



SWOT ANALISIS DI HOTEL BUMI SAWUNGGALING BANDUNG

* Prima Setia Judha Pranatha¹, Izza Ulumuddin Ahmad Asshofi²

^{1,2} Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia. Email: prima.pranata@dsn.dinus.ac.id

² Universitas Dian Nuswantoro, Semarang, Indonesia. Email: izza.asshofi@dsn.dinus.ac.id

*(correspondence author)

ABSTRACT

Article History

Submitted:

1 Februari 2019

Reviewed:

1 Januari 2019

Accepted:

12 April 2019

Published:

15 May 2023

At this time, Indonesia has entered the New Normal period, or adaptation of new habits is a method carried out by the Indonesian government during the global Covid-19 pandemic. So that people can continue to carry out activities as usual by implementing health protocols during a pandemic. The purpose of this study is to examine the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Treats) study at the Bumi Sawunggaling hotel in Bandung, which the researcher will do as a step in exploiting the potential that exists in the Bumi Sawunggaling hotel and as an effort in increasing revenue at Hotel Bumi Sawunggaling. In this study, the method used is qualitative. The qualitative research method, as said by Sugiyono (2009:9), is a research method carried out to examine every condition of an object naturally, and researchers here are the main instrument; data collection techniques are carried out based on the results of observations and interviews.

Keywords: SWOT Analisis, Matriks SWOT, Hotel Bumi Sawunggaling

INTRODUCTION

Kota Bandung saat ini telah menjadi kota liburan akhir pekan dan belanja bagi bagi para wisatawan, khususnya bagi wisatawan yang datang dari Jakarta dan luar Jakarta pada umumnya. Iklim yang sejuk, tempat berbelanja factory outlet dan distro yang lebih murah, keanekaragaman jenis makanan, juga keramahan dari warga setempat merupakan suatu atraksi utama yang ada dari kota Bandung.

Selain sebagai tempat berlibur, sebagai sebuah kota besar dan juga sebagai ibu kota dari provinsi Jawa Barat, tentunya banyak juga pebisni-pebisnis yang datang dari luar kota (<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/survei-bandung-kota-terfavorit-wisatawan-se-asean>). Banyak nya warga luar kota baik domestic maupun asing yang datang ke kota Bandung tentunya menjadi suatu hal yang luar biasa yang juga berpengaruh pada pemasukan devisa khususnya bagi pemerintah setempat, juga pada usaha bisnis perhotelan di kota Bandung saat ini. Hotel di Bandung tentunya akan ber lomba menarik perhatian wisatawan ataupun turis melalui bermacam cara. Termasuk dengan desain hotel yang unik dan baik.



Adanya hotel-hotel yang berdiri di Bandung pada khususnya, dapat dibilang sebagai langkah strategis dalam peranannya dalam pengembangan dunia kepariwisataan di Indonesia, selain sebagai badan usaha dalam menampung atau mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia dan Bandung khususnya.

Dalam kenyataannya Bandung sudah menjadi daerah tujuan wisata domestik, khususnya para wisatawan dari Jakarta, (<https://www.klook.com/id/blog/tempat-wisata-di-bandung/>), bisa dilihat dari jarak jangkauan Jakarta dengan Bandung yang bisa dijangkau dengan sangat cepat, apalagi setelah diresmikannya tol cipularang yang bisa menjadi nilai lebih selain menjadi daerah tujuan wisata belanja dan wisata kuliner.

Dilihat dari keterangan diatas, Hotel Bumi sawunggaling cukup dapat membantu para wisatawan khususnya dari Jakarta yang biasanya melakukan liburan pada akhir pekan dan membutuhkan tempat untuk menginap dan beristirahat dengan harga yang lebih terjangkau, di karenakan tempatnya nya yang sedikit strategis mudah di jangkau dekat dengan jalan tol cipularang dan berada tidak jauh dari jalan Dago yang mempunyai akses ke jalan Riau sebagai kawasan tempat factory outlet, juga berada di sekitaran kampus ITB .

Dalam hal ini Hotel Bumi Sawunggaling mentargetkan tamu nya dari kerabat alumni dan mahasiswa ITB itu sendiri selain tamu dari Jakarta dan para pengusaha yang melakukan kegiatan yang berkaitan dengan ITB itu sendiri.

