

# Strategi Sentul 8 Hotel Menggunakan SWOT Analisis

Nur Hadi Wijaya<sup>1</sup>, Irpan Alwi Anwari<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB Kampus Dramaga Bogor 16680

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Tarbiyah, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

## ABSTRAK

**Objektif:** Sentul 8 hotel adalah bisnis yang berorientasi pada jasa penyewaan kamar. Oleh karena itu, untuk mengidentifikasi lingkungan bisnis internal dan eksternal sehingga bisnis mampu bertahan di tengah kompetisi dan meningkatkan kemampuan usaha sesuai dengan visi dan misi yang ada. Ada tiga responden yang dipilih untuk proses pengambilan keputusan. Alat-alat analisis yang digunakan adalah IFE Matriks, EFE Matrix, IE Matrix, dan SWOT Matrix. IFE dan EFE Matrix menunjukkan bahwa bisnis memiliki kondisi internal rata-rata dan itu adalah posisi yang baik untuk menanggapi lingkungan eksternal.

**Metodologi:** Metode pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan mengetahui lingkungan perusahaan dari segi kekuatan dan kelemahan yang perusahaan miliki, serta peluang dan ancaman yang perusahaan hadapi. Sedangkan analisis kuantitatif ada matrik IFE, matrik EFE, matrik SWOT.

**Hasil:** Berdasarkan hasil analisis matriks EFE dan IFE, hotel Sentul 8 berada pada kuadran V (2.938 : 2.844 ) yaitu hold and maintain. Dengan demikian jenis strategi yang tepat untuk dilaksanakan adalah strategi intensif (penetrasi pasar dan pengembangan pasar).

**Implikasi Praktis:** -

**Jenis Naskah:** Makalah Penelitian

**Kata Kunci:** Sentul 8 Hotel, Matriks SWOT, Strategi Bisnis.

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri pariwisata dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian nasional. Jawa Barat merupakan salah satu daerah di Indonesia yang kondisi alamnya potensial untuk dijadikan sebagai obyek pariwisata (Maryani 2004). Potensi alam dimiliki oleh Jawa Barat seharusnya dapat dimanfaatkan dan dikelola dengan baik, agar dapat mendorong perkembangan pariwisata di Jawa Barat termasuk salah satu daerah di Jawa Barat dengan potensi alam dan sumber daya yang baik adalah Kabupaten Bogor. Pemerintah Kabupaten Bogor terus berupaya mengembangkan perekonomian masyarakat melalui sektor jasa, agar pemanfaatan sumberdaya yang ada menjadi lebih optimal.

Sentul 8 Hotel memiliki lokasi pasar strategis karena lokasinya berdekatan wisata lainnya seperti dengan area sirkuit sentul, lapangan golf, dan lain sebagainya. Selain itu pula sentul 8 terletak dikawasan industry Sentul dan juga dekat dengan kota yang tingkat kependudukannya cukup padat, seperti Jakarta, Bekasi, tangerang, Depok, dan kota-kota lainnya sehingga mudah dijangkau oleh para wisatawan. Rata-rata jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kabupaten Bogor setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Potensi dan pengembangan usaha sector pariwisata berbasis hunian (hotel) yang nyaman dan asri memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan. Namun di sisi lain, perkembangan pariwisata perhotelan di Kabupaten Bogor khususnya di Sentul sudah semakin banyak. Adanya persaingan tersebut memberikan dampak positif dan negatif bagi suatu perusahaan. Dampak positif yang secara tidak langsung dirasakan oleh perusahaan salah satunya adalah perusahaan akan terus berfikir bagaimana cara agar usaha pariwisatanya tetap dipilih dan diminati oleh pengunjung, serta terus berupaya mengembangkan usaha dan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaannya. Kemudian dampak negative yang dirasakan dan berpengaruh bagi Sentul 8 Hotel adalah adanya persaingan dalam menarik jumlah kunjungan. Jumlah tingkat hunian yang dirasakan Sentul 8 ditahun 2019 ini terus menurun terhitung bulan maret 2019 tingkat hunian dari 200 % menjadi 140 %, kelemahan yang perusahaan miliki lainnya juga sebaiknya segera diperbaiki agar unggul dari para pesaing.

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Menganalisis faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi aktivitas Sentul 8 hotel.
2. Menganalisis faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan sentul 8 hotel dalam mencapai tujuan usahanya.
3. Menyusun dan merekomendasikan alternatif strategi usaha yang tepat dan dapat diterapkan di Sentul 8 hotel.

Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah perumusan strategi pengembangan Sentul 8 hotel. Penelitian ini hanya sampai kepada tahap formulasi dari manajemen strategis. Untuk tahap implementasi dan evaluasi strategi merupakan wewenang perusahaan. Penelitian ini juga hanya menganalisis data berdasarkan perspektif responden dari internal Sentul 8 Hotel sebagai pengambil keputusan, sedangkan perspektif responden di luar perusahaan tidak dilibatkan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode pengolahan dan analisis data terdiri dari analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan mengetahui lingkungan perusahaan dari segi kekuatan dan kelemahan yang perusahaan miliki, serta peluang dan ancaman yang perusahaan hadapi. Sedangkan analisis kuantitatif ada matrik IFE, matrik EFE, matrik SWOT.

Penyusunan suatu strategi dilakukan melalui tiga tahap kerja yaitu tahap input, tahap pencocokkan, dan tahap keputusan. Tahap pertama adalah tahap input dimana dalam penelitian ini menggunakan matrik IFE dan EFE. Proses selanjutnya adalah tahap pencocokkan. Tahap pencocokkan berfokus pada pembuatan alternatif strategi yang tepat dengan mencocokkan faktor eksternal dan internal (David 2010). Alat analisis yang digunakan pada tahap pencocokkan adalah matrik SWOT. Matrik SWOT digunakan untuk mendapatkan alternative strategi berdasarkan kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

Matriks IFE dan matriks EFE

Data yang diperoleh dari tiap tahap input dianalisis secara deskriptif untuk mendefinisikan misi dan tujuan perusahaan, data eksternal-internal, serta kondisi umum perusahaan yang mempresentasikan kedudukan perusahaan dalam industri. Data yang ada kemudian diklasifikasikan secara kuantitatif menurut analisis lingkungan eksternal untuk mengetahui peluang dan ancaman yang datang dari kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan. Daftar peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan yang ada dievaluasi dan dibuat dalam bentuk matriks external factor evaluation (EFE) dan internal factor evaluation (IFE).

Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi perusahaan dengan memadukan dan menyesuaikan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi WT, dan strategi ST.

