengan ukuran ruangan mulai dari 18 M2 hingga 28 M2. Didesain dengan kenyamanan yang dapat dinikmati untuk membuat istirahat pengunjung lebih baik saat berada di kamar kami. Hotel 88 memiliki fasilitas standar seperti restoran, meeting room, bahkan ada ballroom dengan kapasitas 100 pax hingga 500 pax, kemudian ada green area untuk smoking area, free wifi, lift, hot shower, deposit box, laundry, menu layanan kamar, juga tempat parkir.

Hotel 88 perlu melakukan strategi bersaing dengan menggunakan metode SWOT, yaitu suatu strategi yang dilakukan oleh hotel untuk mengetahui sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dilakukan untuk meningkatkan pangsa pasar. Hal ini perlu dilakukan mengingat bahwa persaingan dengan perusahaan pesaing yang bergerak di bidang usaha yang sama sangat ketat, sehingga dipilih strategi pemasaran yang dapat meningkatkan pangsa pasarnya.

Berdasarkan dari tinjauan latar belakang masalah dan pentingnya strategi pemasaran dalam suatu perusahaan maka penulis memilih judul "Analisis Daya Saing Pada Hotel 88 di Kota Jakarta". Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi rendahnya daya saing Hotel 88 di Jakarta; (2) Menyusun strategi yang efektif agar dapat meningkatkan daya saing Hotel 88 di Jakarta.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode analisis SWOT. Penelitian SWOT dapat juga dilakukan untuk strategi daya saing Hotel 88 di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan observasi dan wawancara dengan pengelola hotel yaitu manajer, karyawan dan pengunjung Hotel 88. Analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh dalam melakukan analisis strategi, kemampuan tersebut terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan peranan factor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam tubuh perusahaan dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi (Rangkuti, 2014; Istiqomah & Andriyanto, 2017; Mayang & Ratnawati, 2020).

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun dengan merumuskan kekuatan dan kelemahan yang dapat meningkatkan daya saing Hotel 88 di Jakarta.

Tabel 1. IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Score
1	Lokasi hotel yang strategis	0,09	4	0,36
2	Tarif hotel yang bersaing dengan hotel yang lain	0,09	4	0,36
3	Rekrutmen dan pengemangan SDM yang bak	0,07	4	0,28
4	Tarif hotel yang bersaing dengan hotel yang lain	0,07	4	0,28
5	Memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai	0,09	4	0,36
6	Melakukan kerja sama dengan E-Commerce	0,09	4	0,36
Total Score		0,50		2,00
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Score
1	Belum menawarkan promo yang berbeda setiap bulannya	0,12	2	0,24
2	Parkir kendaraan yang kurang luas	0,11	3	0,33
3	Promosi yang belum efektif dan berkesinambungan	0,15	3	0,45
4	Desain interior hotel yang tidak cerah sehingga terlihat kusam	0,12	3	0,36
Total Score		0,50		1,38

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Score
	Sub Total	1,00		0,62

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Tabel 2. EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

No	Peluang	Bobot	Rating	Score
1	Memiliki Pelanggan tetap	0,12	3	0,36
2	Banyaknya tempat wisata di Jakarta	0,12	3	0,36
3	Banyaknya pusat bisnis dan pusat perbelanjaan di Jakarta	0,10	3	0,30
4	Pertumbuhan ekonomi di Indonesia memberi dampak pada meningkatnya daya beli dan selera konsumen	0,08	3	0,24
5	Politik di Indonesia yang stabil membuat persaingan antara perusahaan hotel sangat ketat	0,08	4	0,32
	Total Score	0,50		1,58
No	Ancaman	Bobot	Rating	Score
1	Terdapat banyak hotel sejenis di Jakarta	0,10	2	0,20
2	Banyaknya pendatang baru yang masuk ke industri penginapan bertarif murah seperti RedDoorz, asrama, kost-kostan dan kontrakan	0,10	4	0,40
3	Persaingan harga antar hotel	0,10	3	0,30
4	Lokasi Hotl 88 yang berdekatan dengan hotel lainnya	0,09	3	0,27
5	Perkembangan teknologi yang pesat.	0,11	3	0,33
	Total Score	0,50		1,50
	Sub Total	1,00		0,08

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Matriks Swot

Diagram SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun daya saing Hotel 88 di Jakarta . Diagram SWOT terdiri dari 4 kuadran yaitu Kuadran I, II, III, dan IV.