Apabila dilihat dari situasi persaingan, Hotel Bumi Sawunggaling yang telah menjadi hotel bintang dua berada pada situasi persaingan yang cukup ketat dengan hotel sekelasnya, akan tetapi hotel Bumi Sawunggaling terus mencoba menunjukkan diri dengan menonjolkan ciri khas dari Hotel Bumi Sawunggaling dan ditambah dengan kualitas pelayanan yang dianut oleh Hotel Bumi Sawunggaling yaitu azaz kekeluargaan serta fasilitas-fasilitas pendukung operasional dan fasilitas-fasilitas pendukung lainnya demi kenyamanan para tamu yang datang berkunjung dan menginap di Hotel Bumi Sawunggaling demi mendapatkan pasar tamu yang diinginkan (<https://republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/pljz3v396/artwin-persaingan-bisnis-hotel-di-bandung-semakin-ketat>).

Didalam penelitian yang telah dilakukan, penulis mencoba melakukan kegiatan tentang analisis SWOT. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui factor internal dan external yang bisa berperan sangat didalam pencapaian tujuan dari pada hotel ini agar tetap dapat unggul bersaing dalam bisnis jasa perhotelan. SWOT adalah salah satu alat yang bisa dipakai agar dapat mengetahui suatu keunggulan ataupun kelemahan dari sebuah jasa perhotelan, khususnya di bidang perencanaan pemasaran atau permasaran.

Analisis SWOT adalah suatu analisa yang dilakukan terhadap suatu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) yang dimiliki dan dihadapi oleh hotel. Analisis SWOT dapat timbul baik secara langsung ataupun tidak secara langsung dikarenakan suatu persaingan yang datang dari para pesaing yang ada, yang menghasilkan suatu barang ataupun bidang jasa yang sejenis. Hal inilah yang membuat suatu hotel khususnya Hotel Bumi Sawunggaling Bandung harus menetapkan suatu strategi yang dapat memenangkan persaingan atau paling tidak dapat hidup di pasar hotel saat ini. Berdasarkan dengan penjelasan tersebut, dapat dikatakan analisis SWOT sangatlah

dibutuhkan dewasa ini di dalam manajemen sebuah perusahaan antara lain sebagai dasar dari suatu perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran perusahaan sebuah hotel, agar hotel tersebut dapat terus bertahan dan memberikan kualitas yang baik bagi pelanggannya.

Pada saat ini pemerintah menerapkan peraturan baru yang dinamakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di setiap daerah. Dimasa PPKM ini jumlah keterisian kamar di hotel Bumi Sawunggaling berada di bawah jumlah keterisian kamar hotel dimasa sebelum pandemi, seperti yang diterangkan pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Data Occupancy Hotel Bumi Sawunggaling Bulan Juni - Agustus 2021 /Periode PPKM

Bulan	Jumlah Kamar	Kamar Terjual	Rata-rata Keterisian Kamar / Hari	% Keterisian	ARR
Juni 2021	660	126	4,2	19,1	211.260
Juli 2021	682	45	1,5	6,6	209.162
Agustus 2021	682	50	1,6	7,3	210.785

Sumber: Manajemen Hotel Bumi Sawunggaling

Dari data diatas dapat di ketahui bahwa terjadi penurunan jumlah kamar yang terjual selama PPKM dan perlu adanya peningkatan penjualan serta strategi di dalam meningkatkan jumlah tamu yang datang berkunjung ke Hotel Bumi Sawunggaling.

Berdasarkan apa yang telah di jelaskan sebelumnya pada latar belakang diatas, oleh karenanya penulis merasa tertarik untuk melakukan penulisan dengan judul: "Analisis SWOT di Hotel Bumi Sawunggaling Bandung"

LITERATURE REVIEW

Teori Analisis

Kata analisis sendiri berasal dari 'Analisis dalam bahasa Yunani Kuno', yang arti katanya sendiri adalah melepaskan atau menguraikan, yang berarti menguraikannya kembali menjadi sesuatu hal dengan menggunakan metoda atau cara tertentu. Menurut Mattin yang dikutip dari Intan (2013) mengatakan, analisis adalah suatu proses meneliti, membandingkan dan mengolah kembali suatu informasi untuk mendapatkan informasi tambahan yang lebih tepat guna keperluan suatu perencanaan, dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari hasil olah data dengan informasi yang sudah menjadi standar yang sudah ditentukan berdasarkan peraturan atau perundang-undangan Sedangkan menurut KBBI Daring (diakses sabtu, 21/08/21), analisis merupakan bentuk tidak baku dari analisa, yang berarti penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya), bisa di katakan juga merupakan penguraian suatu pokok atas berbagai bagian dalam penelaahan bagian itu sendiri

Sistem Perumusan Strategi

Suatu perusahaan (hotel) memerlukan suatu tipe perencanaan dimana perencanaan tersebut tidak hanya untuk merespon suatu perubahan yang di perkirakan di masa yang akan datang, tetapi juga harus tanggap dengan melakukan perubahan-perubahan dari sekarang. Sistem bisnis yang semakin

kompleks dimasa yang akan datang menyebabkan suatu lingkungan persaingan menjadi semakin kompetitif, oleh karena itu perlu dibuat suatu rencana kesepakatan dan setiap personnel dilibatkan di dalam membuat suatu sasaran atau tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan di masa yang akan datang.