Langkah-langkah untuk menyusun matriks SWOT menurut David (2009), adalah :

1. Tuliskan kekuatan internal perusahaan yang menentukan.
2. Tuliskan kelemahan internal perusahaan yang menentukan.
3. Tuliskan peluang eksternal perusahaan yang menentukan.
4. Tuliskan ancaman eksternal perusahaan yang menentukan.
5. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi SO.
6. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dengan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WO.
7. Mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dengan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi ST.
8. Mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dengan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WT.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi faktor eksternal

Identifikasi faktor eksternal (peluang dan tantangan) diperoleh dengan cara mengisi kuesioner kepada pihak General Manager, Manager Keuangan dan Manager Operasional. Selain itu penentuan faktor yang menjadi peluang dan tantangan juga diperoleh dengan cara membandingkan faktor yang ada dengan kemungkinan terjadinya apakah lebih besar untuk menjadi peluang atau kemungkinan terjadinya lebih besar sebagai tantangan. Sehingga identifikasi faktor eksternal dan internal merupakan persepsi dari pihak Hotel Sentul 8. Hasil perbandingan peluang dan tantangan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Matrik Faktor Eksternal Sentul 8

No	Faktor Eksternal	Skor
	<b>Peluang</b>	
1	Lokasi yang strategis	0.208
2	Melaksanakan program road show promosi kepada Pengusaha baru	0.191
3	Peningkatan penggunaan teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media)	0.182
4	Terletak di kawasan industry/ wisata dan Objek wisata sekitar Sentul meningkat	0.179
5	Adanya Sertifikasi SDM pariwisata oleh Pemda	0.175
6	Belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (OTA)	0.102
7	Adanya pembangunan moda transportasi LRT	0.098
	<b>Tantangan</b>	
1	Gangguan keamanan dan paparazi terhadap tamu-tamu hotel	0.261
2	Biaya produksi meningkat	0.246
3	Pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan Adanya inflasi perekonomian nasional	0.242
4	Citra hotel yang kurang positif	0.238
5	Bertambahnya hotel dikawasan sentul	0.212
6	Rawan kemacetan menuju lokasi hotel	0.174
7	Perlu kelengkapan fasilitas hotel dibanding competitor	0.160
8	Adanya pesta demokrasi (pileg, pilpres)	0.146
9	Budaya handling complain tamu kurang	0.126
	Total	2.938

### Identifikasi Peluang Hotel Sentul 8

#### 1. Lokasi yang strategis

Hotel sentul 8 berlokasi di Jalan Surya Raya, kav Commercial area 1, Sentul, Kabupaten Bogor. Selain terletak pada jalan yang sering dilalui, hotel Sentul 8 juga bertempat di tepi jalan tol 5 menit dari pintu masuk dan keluar serta berdekatan dengan area wisata lainnya yakni sirkuit sentul, lapangan golf, dan lain sebagainya sehingga cukup mudah bagi pelanggan untuk menemukannya serta mudah bagi para pelanggan untuk mengakses. Hal tersebut tentunya menjadi peluang bagi perusahaan, karena lokasi perusahaan yang mudah ditemukan.

#### 2. Melaksanakan program road show promosi kepada Pengusaha baru

Program road show promosi kepada pengusaha baru merupakan salahsatu faktor penting bagi hotel Sentul 8 ini, karena dengan melaksanakan promosi dapat mengenalkan hotel sentul 8.

#### 3. Peningkatan penggunaan teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media)

Penggunaan teknologi/aplikasi merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan ini, salah satunya teknologi komunikasi/aplikasi. Karena dengan menggunakan teknologi komunikasi/aplikasi perusahaan dapat mempersingkat waktu transaksi jual-beli antara perusahaan dengan pelanggan ataupun dengan pemasok. Kemajuan teknologi juga memberikan dampak positif pada perusahaan dalam kegiatan proses produksi perusahaan, sehingga dapat menjadi lebih efektif dan efisien. Karena teknologi turut serta dan berperan penting dalam menekan biaya produksi yang dapat mempengaruhi keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan.

4. Terletak di kawasan industry/ wisata dan Objek wisata sekitar Sentul meningkat  
Keberadaan hotel sentul 8 di wilayah industry dan objek wisata merupakan peluang penting untuk keberlangsungan perusahaan, karena disisi lain pertumbuhan wisata di sentul terus meningkat, yang setiap tahun wisatawan mancanegara maupun domestic terus meningkat. Hal ini menjadi peluang untuk menjual/memasarkan hotel sentul 8 kepada wisatawan.
5. Adanya Sertifikasi SDM pariwisata oleh Pemda  
Adanya sertifikasi SDM Oleh Pemda, tentunya menjadi peluang untuk Hotel sentul 8. Hal tersebut dapat meningkatkan kualifikasi serta kompetensi petugas. Sebagai contoh, jika pelanggan memesan kamar maka setelah kamar tersebut sudah selesai digunakan dan pelanggan kembali lagi untuk memesan kamar. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan serta produk yang diberikan oleh perusahaan tersebut, sehingga pelanggan berkunjung kembali lagi untuk memesan kamar lainnya pada lain waktu.
6. Belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (OTA)  
Adanya online travel agent (OTA) tentunya menjadi peluang untuk meningkatkan pemasaran sekaligus promosi serta mempermudah orang dalam mencari hotel yang sesuai dengan keinginan para konsumen, perlu adanya kerjasama antara pihak hotel sentul 8 dengan penyedia online travel agent.
7. Adanya pembangunan moda transportasi LRT  
Selain kemudahan diakses oleh kendaraan pribadi, tentunya penting juga kemudahan untuk diakses oleh kendaraan umum, dengan adanya moda transportasi LRT ini menjadi faktor penting dalam usaha perhotelan.