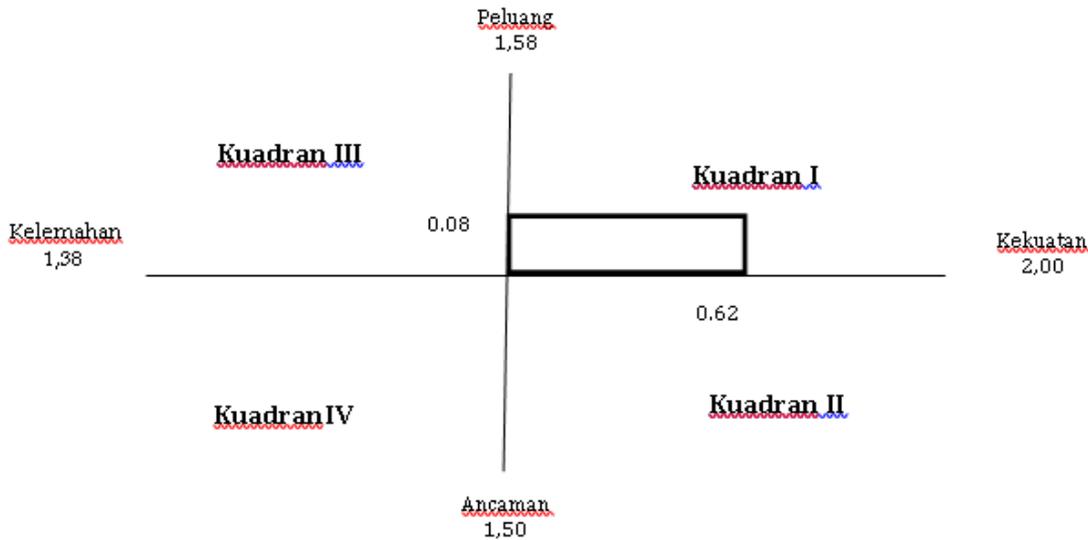
Tabel 3. Matriks SWOT

IFAS \ EFAS	Kekuatan	Kelemahan
Peluang	Strategi SO $2,00 + 1,58 = 3,58$ (I)	Strategi WO $1,38 + 1,58 = 2,96$ (III)
Ancaman	Strategi ST $2,00 + 1,50 = 3,50$ (II)	Strategi WT $1,38 + 1,50 = 2,88$ (IV)

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Hasil di atas menunjukkan bahwa strategi utama yang dihasilkan adalah adalah strategi SO dengan nilai tertinggi 3,58 pada kuadran I yang memiliki arti bahwa Hotel 88 memiliki situasi yang sangat menguntungkan yang memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Diagram Swot



Gambar 1. Diagram SWOT

Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci kekuatan 2,00, sedangkan kelemahan 1,38, kemudian peluang 1,58. Selanjutnya ancaman 1,50, maka selisih total skor kekuatan dan kelemahan adalah 0,62 dan selisih total skor peluang dan ancaman adalah 0,08. Dari gambar diagram analisis SWOT di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa Hotel 88 harus memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga jelas Hotel 88 harus memilih dan menggunakan strategi agresif atau berkembang dimana mencakup kondisi kekuatan dan peluang berada pada posisi yang baik (strategi SO) karena Hotel 88 memiliki jasa penginapan yang dapat maju yang potensial untuk dikembangkan strategi usahanya.