Strategi adalah merupakan suatu alat untuk mencapai suatu tujuan Rangkuti (2013). Dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang seiring dengan perkembangan jaman. Menurut Chandler (2010), "Strategi adalah suatu tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Sedangkan Mulyadi (2011) mengatakan pengertian manajemen strategi adalah proses yang dilakukan untuk merumuskan dan melaksanakan penerahan semua sumber daya perusahaan untuk perwujudan visi dan misi perusahaan, dengan demikian manajemen strategis melibatkan suatu pengambilan keputusan yang berjangka panjang, serta berorientasi ke masa depan.

Pengertian dan Teori SWOT Analisis

SWOT Analisis ialah suatu cara dari sebuah "perencanaan strategis" di maksudkan guna pengevaluasian *strengths* atau kekuatan, *weaknesses* atau kelemahan, serta *opportunities* atau peluang, termasuk juga *threats* atau ancaman dalam suatu proyek ataupun usaha bisnis.

Dari keempat bagian tersebut kemudian dirumuskan menjadi suatu istilah yang dinamakan dengan SWOT yang artinya adalah: *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Cara ini mengikut sertakan suatu penentuan dari sebuah tujuan terperinci dari suatu proyek ataupun bisnis usaha untuk menentukan unsur internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak di dalam pencapaian tujuan tersebut.

Definisi dari pada analisis SWOT sendiri bisa juga kita ketahui dari berbagai pendapat para ahli yang ada yang diantaranya adalah sebagai berikut:

Menurut Albert Humphrey dalam History of SWOT Analysis, Tim Friesner 2021 , " SWOT analisis dilakukan dengan melakukan analisa dan kemudian membaginya menjadi berbagai hal yang dapat mempengaruhi empat komponen elemennya, dan selanjutnya diterapkan ke dalam sebuah gambar bagian atau yang dinamakan dengan matrik SWOT. Dimana dari penerapannya adalah bagaimana yang di maksud dengan kekuatan (*strengths*) tersebut bisa mengambil keuntungan (*advantage*) berdasarkan peluang yang ada (*opportunities*), bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, dimana dalam hal itu kekuatan (*strengths*) tersebut bisa menghadapi setiap ancaman (*threats*) yang ada, dan selanjutnya bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang mungkin muncul (*weaknesses*) yang serta merta dapat membuat ancaman-ancaman (*threats*) menjadi nyata dan menciptakan suatu ancaman baru".

Sustainability SWOT Sebagai Konsep Berkesinambungan

SWOT yang berarti Sustainability SWOT adalah merupakan suatu pola pendekatan terbaru dari Manajemen Strategi yang berbasiskan dengan analisis SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*) Berkesinambungan. Didalam pendekatannya SSWOT ini didesain berdasarkan pada aktivitas dan kerjasama

yang berpedoman dari Tantangan Lingkungan dimana bertujuan untuk mengembangkan resiko dan peluang sebenarnya dari sebuah bisnis.

Matriks SWOT

Sebagai suatu cara yang digunakan guna menyusun suatu faktor-faktor perencanaan strategi internal dan eksternal pada Hotel Bumi Sawungaling Bandung ini adalah Matriks SWOT (Rangkuti, 2006), Dengan penggunaan Matriks tersebut bisa dihasilkan empat set alternatif strategis :

Tabel 2. Matriks SWOT

	IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS			
Peluang (<i>Opportunity</i>)		STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)		STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2006

Berdasarkan gambar diatas dapat digambarkan empat strategi Matriks SWOT seperti di bawah ini:

SO Strategi (Strength & Opportunity).

Medapatkan peluang sebesar-besarnya. dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki

ST Strategi (Strength & Threats)

Mengatasi ancaman.dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan

WO Strategi (Weakness & Opportunity)

Strategi ini diterapkan dengan cara meminimalisir setiap kelemahan dengan berdasarkan pemanfaatan terhadap setiap peluang yang ada

WT strategi (Weakness & Threats)

Strategi yang berdasarkan kepada kegiatan ataupun usaha yang bersifat bertahan atau defensive dan berupaya menghindari setiap ancaman dengan cara meminimalkan setiap kelemahan yang ada.

METHOD

Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji kondisi objek secara alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan datanya berdasarkan hasil observasi dan wawancara.