### **Identifikasi Tantangan Hotel Sentul 8**

1. Gangguan keamanan dan paparazi terhadap tamu-tamu hotel  
Gangguan keamanan merupakan faktor penting yang menjadi tantangan hotel sentul 8, perlu adanya kewaspadaan serta sistem untuk mengatasi hal tersebut. Karena dapat mengakibatkan pelanggan akan merasa ketakutan serta kemungkinan kembali lagi sangat kecil, dikarenakan trauma atau ketakutan yang terjadi.
2. Biaya produksi meningkat  
Meningkatnya biaya produksi, menyebabkan semakin meningkatnya biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sehingga harga jual yang ditawarkan oleh perusahaan juga akan semakin tinggi. Hal tersebut tentunya tidak diinginkan oleh perusahaan, karena akan mengurangi target pasar yang mereka tuju menjadi semakin kecil yakni hanya segmen atas saja. Hal tersebut sudah dirasakan oleh perusahaan, setiap tahunnya harga jual produk perusahaan ini meningkat terus.
3. Pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan Adanya inflasi perekonomian nasional
4. Citra hotel yang kurang positif  
Menjaga citra yang kurang positif merupakan faktor tantangan yang dapat mengakibatkan berkurangnya pelanggan kembali ke hotel sentul 8, oleh karena itu perlu adanya strategi yang dapat mengembalikan kembali nama baik hotel.
5. Bertambahnya hotel dikawasan sentul  
Pesaing-pesaing yang bermunculan, baik pesaing kecil ataupun pesaing besar pada umumnya berani memberikan harga yang lebih rendah. Hal tersebut tentunya sangat menarik perhatian pelanggan untuk produk yang ditawarkan. Usaha-usaha kecil milik pribadi biasanya lebih berani memberikan harga yang rendah, hal ini dikarenakan biaya operasional mereka yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan. Hal tersebut tentunya menjadi tantangan bagi perusahaan jika perusahaan tidak mempunyai strategi yang tepat untuk mengatasi hal tersebut.
6. Rawan kemacetan menuju lokasi hotel

Kemacetan merupakan faktor tantangan untuk semua perusahaan, termasuk hotel sentul 8, karena kemacetan merupakan salahsatu faktor yang menjadi tantangan hotel sentul 8. Diperlukan antisipasi untuk menangani tantangan kemacetan ini.

7. Perlu kelengkapan fasilitas hotel dibanding competitor  
Banyaknya pesaing dengan menawarkan fasilitas hotel yang lengkap, hal ini juga dapat menarik perhatian pelanggan, oleh sebab itu perlu adanya strategi atau peningkatan terhadap kelengkapan fasilitas hotel.
8. Adanya pesta demokrasi (pileg, pilpres)  
Seiring dengan adanya pesta demokrasi, seperti pilpres, pileg, dan lain-lain, hal ini menjadi tantangan karena orang akan banyak untuk melakukan sosialisasi ke penduduk, dan tentunya dengan biaya yang cukup besar, hal ini berimbas pada berkurangnya pada pemesanan hotel.
9. Budaya handling complain tamu kurang  
Pada umumnya budaya complain selalu terjadi di semua perusahaan, termasuk sentul 8, perlu strategi khusus untuk menangani complain tersebut, agar terhindar dari citra negative terhadap perusahaan, ketika complain tertangani dengan baik maka akan baik pula citra hotel, begitupun sebaliknya.

### Identifikasi Faktor Internal Hotel Sentul 8

Identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) diperoleh dengan cara mengisi kuesinoer kepada pihak General Manager, Manager Keuangan, Manager Operasional. Selain itu penentuan faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan juga diperoleh dengan cara membandingkan faktor yang ada dengan perusahaan pesaing. Perusahaan pesaing yang dianggap menjadi kompetitor adalah Renotel, Lor-in, Harris Hotel, M-One, dan home stay. Hasil perbandingan faktor internal dengan perusahaan pesaing dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 2. Matriks Faktor Internal Sentul 8

No	Faktor Internal	Skor
	<b>Kekuatan</b>	
1	Penyamaan persepsi antar Manajemen dan staff terkait visi dan misi	0.245
2	Maintenance peralatan dan fasilitas hotel	0.208
3	Tingkat keamanan (Privasi Tamu) Perlu Penyediaan fasilitas self check in	0.208
4	Mendapatkan sertifikasi hotel bintang 2	0.181
5	Gencarnya promosi layanan baru via Pemanfaatan sistem IT (media social)	0.173
6	Lahan parkir hotel luas	0.159
7	Pemanfaatan CCTV untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan	0.158
	<b>Kelemahan</b>	
1	Penurunan Pendapatan hotel karena Ketidakdatangan tamu walaupun sudah pesan dan Pemanfaatan voucher diskon rendah	0.212
2	Kompetensi SDM yang kreatif dan inovatif	0.193
3	Rentan penyalahgunaan kamar oleh tamu dan Perlu peningkatan kepedulian tenaga security	0.190
4	Kurangnya efektivitas peningkatan promosi dalam loyalitas pelanggan	0.164

5	Peralatan elektronik mengalami kerusakan karena petir	0.162
6	Adanya bunga pinjaman permodalan meningkat	0.125
7	Akses ke lokasi rawan macet	0.136
8	Belum ada database pelanggan sentul 8	0.116
9	Adanya intervensi kepada Manajemen	0.109
10	Turn over pegawai keuangan dan karyawan tidak masuk karena sakit	0.107
	Total	2.844

### Identifikasi Kekuatan Hotel Sentul 8

1. Penyamaan persepsi antar Manajemen dan staff terkait visi dan misi
2. Maintenance peralatan dan fasilitas hotel  
Perbaikan peralatan dan fasilitas hotel merupakan salahsatu faktor pendukung dalam perusahaan, dengan adanya peralatan dan fasilitas yang terjaga kualitasnya, tentunya memberikan dampak terhadap minat dan menarik perhatian pelanggan.
3. Tingkat keamanan (Privasi Tamu) Perlu Penyediaan fasilitas self check in  
Kemanan (privasi tamu)
4. Mendapatkan sertifikasi hotel bintang 2
5. Gencarnya promosi layanan baru via Pemanfaatan sistem IT (media social)
6. Lahan parkir hotel luas
7. Pemanfaatan CCTV untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan

### Identifikasi Kelemahan Hotel Sentul 8

1. Penurunan Pendapatan hotel karena Ketidakdatangan tamu walaupun sudah pesan dan Pemanfaatan voucher diskon rendah
2. Kompetensi SDM yang kreatif dan inovatif
3. Rentan penyalahgunaan kamar oleh tamu dan Perlu peningkatan kepedulian tenaga security
4. Kurangnya efektivitas peningkatan promosi dalam loyalitas pelanggan
5. Peralatan elektronik mengalami kerusakan karena petir  
Peralatan elektronik merupakan salah satu faktor utama pendukung dalam kegiatan yang berlangsung dalam sebuah perusahaan. Dengan adanya mesin dan peralatan yang lengkap, tentunya memberikan dampak terhadap kecepatan dan kerapihan dalam melakukan kegiatan dalam proses pekerjaan. Hal ini penting bagi Sentul 8 untuk mengatasi dan mencegah kerusakan yang terjadi pada sistem elektronik.
6. Adanya bunga pinjaman permodalan meningkat
7. Akses ke lokasi rawan macet
8. Belum ada database pelanggan sentul 8
9. Adanya intervensi kepada Manajemen  
Manajemen kerja berkaitan dengan deskripsi kerja karyawan yang ada di dalam hotel sentul 8, dimana hampir semua kegiatan yang berlangsung pada hotel sentul 8, sering adanya intervensi terhadap Manajemen. Padahal sudah ada general manajer, manager keuangan, manager operasional dan yang lainnya untuk melakukan pekerjaan yang seharusnya tidak dilakukan intervensi terhadap manajemen.
10. Turn over pegawai keuangan dan karyawan tidak masuk karena sakit