Strategi SO (*Strenght Opportunities*)

Analisis SWOT untuk strategi daya saing Hotel 88 dengan strategi SO (*strenght opportunities*) adalah sebagai berikut:

1. Melakukan promosi yang mengenalkan citra hotel sebagai hotel dengan nuansa elegan dan modern
2. Merekrut satu karyawan yang khusus menangani promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan berbagai website pariwisata nasional dan internasional.
3. Membangun website hotel yang berintegrasi dengan media sosial
4. Melakukan kerjasama dengan perusahaan BUMN dan swasta dengan pemberian diskon khusus ruangan rapat
5. Mendesain ulang desain interior hotel agar terlihat cerah dan menarik

SIMPULAN

Dari hasil analisa diatas menyebutkan bahwa Hotel 88 dalam strategi bersaing seharusnya menggunakan strategi berkembang, artinya kekuatan (*strenght*) lebih besar dari pada peluang (O) artinya pilihan strateginya adalah pertumbuhan cepat dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Hotel 88 tersebut. Hasil perhitungan pada perbandingan antara kekuatan dan kelemahan pada tabel IFAS dan EFAS, perhitungan IFAS menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar dari kelemahan. Sementara perhitungan

EFAS menunjukkan peluang lebih besar dari ancaman. Dari analisa yang sudah dilakukan, Hotel 88 harus memilih dan menggunakan strategi agresif atau berkembang, dimana mencakup kondisi kekuatan dan peluang berada pada posisi yang baik yaitu Strategi SO.

Strategi Pengembangan Pada Hotel 88 di Jakarta dilaksanakan dengan program strategi SO, yaitu: (1) Melakukan promosi yang mengenalkan citra hotel sebagai hotel dengan nuansa elegan dan modern; (2) Merekrut satu karyawan yang khusus menangani promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan berbagai website pariwisata nasional dan internasional; (3) Membangun website hotel yang berintegrasi dengan media sosial; (4) Melakukan kerjasama dengan perusahaan BUMN dan swasta dengan pemberian diskon khusus ruangan rapat; (5) Mendesain ulang desain interior hotel agar terlihat cerah dan menarik.

Referensi :

- Amrullah., Nurbaeti., Ratnaningtyas, H., Manumpak, D., Singh, M. R., & Budi, J. (2022). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap City Identity dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Jakarta, Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2): 325-336
- Fernanda, A. E., Yuliani, K., & Utomo, B. (2021). Analisis Sistem Pengendalian Manajemen Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Kinerja*, 18(3): 342-348.
- Hidayat, C., Sembiring, B., Salsabila, F., & Kardianto. (2021). Pengembangan Red Planet Hotel Pasar Baru Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 3(2): 66-71.
- Istiqomah., & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Bisnis*, 5(2): 363-382.
- Mayang, A., & Ratnanwati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *JIM: Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2): 58-70.
- Nurbaeti., Rahmanita, M., Amrullah., Ratnaningtyas, H. & Nurmalingda, E. (2022). Pengaruh Komponen 4A terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Telaga Biru Cisoka, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. *Kawistara: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 12(3): 354-367.
- Suryadharma, I. W. W., & Nurcahya, I. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Hotel Bintang Pesona di Denpasar Timur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(4): 930-942.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sukawati, C. G. M. P., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Upaya Membangun Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan Pada Hotel The Royal Pitamaha Ubud. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(10): 3012-3044.
- Syahputra, R., Matondang, A. R., & Suwito. (2015). Strategi meningkatkan daya saing Hotel Sulthan Banda Aceh melalui pendekatan analisis SWOT. *Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis*, 15(2): 172-190.
- Wicaksono, H., & Leonandri, D. (2019). Strategi Keunggulan Bersaing Hotel Budget di Area Kemang - Jakarta Selatan. *Jurnal IKRA_ITH Humaniora*, 3(3): 47-61.