Analisis data yang dilakukan bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan hasil yang diperoleh, dan dikembangkan menjadi hipotesis dan analisis, Sugiyono (2009).

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan penulis diperoleh dengan cara mengumpulkan sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah perolehan data yang diperoleh dari sumber utama atau pihak-pihak utama yang terkait. sumber data primer seperti yang dikatakan Sugiyono adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara, serta kunjungan dengan pihak manajemen hotel. Sedangkan sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung, data yang diperoleh dari literatur atau sumber internet, dan sumber data lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

RESULTS AND DISCUSSION

Sejarah Singkat

Bumi Sawunggaling Hotel merupakan hotel yang berawal dari rumah khas bergaya art deco yang dibangun pada tahun 1920, dihuni oleh Merv Bossch Jacobs. Seiring dengan perjalanan sejarah kemerdekaan bangsa Indonesia, rumah ini kemudian dihibahkan kepada pemerintah dan dialihfungsikan menjadi asrama para siswi yang sedang menimba ilmu di kampus ITB dan selanjutnya menjadi Asrama Putra atau lebih terkenal dengan Rumah E.

Bangunan Indo-Eropa ini menyimpan banyak sejarah dan kenangan bagi para alumni dari zaman Dames Internat sampai Rumah E.

Pada tanggal 6 Januari 1997, Prof. Wiranto Arismundar, Rektor ITB pada saat itu memberi gagasan agar Rumah E dialihfungsikan menjadi Wisma Tamu ITB Sawunggaling. Wisma ini terus mengalami perkembangan sehingga pada tanggal 27 April diresmikan menjadi hotel Bumi Sawunggaling.

Dengan konsep Art Deco tersebut hotel Bumi Sawunggaling memiliki beberapa fasilitas utama, yaitu 22 kamar mulai dari Standar Room sampai dengan Sawunggaling Suite Room, Kong Djie Cafe Coffee Corner dengan kapasitas 80 tempat duduk, Perpustakaan mini, The Beauty Spa, dan Business Center.

Untuk memberikan kenyamanan di dalam kamar kepada tamu, hotel Bumi Sawunggaling juga menyediakan beberapa fasilitas pendukung seperti TV Cable, Mini Bar, Laundry Service dan koneksi Wi-fi.

Lokasi dan Akses

Lokasi dan akses Hotel Bumi Sawunggaling berada di dekat kampus ITB jalan Ganesha Bandung ± 200 meter dari kampus ITB Bandung, di pinggir jalan besar dan bisa di jangkau dengan kendaraan umum dan transportasi publik lainnya, berada dekat dengan pusat pemerintahan dan jalan Dago, juga pusat pembelanjaan factory outlet yaitu jalan Riau Bandung.

Tempat nya berada di tempat yang asri, sejuk dan nyaman dengan pohon besar di sekitarnya, juga berada tidak jauh dari akses menuju ataupun keluar jalan tol cipularang.

Alamat : Jl. Sawunggaling no. 13, Bandung 40116
 Telepon : (022) 4212045
 E-mail : bumisawunggaling13@gmail.com
 Website : www.bumisawunggaling.com

Disaat Pandemi Covid-19 atau Corona Virus Disesse 19, hotel-hotel di Indonesia khususnya di kota Bandung mengalami banyak perubahan terkait dengan usaha kesehatan. Pada saat ini semua hotel diwajibkan melakukan CHSE atau prokes atau protokol kesehatan yang distandarkan oleh pemerintah. CHSE sendiri adalah kegiatan yang berbasiskan kepada Kebersihan, Kesehatan, Keamanan, dan Kelestarian Lingkungan atau Cleanlines, Health, Safety, and Environment Sustainability sesuai dengan arti dari singkatannya sendiri, dan di berlakukan sebagai prosedur standar semua kegiatan para pelaku pariwisata.

Visi dan Misi Perusahaan

Suatu sasaran dan tujuan didirikannya suatu perusahaan biasanya akan tercantum pada Visi dan misi dari perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki suatu visi dan misi masing-masing, yang bertujuan guna untuk menjalankan suatu aktivitas perusahaan yang sesuai dan berjalan seiringan dengan apa yang dinamakan visi dan misi perusahaan tersebut. Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh Hotel Bumi Sawunggaling adalah sebagai berikut :

Visi: Menjadikan hotel bumi sawunggaling bandung sebagai hotel pilihan utama di Bandung dan sekitarnya. Kami berkomitmen untuk memberikan kualitas properti komersial untuk kepuasan pelanggan.

Misi: Senantiasa bertekad memberikan produk yang bermutu tinggi guna memenuhi.

harapan pelanggan melalui pengembangan sumber daya dan manajemen kelas dunia.