Tabel 3. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan hotel sentul 8

<b>OPPORTUNITY (Peluang)</b>	<b>STRENGTH (Kekuatan)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis (0,208)</li> <li>2. Melaksanakan program road show promosi kepada Pengusaha baru (0,191)</li> <li>3. Peningkatan penggunaan teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media) (0,182)</li> <li>4. Terletak di kawasan industry/ wisata dan Objek wisata sekitar Sentul meningkat (0,179)</li> <li>5. Adanya Sertifikasi SDM pariwisata oleh Pemda (0,175)</li> <li>6. Belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (OTA) (0,102)</li> <li>7. Adanya pembangunan moda transportasi LRT (0,098)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyamaan persepsi antar Manajemen dan staff terkait visi dan misi (0,245)</li> <li>2. Maintenance peralatan dan fasilitas hotel (0,208)</li> <li>3. Tingkat keamanan (Privasi Tamu) Perlu Penyediaan fasilitas self check in (0,208)</li> <li>4. Mendapatkan sertifikasi hotel bintang 2 (0,181)</li> <li>5. Gencarnya promosi layanan baru via Pemanfaatan sistem IT (media social) (0,173)</li> <li>6. Lahan parkir hotel luas (0,159)</li> <li>7. Pemanfaatan CCTV untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan (0,158)</li> </ol>
<b>THREAT (Ancaman)</b>	<b>WEAKNESS (Kelemahan)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gangguan keamanan dan paparazi terhadap tamu-tamu hotel (0,261)</li> <li>2. Biaya produksi meningkat (0,246)</li> <li>3. Pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan Adanya inflasi perekonomian nasional (0,242)</li> <li>4. Citra hotel yang kurang positif (0,238)</li> <li>5. Bertambahnya hotel dikawasan sentul (0,212)</li> <li>6. Rawan kemacetan menuju lokasi hotel (0,174)</li> <li>7. Perlu kelengkapan fasilitas hotel dibanding competitor (0,160)</li> <li>8. Adanya pesta demokrasi (pileg, pilpres) (0,146)</li> <li>9. Budaya handling complain tamu kurang (0,126)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penurunan Pendapatan hotel karena Ketidakdatangan tamu walaupun sudah pesan dan Pemanfaatan voucher diskon rendah (0,212)</li> <li>2. Kompetensi SDM yang kreatif dan inovatif (0,193)</li> <li>3. Rentan penyalahgunaan kamar oleh tamu dan Perlu peningkatan kepedulian tenaga security (0,190)</li> <li>4. Kurangnya efektivitas peningkatan promosi dalam loyalitas pelanggan (0,164)</li> <li>5. Peralatan elektronik mengalami kerusakan karena petir (0,162)</li> <li>6. Akses ke lokasi rawan macet (0,136)</li> <li>7. Adanya bunga pinjaman permodalan meningkat (0,125)</li> <li>8. Belum ada database pelanggan sentul 8 (0,116)</li> <li>9. Adanya intervensi kepada Manajemen (0,109)</li> <li>10. Turn over pegawai keuangan dan karyawan tidak masuk karena sakit (0,107)</li> </ol>

### Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Tahap Masukan (The Input Stage)

Pada tahap input, data yang dikumpulkan dianalisis kemudian dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor yang didapatkan dari analisis lingkungan internal kemudian dijabarkan dalam matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*). Sedangkan faktor-faktor yang didapatkan dari analisis lingkungan eksternal dijabarkan dalam matriks EFE (*External Factor Evaluation*). Matriks IFE dan EFE diperoleh dari hasil pengisian kuesioner bobot dan peringkat terhadap tiga responden, dimana bobot penilaian dari setiap responden berbeda- beda.

### **Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)**

Matriks EFE diperoleh dari hasil identifikasi terhadap faktor eksternal yang meliputi peluang dan tantangan bagi hotel sentul 8. Matriks EFE disusun dengan pemberian rating dan pembobotan. Dari hasil pembobotan dan penentuan rating, maka dapat diperoleh nilai EFE yang dapat dilihat pada tabel 1. Total skor faktor strategis eksternal adalah 2.938.

Peluang yang dapat dimanfaatkan secara baik oleh perusahaan adalah Lokasi yang strategis, hal ini dapat dilihat dari skor yang diperoleh yaitu sebesar 0,208. Berdasarkan nilai pembobotan maka faktor Lokasi yang strategis merupakan faktor yang paling penting dalam perkembangan perusahaan di dalam industri perhotelan di Kabupaten Bogor, dengan bobot sebesar 0.062. Loyalitas pelanggan yang baik menjadi faktor utama dalam perkembangan usaha di Kabupaten Bogor. karena pada umumnya yang memesan kamar adalah orang yang sedang melakukan dinas luar kota, ataupun yang sedang berwisata. Berdasarkan peringkat/rating yang diperoleh, perusahaan memberikan rating 3 untuk faktor lokasi yang strategis, yang menunjukkan bahwa perusahaan ini efektif didalam menjawab faktor peluang yang paling berpengaruh tersebut. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menyebabkan pelanggan nyaman dan puas, sehingga kembali lagi ke perusahaan ini. Pelayanan yang diberikan antara lain yaitu memberikan service yang maksimal untuk setiap kamar yang dipesan. Hal ini tentunya menjadi nilai lebih bagi perusahaan, karena pelanggan tidak perlu merasa repot lagi.

Faktor peluang berikutnya yaitu Melaksanakan program road show promosi kepada Pengusaha baru sebesar 0,191, dengan bobot sebesar 0.057. Hal ini menunjukkan bahwa respon perusahaan terhadap faktor ini cukup baik, karena memang pihak perusahaan merasa perlu untuk selalu melakukan promosi secara terus menerus. Perusahaan melihat hal ini dari pengaruhnya terhadap tingkat hunian. Perusahaan menganggap bahwa hal ini cukup berpengaruh karena pihak perusahaan merasa bahwa promosi kepada pengusaha baru merupakan salah satu untuk mengenalkan kepada pelanggan. Hal inilah yang menyebabkan pihak perusahaan merasa bahwa melakukan road show promosi ke pengusaha cukup signifikan.