Fasilitas Hotel Bumi Sawunggaling Bandung

Hotel Bumi Sawunggaling terdiri dari 2 lantai dan seperti hotel lainya Bumi Sawunggaling Hotel mempunyai fasilitas-fasilitas bagi kegiatan di hotelnya sendiri.

Kamar

Bumi Sawunggaling Hotel Bandung mempunyai fasilitas 22 kamar yang nyaman yang di desain classic art deco, yang terdiri dari suite dan junior suite room, deluxe, superior dan standard room.

Function & Meeting Room

Mempunyai fasilitas penunjang tiga buah ruang serba guna yang bisa digunakan untuk melakukan rapat, pertemuan dan kegiatan lainnya.

Tabel 2. Fuction Room

Function Room	Size	Capacity		
		U-Shape	Classroom	Theatre
Taman Sari Meeting Room	07.50 x 06.00 x 4.00	20	30	50
Siliwangi Meeting Room	10.00 x 06.00 x 3.00	30	40	60
Executive Lounge	05.00 x 05.00 x 4.00	10	10	20

Sumber: Manajemen Bumi Sawunggaling 2021

Kong Djie Cafe Coffee Corner

Kong Djie Cafe Coffee Corner merupakan suatu tempat yang ada di dalam hotel, dimana tamu bisa juga menikmati makan pagi, siang dan malam di tempat tersebut ataupun sebagai tempat beristirahat sambil minum coffee ataupun sebagai tempat untuk melakukan kegiatan kerja. Menu yang ditawarkan di tempat tersebut menu tradisional sampai dengan internasional.

The Citrus Beauty Spa

Merupakan sebuah fasilitas bagi tamu, yang akan melakukan treatment spa dimana tamu bisa melakukan aktifitas relaxing message ataupun perawatan badan ditempat tersebut, secara tradisional serta jenis paket perawatan lainnya.

Situasi Pemasaran Hotel Bumi Sawunggaling

Dimasa pandemik covid 19 keadaan hotel-hotel sangatlah dibawah pendapatan normal pada masa sebelum pademik ini berlangsung. Hotel Bumi sawunggaling yang mengalami keadaan serupa dengan hotel lainnya.

Keterangan Juli (A) Agustus (B) A : B

RNS	45	50	0,90
ARR	209.162	210.162	0,99
OCC	6,6%	7,3%	0,90

Dilihat dari data occupansi atau keterisian kamar hotel, keterisian kamar di bulan juli terjual 45 kamar dan bulan agustus terjual 50 kamar, masih berada dibawah dari target manajemen hotel sendiri sebesar 25% occupansi, realisasi jumlah kenaikan tingkat hunian kamar sendiri hanya sekitar 0,90 terlihat dari nilai perbandingan antara bulan Juli (A) dan Agustus (B).

Posisi Hotel Bumi Sawunggaling dan Hotel Sekitar

Posisi disini menjelaskan bagaimana hotel bumi sawunggaling sendiri dengan hotel-hotel lain yang berada tidak jauh dari tempatnya.

Tabel 3. Posisi Hotel Bumi Sawunggaling dan Hotel Sekitar Agustus 2021

Nama Hotel	Room Available	Room Night Sold	OCC
Hotel Bumi Sawunggaling	682	50	7,3%
Hotel Gandasari	1147	72	6,3%
Hotel Royal Dago	1.240	130	10,5%

Sumber : Data Penelitian 2021

Berdasarkan Tabel diatas posisi Hotel Bumi Sawunggaling Bandung, masih berada di bawah hotel lainnya.

Market Share dan Fair Share Hotel Bumi Sawunggaling Dengan Hotel Sekitar

Market share dan Fair Share di gunakan untuk mengetahui sejauh mana perbandingan Hotel Bumi Sawunggaling Bandung dalam meraih pasar konsumen yang ada.

Tabel 4. *Market Share* dan *Fair Share* Hotel Bumi Sawunggaling dan Hotel Sekitar Agustus 2021

Nama Hotel	Room Available	Room Night Sold	% Fair Market Share	% Actual Market Share	Selisih
Bumi Sawunggaling	682	50	22%	14%	-8
Gandasari	1147	72	38%	29%	-9
Royal Dago	1.240	130	40%	52%	12
TOTAL	3.069	252	100%	100%	

Sumber : Data Penelitian 2021

Berdasarkan data fair share dan market share diatas, diketahui hotel Royal Dago mendapatkan raihan yang paling besar dalam raihan pasar nya, posisi Hotel Bumi Sawunggaling berada masih di bawah rata-rata, tetapi berdasarkan data yang ada masih memiliki jumlah selisih yang lebih rendah jika dibandingkan hotel Gandasari yang memiliki raihan jumlah pasar lebih besar, tetapi masih belum mencukupi dibandingkan dengan jumlah pasar ideal nya.