Faktor peluang berikutnya yaitu Peningkatan penggunaan teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media) dengan skor sebesar 0,182, Hal ini menunjukkan bahwa respon perusahaan terhadap faktor ini cukup baik, karena memang pihak perusahaan merasa perlu untuk selalu melakukan pembaharuan teknologi informasi/aplikasi secara terus menerus. Perusahaan melihat hal ini dari pengaruhnya terhadap teknologi informasi yang digunakan dalam proses penjualan kamar. Perusahaan menganggap bahwa hal ini cukup berpengaruh karena pihak perusahaan merasa bahwa alat-alat yang ada belum cukup sanggup dan mampu untuk memenuhi permintaan pelanggan. Hal inilah yang menyebabkan pihak perusahaan merasa bahwa pengaruh teknologi informasi/aplikasi cukup signifikan.

Faktor peluang berikutnya adalah Terletak di kawasan industri/ wisata dan Objek wisata sekitar Sentul meningkat dengan skor sebesar 0,179, berlokasi di Jalan Surya Raya, kav Commercial area 1, Sentul, Kabupaten Bogor. Selain terletak pada jalan yang sering dilalui, hotel Sentul 8 juga bertempat di tepi jalan tol 5 menit dari pintu masuk dan keluar serta berdekatan dengan area wisata lainnya seperti sirkuit sentul, lapangan golf, dan lain sebagainya sehingga cukup mudah bagi pelanggan untuk menemukannya serta mudah bagi para pelanggan untuk mengakses. Hal tersebut tentunya menjadi peluang bagi perusahaan, karena lokasi perusahaan yang mudah ditemukan.

Faktor peluang berikutnya adalah faktor Adanya Sertifikasi SDM pariwisata oleh Pemda dengan skor sebesar 0,175, merupakan peluang untuk ikut serta dalam meningkatkan kecakapan maupun kompetensi petugas.

Faktor peluang berikutnya adalah faktor yang belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (OTA) dengan skor sebesar 0,102, dengan berkembang teknologi semakin banyak pula perusahaan yang membuat aplikasi/online travel agent, tentunya ini menjadi peluang untuk memasarkan serta bekerjasama untuk menghasilkan untung satu sama lain. Disamping itu juga perusahaan akan terbantu dengan adanya online travel agent ini.

Faktor peluang berikutnya yang memiliki skor terkecil adalah faktor adanya pembangunan moda transportasi LRT dengan skor sebesar 0,098, bertambahnya moda transportasi merupakan faktor penting dalam industri perhotelan ini, karena kemudahan transportasi akan meningkatkan dalam penjualan kamar.

Dari faktor tantangan yang dianggap perusahaan merupakan ancaman utama adalah faktor gangguan keamanan dan paparazi terhadap tamu-tamu hotel skor yang diperoleh sebesar 0,261. Bobot

yang diberikan yaitu sebesar 0.087 yang menunjukkan bahwa faktor ini penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap gangguan keamanan yang dapat merugikan pelanggan. Akibat yang ditimbulkan dapat merugikan pelanggan dan akan berpengaruh terhadap penjualan kamar, karena dapat menyebabkan semakin berkurangnya pelanggan untuk memesan kamar.

Faktor tantangan berikutnya adalah faktor biaya produksi meningkat dengan skor sebesar 0,246, Meningkatnya biaya produksi, menyebabkan semakin meningkatnya biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sehingga harga jual yang ditawarkan oleh perusahaan juga akan semakin tinggi. Hal tersebut tentunya tidak diinginkan oleh perusahaan, karena akan mengurangi target pasar yang mereka tuju menjadi semakin kecil yakni hanya segmen atas saja. Hal tersebut sudah dirasakan oleh perusahaan, setiap tahunnya harga jual produk perusahaan ini meningkat terus.

Berikutnya yang menjadi tantangan adalah faktor Pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan Adanya inflasi perekonomian nasional dengan skor sebesar 0,242.

Citra hotel yang kurang positif dengan skor sebesar 0,238, hal ini menjadi tantangan untuk mengubah citra hotel yang kurang positif, karena dapat menurunkan minat pelanggan untuk bermalam.

Faktor ancaman berikutnya yang dianggap penting adalah faktor bertambahnya hotel dikawasan sentul dengan skor sebesar 0,212. Dengan harga pesaing yang lebih murah, Hal ini terjadi karena perusahaan merasa bahwa harga yang ditawarkan merupakan harga yang pantas, di tengah dengan fasilitas lengkap, sehingga membuat pihak perusahaan merasa tidak mungkin lagi untuk menurunkan harga. Hal ini juga yang memperkuat pihak perusahaan bahwa harga yang ditawarkan sudah cukup pantas, karena akan sulit untuk memberikan harga di bawah harga yang telah ditetapkan dengan kualitas yang mereka tawarkan. Rating 3.000 yang diberikan oleh pihak perusahaan menunjukkan bahwa pihak perusahaan merespon ancaman ini dengan cukup baik, yaitu dengan memberikan pelayanan optimal sesuai dengan harga yang diberikan kepada pelanggan.

Faktor berikutnya yang menjadi tantangan adalah faktor rawan kemacetan menuju lokasi hotel dengan skor sebesar 0,174, hal ini mengakibatkan banyak pelanggan malas untuk menuju lokasi hotel, dan tentunya akan berpengaruh terhadap Pendapatan.

Faktor berikutnya yang menjadi tantangan adalah perlu kelengkapan fasilitas hotel dibanding kompetitor dengan skor sebesar 0,160, banyaknya pesaing dengan menawarkan fasilitas hotel yang lengkap, hal ini juga dapat menarik perhatian pelanggan, oleh sebab itu perlu adanya strategi atau peningkatan terhadap kelengkapan fasilitas hotel.

Faktor berikutnya adalah adanya pesta demokrasi (pileg, pilpres) 0,146, Seiring dengan adanya pesta demokrasi, seperti pilpres, pileg, dan lain-lain, hal ini menjadi tantangan karena orang akan banyak untuk melakukan sosialisasi ke desa, bahkan mungkin ke pelosok penduduk, dan tentunya dengan biaya yang cukup besar, hal ini berimbas pada berkurangnya pada pemesanan hotel.

Faktor berikutnya yang mempunyai nilai terkecil adalah budaya handling complain tamu kurang dengan skor sebesar 0,126, Pada umumnya budaya complain selalu terjadi di semua perusahaan, termasuk sentul 8, perlu strategi khusus untuk menangani complain tersebut, agar terhindar dari citra negative terhadap perusahaan, ketika complain tertangani dengan baik maka akan baik pula citra hotel, begitupun sebaliknya

Secara umum matrik EFE menghasilkan skor terbobot sebesar 2.938 yang berarti bahwa perusahaan merespon situasi eksternal di atas rata-rata. Selain itu skor total peluang sebesar 1.134 dan skor total ancaman sebesar 1.804, hal ini menunjukkan bahwa pihak perusahaan merespon ancaman yang ada lebih baik dibandingkan dengan respon perusahaan terhadap peluang yang ada.

### **Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)**

Matriks IFE disusun setelah dilakukan identifikasi terhadap faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan hotel Sentul 8. Matriks IFE disusun dengan pemberian rating dan pembobotan. Rating dan bobot dari masing-masing faktor internal ditentukan oleh tiga orang responden yaitu general manager, manager keuangan, manager operasional. Dari hasil pembobotan dan penentuan rating, maka diperoleh nilai IFE yang dapat dilihat pada tabel 2. Total skor faktor strategis internal adalah 2.844. Nilai tersebut menunjukkan Hotel Sentul 8 berada pada rata-rata dalam kekuatan internal secara keseluruhan. Adapun skor total untuk kekuatan adalah 1.330 dan skor total untuk kelemahan adalah 1.514. Nilai akhir skor total kekuatan yang lebih besar dari kelemahan menunjukkan bahwa dalam mengembangkan usaha hotel Sentul 8 mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.

Diketahui bahwa kekuatan terbesar pada hotel Sentul 8 adalah Penyamaan persepsi antar Manajemen dan staff terkait visi dan misi karena memiliki skor total tertinggi 0,245. Faktor Penyamaan persepsi antar Manajemen dan staff terkait visi dan misi pada hotel Sentul 8 merupakan kekuatan penting yang menjadi salah satu modal untuk memanfaatkan peluang usaha dan mengembangkan usaha ditengah persaingan yang ada. Kekuatan utama ini sangat dibutuhkan dalam menjalankan usaha karena dengan menggunakan penyamaan persepsi akan meningkatkan kualitas pelayanan. Sementara itu kelemahan utama hotel sentul 8 adalah Penurunan Pendapatan hotel karena Ketidakterdatangan tamu walaupun sudah pesan dan Pemanfaatan voucher diskon rendah dengan skor 0,212. Hal ini dianggap perusahaan sebagai kelemahan utama karena pihak perusahaan memang tidak memiliki bagian yang dikhususkan untuk menangani hal ini. Berdasarkan nilai bobot yang diperoleh Penurunan Pendapatan hotel karena Ketidakterdatangan tamu walaupun sudah pesan dan Pemanfaatan voucher diskon rendah merupakan faktor kelemahan.

### Tahap Pencocokkan (The Matcing Stage)

Pada tahap pencocokkan (The Matcing Stage) dilakukan penyusunan matriks IE dan matriks SWOT untuk memperoleh alternatif strategi. Total skor pada matriks IFE dan EFE dipetakan ke dalam matriks IE untuk melihat posisi perusahaan berdasarkan tiga kelompok strategi, yaitu strategi tumbuh dan bina (growth and build), pertahankan dan pelihara (hold and maintain), serta panen atau divestasi (harvest or divest)

### Matriks IE (Internal-Eksternal)

Dengan menggabungkan matriks IFE dan EFE, maka akan diperoleh matriks IE yang ditunjukkan oleh Tabel 4. Total skor IFE adalah 2.844 yang menggambarkan bahwa hotel sentul 8 berada pada kondisi internal rata-rata. Total skor EFE adalah 2.938 yang menggambarkan bahwa hotel sentul 8 berada dalam kondisi eksternal sedang. Berdasarkan posisi kuadran pada Tabel 4, pada Matriks IE ditunjukkan bahwa posisi hotel Sentul 8 berada pada kuadran V yang artinya hotel Sentul 8 berada dalam kondisi internal dan eksternal rata-rata dan sedang. strategi yang dapat dikelola adalah hold and maintain. Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar) atau integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan). Strategi-strategi tersebut cocok karena pada tahap sebelumnya telah diidentifikasi faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman lingkungan internal yang terdiri dari kekuatan dan ancaman. Alternatif strategi yang dihasilkan tentunya akan membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan dan menjaga keberlangsungan usaha.

Tabel 4. Matriks Internal-Eksternal (IE) Hotel Sentul 8

		Total Nilai IFE yang di bobot (2,844)		
		Kuat 3,0-4,0	Rata-Rata 2,0-2,99	Lemah 1,0-1,99
Total Nilai EFE yang di bobot (2,938)	Tinggi 3,0-4,0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan
	Sedang 2,0-2,99	IV Stabilitas	<b>V Pertumbuhan atau Stabilitas</b>	VI Penciutan
	Lemah 1,0-1,99	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Liquidasi

### Matriks SWOT

Selain menggunakan matriks IE pada tahap pencocokkan, ada pula matriks SWOT yang digunakan untuk kemudian dicocokkan pada alternatif strategi yang telah dihasilkan pada matriks IE . Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diperoleh melalui analisis internal dan eskternal, maka dapat diformulasikan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT. Beberapa alternatif strategi yang dapat diaplikasikan oleh hotel sentul 8 dapat dilihat pada Tabel 5.

### Strategi S-O (Strength – Opportunity)

Promosi melalui club-club executive di even-even besar objek wisata, kekuatan yang digunakan memanfaatkan peluang yang ada adalah Gencarnya promosi layanan baru via Pemanfaatan sistem IT (media social). Sedangkan peluang yang akan dimanfaatkan adalah melaksanakan program road show promosi kepada Pengusaha baru, Peningkatan penggunaan teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media), Belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (OTA).

Peningkatan keamanan self check in, kekuatan yang digunakan dalam strategi ini adalah Maintenance peralatan dan fasilitas hotel, Pemanfaatan CCTV untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan. Sedangkan peluang yang dapat dimanfaatkan adalah Peningkatan penggunaan teknologi informasi/aplikasi (Sosial Media).

### **Strategi W-O (Weakness - Opportunity)**

Membangun kedekatan/ database potensial customer/ pelanggan untuk meningkatkan loyalitas, kelemahan yang diminimalkan pada strategi ini adalah Rentan penyalahgunaan kamar oleh tamu dan Perlu peningkatan kepedulian tenaga security, Kurangnya efektivitas peningkatan promosi dalam loyalitas pelanggan, Belum ada database pelanggan sentul 8, Turn over pegawai keuangan dan karyawan tidak masuk karena sakit. Sementara peluang yang dimanfaatkan adalah Melaksanakan program road show promosi kepada Pengusaha baru, Peningkatan penggunaan teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media), Adanya Sertifikasi SDM pariwisata oleh Pemda.