Analisis SWOT Hotel Bumi Sawunggaling Bandung

Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti pada narasumber diperoleh data bahwa; Kekuatan (*strengths*) yang dimiliki oleh Hotel Bumi Sawunggaling adalah Lokasi dan Bangunan hotel, tempatnya yang sangat strategis, akses sangat mudah dijangkau dan konsep dari pelayanannya yang mengandalkan keramah tamahan dan kekeluargaan. Kelemahan (*Weaknesses*) dimana eksterior bangunan masih terbatas, jumlah kamar tidak terlalu banyak serta fasilitas ruangan serbaguna yang masih terbatas. Kesempatan (*Opportunities*) adalah harga murah dan relatif bersaing, posisinya di tengah kota tidak jauh dari kampus ITB. Sedangkan yang bisa menjadi ancaman (*Threats*) adalah banyaknya hotel di sekitar Bumi Sawunggaling dan jalan di sekitar yang terkadang macet. Dari hal tersebut peneliti membuat analisis pada penelitian ini dikaji tentang kemungkinan rumusan strategi yang dapat dipakai dalam pengembangan potensi di Hotel Bumi Sawunggaling Bandung.

Faktor Analisis Internal:

Kekuatan (*Strengths*)

Lokasi dan Bangunan, berada pada lokasi yang sangat strategis, serta aksesibilitas yang mudah dijangkau dengan penggunaan system dua arah pada jalur jalan di daepan bangunan hotel sehingga memberikan keleluasaan akses bagi tamu hotel. Konsep Home Heritage Hotel yang sudah dianut saat ini yaitu dengan mengutamakan dan menekankan kepada suasana yang lebih sederhana dan kekeluargaan yang bisa berkembang ke arah Boutique Hotel, serta konsistensi management hotel dalam perbaikan dan pemeliharaan fisik bangunan dan peralatan. Profitability atau keuntungan dari hotel Bumi Sawunggaling; yaitu harga kamar yang bisa dinegosiasikan, jaringan yang cukup luas ke departemen dan perusahaan lain yang berkerja sama dengan pihak ITB, serta menu makanan yang dapat ditawarkan bervariasi mulai dari tradisional hingga internasional, harga makanan yang ditawarkan bersaing, serta memiliki kerjasama dengan Travel Agent. Dalam operasional hotel; peningkatan kualitas produk dan layanan,

serta karyawan yang bersifat kekeluargaan. Fasilitas; memiliki fasilitas ruangan untuk MICE, memiliki paket-paket yang variatif.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Bangunan; eksterior bangunan yang tidak mendukung, jumlah kamar yang terbatas, keterbatasan ruang untuk memenuhi kebutuhan MICE dalam jumlah yang lebih banyak, usia bangunan, struktur dan infrastuktur bangunan yang sudah tua, polusi suara dari kanan dan kiri hotel. Sales dan Marketing; kurangnya promosi. Management; birokrasi masih mengandalkan manajemen ITB. Service/pelayanan; penyajian makanan yang kurang menarik. Fasilitas; keterbatasan alat pendukung operasional, alat pendukung keamanan yang kurang, area parkir yang kurang memadai.

Faktor Analisis External :

Kesempatan (*Opportunities*)

Sales dan Marketing; harga yang ditawarkan sangat bersaing, tamu walk-in, terbukanya peluang menarik pasar dari mahasiswa dan alumni ITB, peluang menarik pasar luar negeri yang bekerja sama dengan ITB. Lokasi, Bangunan dan Aksesibilitas; menarik pangsa pasar dengan Heritage value yang dimiliki hotel, merupakan salah satu Hotel dengan Heritage Value di Kota Bandung, dibukanya akses jalan tol cipularang, adanya direct flight ke Kota Bandung yang membuka akses dari luar, banyaknya jasa transportasi umum yang ditawarkan di sekitar hotel, banyaknya kawasan perbelanjaan dan wisata kuliner disekitar lokasi. Konsumen; aktivitas wisatawan dalam dan luar negeri yang akan meningkat di Bandung dikarenakan Covid-19 yang juga melandai, isu-isu keamanan yang membuat tamu lebih memilih hotel menengah kebawah dengan alasan keamanan tersebut.

Ancaman (*Threats*)

Banyaknya hotel disekitar yang bisa dikategorikan menjadi pesaing di daerah tersebut, ketidakpuasan tamu akan pelayanan, situasi keamanan yang kurang stabil, baik dari wabah maupun manusia, Jl. Tamansari yang terkadang menjadi titik kemacetan di akhir pekan, pajak dan regulasi usaha pariwisata, keamanan lingkungan dari pedagang kaki lima dan preman.