Menyediakan moda transportasi antar jemput khusus tamu langganan yang dapat diminimalkan kelemahan dari strategi ini adalah penurunan Pendapatan hotel karena Ketidakterdatangan tamu walaupun sudah pesan dan Pemanfaatan voucher diskon rendah, Kompetensi SDM yang kreatif dan inovatif, Kurangnya efektivitas peningkatan promosi dalam loyalitas pelanggan, Akses ke lokasi rawan macet, Adanya bunga pinjaman permodalan meningkat, Belum ada database pelanggan sentul 8, Adanya intervensi kepada Manajemen. Sedangkan peluang yang dapat dimanfaatkan adalah Lokasi yang strategis, Melaksanakan program road show promosi kepada Pengusaha baru, Peningkatan penggunaan teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media), Terletak di kawasan industry/ wisata dan Objek wisata sekitar Sentul meningkat, Adanya pembangunan moda transportasi LRT.

### **Strategi S-T (Strength – Threat)**

Peningkatan citra melalui sertifikasi ISO 9001 atau yang sejenis, kekuatan yang digunakan dalam menjalankan strategi ini adalah Penyamaan persepsi antar Manajemen dan staff terkait visi dan misi, Maintenance peralatan dan fasilitas hotel, Tingkat keamanan (Privasi Tamu) Perlu Penyediaan fasilitas self check in, Mendapatkan sertifikasi hotel bintang 2, Gencarnya promosi layanan baru via Pemanfaatan sistem IT (media social). Sedangkan tantangan yang akan dihindari oleh strategi ini adalah Gangguan keamanan dan paparazi terhadap tamu-tamu hotel, Pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan Adanya inflasi perekonomian nasional, Citra hotel yang kurang positif, Bertambahnya hotel dikawasan sentul, Perlu kelengkapan fasilitas hotel dibanding competitor, Adanya pesta demokrasi (pileg, pilpres), Budaya handling complain tamu kurang.

Mengeluarkan produk/layanan baru, seperti paket 4 jam, harga special kekuatan yang digunakan dalam menjalankan strategi ini adalah Penyamaan persepsi antar Manajemen dan staff terkait visi dan misi, Tingkat keamanan (Privasi Tamu) Perlu Penyediaan fasilitas self check in, Mendapatkan sertifikasi hotel bintang 2, Gencarnya promosi layanan baru via Pemanfaatan sistem IT (media social), Pemanfaatan CCTV untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan. Sementara tantangan yang akan dihindari oleh strategi ini adalah Biaya produksi meningkat, Pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan Adanya inflasi perekonomian nasional, Bertambahnya hotel dikawasan sentul, Rawan kemacetan menuju lokasi hotel, Perlu kelengkapan fasilitas hotel dibanding competitor, Budaya handling complain tamu kurang.

### **Strategi W-T (Weakness – Threat)**

Rekrutmen pegawai yang loyal dan kreatif, strategi ini merupakan usaha untuk memperbaiki kelemahan yang dimiliki perusahaan yaitu Penurunan Pendapatan hotel karena Ketidakterdatangan tamu walaupun sudah pesan dan Pemanfaatan voucher diskon rendah, Kompetensi SDM yang kreatif dan inovatif, Rentan penyalahgunaan kamar oleh tamu dan Perlu peningkatan kepedulian tenaga security, Kurangnya efektivitas peningkatan promosi dalam loyalitas pelanggan, Adanya intervensi kepada Manajemen, Turn over pegawai keuangan dan karyawan tidak masuk karena sakit. Sedangkan



<p>teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media) (0,182)</p> <p>4. Terletak di kawasan industry/ wisata dan Objek wisata sekitar Sentul meningkat (0,179)</p> <p>5. Adanya Sertifikasi SDM pariwisata oleh Pemda (0,175)</p> <p>6. Belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (OTA) (0,102)</p> <p>7. Adanya pembangunan moda transportasi LRT (0,098)</p>	<p>objek wisata</p> <p>2. Peningkatan keamanan self check in</p>	<p>pelanggan untuk meningkatkan loyalitas</p> <p>2. Menyediakan moda transportasi antar jemput khusus tamu langganan</p>
<p><b>TANTANGAN (THREAT)</b></p> <p>1. Gangguan keamanan dan paparazi terhadap tamu-tamu hotel (0,261)</p> <p>2. Biaya produksi meningkat (0,246)</p> <p>3. Pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan Adanya inflasi perekonomian nasional (0,242)</p> <p>4. Citra hotel yang kurang positif (0,238)</p> <p>5. Bertambahnya hotel dikawasan sentul (0,212)</p> <p>6. Rawan kemacetan menuju lokasi hotel (0,174)</p> <p>7. Perlu kelengkapan fasilitas hotel dibanding competitor (0,160)</p> <p>8. Adanya pesta demokrasi (pileg, pilpres) (0,146)</p> <p>9. Budaya handling complain tamu kurang (0,126)</p>	<p><b>S-T : Gunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari dampak dari ancaman eksternal</b></p> <p>1. Peningkatan citra melalui sertifikasi ISO 9001 atau yang sejenis</p> <p>2. Mengeluarkan produk/layanan baru, seperti paket 4 jam, harga special</p>	<p><b>W-T : Meminimumkan kelemahan dan menghindari ancaman eksternal</b></p> <p>1. Rekrutmen pegawai yang loyal dan kreatif</p> <p>2. Membuat program insentif (member get member buat cady)</p> <p>3. Sinergitas Manajemen hotel sekitar Sentul</p>

Berdasarkan hasil analisis SWOT Hotel Sentul 8, terdapat sembilan alternatif strategi yang dapat dilaksanakan oleh perusahaan. Berdasarkan analisis, hasil penentuan prioritas strategi tersebut diperoleh prioritas strategi yang disarankan berdasarkan urutan pertama dengan nilai prioritas tertinggi sampai urutan terakhir dengan nilai prioritas terendah seperti berikut:

1. Peningkatan keamanan self check in (0,027)
2. Promosi melalui club-club executive di even-even besar objek wisata (0,055)
3. Mengeluarkan produk/layanan baru, seperti paket 4 jam, harga special (0,082)
4. Membuat program insentif (member get member buat cady) (0,109)
5. Peningkatan citra melalui sertifikasi ISO 9001 atau yang sejenis (0,109)
6. Membangun kedekatan/ database potensial customer/ pelanggan untuk meningkatkan loyalitas (0,127)
7. Rekrutmen pegawai yang loyal dan kreatif (0,127)
8. Sinergitas Manajemen hotel sekitar Sentul (0,155)
9. Menyediakan moda transportasi antar jemput khusus tamu langganan (0,209)