Dari identifikasi faktor-faktor Internal; Kekuatan (*Strength*), serta Kelemahan (*Weakness*) merupakan potensi didalam melaksanakan suatu usaha yang direncanakan. Disamping itu perlu diperhatikan faktor-faktor Eksternal; Kesempatan (*Opportunity*) dan Ancaman (*Threats*) yang akan dihadapi yaitu peluang-peluang atau kesempatan yang ada atau ancaman dan hambatan yang muncul dan mempengaruhi usaha yang akan dilakukan. Dari hal tersebut bisa di identifikasikan rumusan strategi yang dapat dipakai untuk mengembangkan Hotel Bumi Sawunggaling Bandung.

Strategi SO : Mencari target penjualan yang difokuskan pada para pengusaha yang melakukan kegiatan berhubungan dengan ITB, maupun tamu dari suatu komunitas yang ingin melakukan suatu kegiatan atau hanya sekedar ingin menikmati makanan dan minuman serta fasilitas lain yang ada di Hotel Bumi Sawunggaling, dan tetap menjaga sistem yang sudah ada .

Strategi ST : Memelihara fasilitas fisik bangunan dan ke khasan art deco serta keramahan dari karyawan nya serta meningkatkan keamanan di lingkungan hotel bagi para tamu yang datang ke tempat tersebut.

Strategi WO : Meningkatkan aspek promosi keluar tentang hotel dan juga fasilitas-fasilitas Hotel lainnya, meningkatkan kerjasama dengan manajemen ITB agar dapat ikut memperkenalkan Hotel Bumi Sawunggaling bagi kalangan nya dan para alumni nya.

Strategi WT : Memberikan pelayanan yang terbaik kepada para tamu hotel Bumi Sawunggaling dengan meningkatkan kemampuan SDM dalam segi pelayanan dengan tidak melupakan ke khasan pelayanannya .

Dari analisis SWOT dan strategi SO, ST, WO, WT dapat disusun strategi pengembangan hotel Bumi Sawunggaling dalam bentuk program antara lain:

Pengorganisasian SDM, sebagai langkah awal diperlukan penataan manajemen SDM, dimana

para manager termasuk General Manager melakukan upaya khusus dalam peningkatan kualitas SDM atau kemampuan para karyawan nya dibidang perhotelan. Dimana General Manager yang bertanggung jawab langsung dan yang bertindak sebagai HRD di Hotel tersebut juga turut memberikan pendidikan tentang pelayanan yang baik bagi setiap tamunya dan juga menjelaskan Visi dan Misi dari Hotel Bumi Sawunggaling Bandung seutuhnya.

Penataan Pemasaran, dengan menata kembali kegiatan pemasaran bagi Hotel Bumi Sawunggaling, dimana pimpinan hotel bisa mendelegasikan kepada wakil nya untuk melakukan pemasaran yang baik bagi Hotel Bumi Sawunggaling, atau pimpinan merekrut seorang Manager Pemasaran guna memimpin proses pemasaran di hotel tersebut.

Peningkatan Kegiatan Promosi, dengan cara melakukan kegiatan Promosi keluar bagi Hotel Bumi Sawunggaling dengan lebih aktif dan memaksimalkan penggunaan website hotel sebagai ajang promosi hotel, serta memanfaatkan media internet sebagai bagian dari media promosi Hotel Bumi Sawunggaling Bandung.

Penataan Hotel dan Lingkungan bersama, melakukan penataan hotel ke depannya agar bersifat lebih ramah lingkungan, dengan menggunakan barang recycle dan bahan ramah lingkungan yang tidak mengandung racun bagi lingkungan, serta melakukan penataan lingkungan sekitar agar lebih asri dan terjaga, sesuai dengan konsep sustainable SWOT di mana isu lingkungan merupakan hal yang utama.

CONCLUSIONS

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang ada dapat di simpulkan Hotel Bumi Sawunggaling Bandung masih memiliki potensi yang baik dan nilai jual yang cukup tinggi dalam pengembangan kemampuan Hotel di masa yang akan datang. Potensi pengembangan yang cukup baik itu adalah seperti di bawah ini:

Dengan tempat dan letak yang cukup strategis Hotel Bumi Sawunggaling masih memiliki potensi untuk di kenal oleh para tamunya,

Mempunyai nilai art deco bangunan yang cukup baik , untuk meningkatkan penjualan di hotel tersebut. Tetapi harus ditunjang dengan langkah Promosi yang lebih giat sehingga Hotel Bumi Sawunggaling Bandung dapat lebih di kenal luas.