### Implikasi

Implikasi prioritas strategi pada hotel Sentul 8 sesuai dengan alternatif strategi yang dihasilkan diantaranya prioritas strategi pertama ialah promosi melalui peningkatan keamanan self

check in, dengan peningkatan keamanan seperti ini akan lebih meningkatkan rasa nyaman dan ketenangan, sehingga pelanggan akan merasa puas dan diharapkan bisa kembali lagi. Kedua adalah club-club executive di even-even besar objek wisata dengan promosi ini diharapkan mampu menarik minat banyak pelanggan sekaligus memperkenalkan hotel sentul 8 bagi para executive yang belum tahu keberadaannya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

- 1 Berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internal, dapat diketahui peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh hotel sentul 8. Peluang yang dimiliki oleh sentul 8 adalah Lokasi yang strategis, Melaksanakan program road show promosi kepada Pengusaha baru, Peningkatan penggunaan teknologi informasi/ aplikasi (Sosial Media), Terletak di kawasan industry/ wisata dan Objek wisata sekitar Sentul meningkat, Adanya Sertifikasi SDM pariwisata oleh Pemda, Belum mengoptimalkan pemanfaatan teknologi (OTA), Adanya pembangunan moda transportasi LRT. Adapun ancaman yang dihadapi oleh Hotel Sentul 8 adalah Gangguan keamanan dan paparazi terhadap tamu-tamu hotel, Biaya produksi meningkat, Pelambatan pertumbuhan ekonomi nasional dan Adanya inflasi perekonomian nasional, Citra hotel yang kurang positif, Bertambahnya hotel dikawasan sentul, Rawan kemacetan menuju lokasi hotel, Perlu kelengkapan fasilitas hotel dibanding competitor, Adanya pesta demokrasi (pileg, pilpres), Budaya handling complain tamu kurang. Sedangkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh Hotel Sentul 8 adalah Penyamaan persepsi antar Manajemen dan staff terkait visi dan misi, maintenance peralatan dan fasilitas hotel, Tingkat keamanan (Privasi Tamu) Perlu Penyediaan fasilitas self check in, Mendapatkan sertifikasi hotel bintang 2, Gencarnya promosi layanan baru via Pemanfaatan sistem IT (media social), Lahan parkir hotel luas, Pemanfaatan CCTV untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan. Adapun kelemahan yang dimiliki adalah Penurunan Pendapatan hotel karena Ketidakterdatangan tamu walaupun sudah pesan dan Pemanfaatan voucher diskon rendah, Kompetensi SDM yang kreatif dan inovatif, Rentan penyalahgunaan kamar oleh tamu dan Perlu peningkatan kepedulian tenaga security, Kurangnya efektivitas peningkatan promosi dalam loyalitas pelanggan, Peralatan elektronik mengalami kerusakan karena petir, Akses ke lokasi rawan macet, Adanya bunga pinjaman permodalan meningkat, Belum ada database pelanggan sentul 8, Adanya intervensi kepada Manajemen, Turn over pegawai keuangan dan karyawan tidak masuk karena sakit.
- 2 Berdasarkan hasil analisis matriks EFE dan IFE, hotel Sentul 8 berada pada kuadran V (2.938 : 2.844 ) yaitu hold and maintain. Dengan demikian jenis strategi yang tepat untuk dilaksanakan adalah strategi intensif (penetrasi pasar dan pengembangan pasar).
- 3 Berdasarkan analisis SWOT, alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah Promosi melalui Peningkatan keamanan self check in, club-club executive di even-even besar objek wisata, Mengeluarkan produk/layanan baru seperti paket 4 jam harga special, Membuat program insentif (member get member buat cady), Peningkatan citra melalui sertifikasi ISO 9001 atau yang sejenis, Membangun kedekatan/ database potensial customer/ pelanggan untuk meningkatkan loyalitas, Rekrutmen pegawai yang loyal dan kreatif, Sinergitas Manajemen hotel sekitar Sentul, Menyediakan moda transportasi antar jemput khusus tamu langganan.

### **Saran**

Berdasarkan simpulan hasil penelitian formulasi strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Hotel Sentul 8, maka saran yang dapat diberikan untuk diimplementasikan adalah strategi yang telah dipilih yaitu prioritas pertama Peningkatan keamanan self check in.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan pusat Statistik. 2014. Statistik Perdagangan Luar Negeri Indonesia Ekspor 2015. Jilid 1. Jakarta : BPS.
- David FR. 2009. Manajemen Strategis Konsep. Edisi Ke-12. Jakarta (ID): Salemba Empat.
- Hunger JD, Thomas LW. 2003. Manajemen Strategis. Yogyakarta (ID): Andi.
- Irawati. 2008. Prospek Ekonomi Usaha Fried Chicken Kaki Lima di Kota Bogor [skripsi]. Bogor (ID). Institut Pertanian Bogor.
- Jauch, L. R. Dan Glueck, W. F. 1990. Manajemen Strategies dan Kebijakan Perusahaan. Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Kinnear TC, Taylor JR. 1992. Riset Pemasaran. Edisi ke-3. Jakarta : Erlangga
- Kotler P, G Amstrong. 2008. Dasar-dasar Pemasaran Terjemahan, Edisi Kedua Belas. Erlangga. Jakarta.
- Muhandri T, Panjaitan NK, Singka FN. 2014. Usaha dan Pengembangan Industri Kecil Berbasis Komunitas Lokal. JIKK. 9(2):158-169.
- Nurunisa VR. 2011. Analisis DayaSaing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Teh Indonesia [skripsi]. Bogor (ID). Institut Pertanian Bogor.
- Pearce JA. Robinson B. 1997. Manajemen Strategi : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Porter, Michael E. 1991. Strategi bersaing teknik menganalisis industri dan pesaing. Jakarta: Erlangga. [internet].
- Rahmatullah R. 2015. Strategi Pengembangan Usaha PT Lodaya Makmur Perkasa Outlet Wilayah Kota Bogor [skripsi]. Bogor (ID). Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti F. 2005. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta (ID): PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar. 2010. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kecil Keripik Pisang-Kondang Jayal Binaan Koperasi BMT Al Ikhlash Kota Bogor [skripsi]. Bogor (ID). Institut Pertanian Bogor.
- Umar, Husen. 2002. Strategi Management in Action. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wahyudi AF. 2011. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Rangkaian Tanaman Hias Kreatif Pada —Creative Shopl Di Desa Babakan, Kabupaten Bogor, Jawa Barat [skripsi]. Bogor (ID). Institut Pertanian Bogor.