Mempunyai keuntungan yang baik dengan kedekatan nya dengan manajemen ITB sehingga dapat lebih di kenal luas di kalangan mahasiswa dan alumnus perguruan tersebut.

Mempunyai ciri khas keramahan para karyawan nya dan konsep pelayanan yang ber azaz kekeluargaan, serta fasilitas-fasilitas operasional hotel, dan fasilitas-fasilitas lainnya yang ada di hotel yang dapat mengangkat, menambah pendapatan dan memperkenalkan hotel.

Mempunyai kesempatan untuk mengembangkan konsep hotel kearah yang lebih baik yaitu sebagai Boutique hotel selanjutnya.

Berdasarkan kesimpulan dapat di sarankan beberapa hal sebagai berikut:

Inovasi atau ide yang telah dibuat oleh pihak hotel bumi sawunggaling yang kemudian di rumuskan menjadi suatu rencana jangka pendek dan rencana jangka panjang atau yang lebih dikenal sebagai visi dan misi tersebut yang dijadikan acuan atau target dari bumi sawunggaling dalam meningkatkan kualitas, baik produk maupun service, adapun visi dan misi dari hotel Bumi sawunggaling ini diharapkan bisa diterapkan oleh karyawan dan manajemen sehingga menjadi suatu kebanggaan dan ciri khas dari Hotel Bumi sawunggaling.

Aktif dalam melakukan pemasaran promosi keluar dan kedalam dari pihak hotel.

Aktif dalam pelaksanaan Marketing melalui media website pribadi hotel, dan jejaring sosial yang ada di internet.

Hotel Bumi Sawunggaling sendiri harus menjaga kualitas produk, pelayanan, dan kebersihan, disamping menyelenggarakan program pelatihan secara berkesinambungan

Menitikberatkan pada program peningkatan pelayanan service personal kepada customer, yaitu memfokuskan diri pada pelayanan secara personal dimana ada ikatan keharmonisan antara customer dengan karyawan.

Melakukan perbaikan manajemen untuk meciptakan konsep Boutique Hotel ataupun Green Hotel sebagai rencana jangka panjang yang berkelanjutan.

Melakukan kegiatan aktivitas-aktivitas sosial bagi lingkungan sekitarnya. Menjaga keasrian lingkungan sekitar hotel sebagai salah satu asset bagi hotel.

Memaksimalkan Kong Djie Cafe Coffee Corner sebagai fasilitas penunjang hotel, serta memanfaatkan para konsumen working space yang biasanya anak muda untuk menarik nya guna menginap di hotel Bumi Sawunggaling.

Melakukan kegitan-kegiatan promosi untuk memperkenalkan fasilitas lainnya yang ada di hotel bumi sawunggaling.

REFERENCES

Bradford, R. W., Duncan, Peter J., Tarcy, & Brian,. (2007). *Simplified Strategic Planning: A Nonsense Guide for Busy People Who Want Result Fast*. New York: Mc Graw Hill.

- Friesner, T. *History of SWOT Analysis*. <http://www.marketingteacher.com>.
- Komaruddin. (2011). *Ensiklopedia Manajemen*. Edisi ke-4. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K.L., (2012). *Marketing Management*. 14th Edition,. Prentice Hall.
- Pahl, N., & Richter, A. . (2009). *SWOT Analysis – Idea, Methodology and A Practical Approach*. Munchen GRIN Verlag GMBH.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. , Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Riyanto, Y. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Surabaya: Unesa University Press
- Stringham, S. (2011). *Strategic Leadership and Strategic Management: Leading and Managing Change*, Universe.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Teece, D. J., & Chandler, A. "Capabilities" Theories of Strategy and Management (2010). *Industrial and Corporate Change*, 19(2), pp. 297-316, 2010,
- Tompson, J. L, & Frank, M. (2010). *Strategic Management: Awareness & Change*. South Western Cengage Learning.
- Yusuf, A.M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Hermawan, H. (2018). Dampak Pengembangan Desa Wisata yang Berdampak Terhadap Sosial Budaya Masyarakat Lokal. In Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer (Vol. 4, No. 1, pp. 67-70).
- Hermawan, H. (2017). Pengembangan destinasi wisata pada tingkat tapak lahan dengan pendekatan analisis SWOT. *Jurnal Pariwisata*, 4(2), 64-74.

AUTHOR BIOGRAPHY

Prima Setia Judha Pranatha, SST.Par, MM.Par, adalah dosen tetap di Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Indonesia.

Izza Ulumuddin Ahmad Asshofi, SE, MM.Par, adalah dosen tetap di Program Studi Pengelolaan Perhotelan, Universitas Dian Nuswantoro Semarang, Indonesia.