
EKSISTENSI HOTEL JAYAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN OPERATION SELAMA PANDEMI COVID-19

Oleh

Siti Aminatuzzahrah¹, I Made Murdana², I Ketut Purwata³ & Lalu M. Iswadi Athar⁴

^{1,2,3,4} Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email : ¹sitiaminatuzzahrah@gmail.com, ²imademurdana@gmail.com,

³Iktpurwata@gmail.com & ⁴iswadiathar@gmail.com

Article History:

Received: 02-06-2024

Revised: 04-06-2024

Accepted: 08-06-2024

Keywords:

Covid-19, Hotel,

Strategi, Ancaman dan

Peluang.

Abstrak: Munculnya virus Covid-19 menjadi polemik global yang menimbulkan rasa ketakutan akan bahaya dan resiko yang ditimbulkannya. Akibat rasa kekhawatiran masyarakat untuk menjalankan segala aktivitasnya. Adapun sektor pariwisata merupakan salah satu yang terdampak sangat besar dari wabah virus Covid-19, salah satu dampak dari pademi ini adalah menurunnya tingkat hunian hotel. Hotel Jayakarta termasuk terdampak dari munculnya Covid-19. Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Hasil dalam penelitian ini ialah pandemi covid-19 sangat berdampak pada Hotel Jayakarta dengan menurunnya tingkat hunian kamar selama pandemi covid-19 dan hotel Jayakarta memberlakukan shift kepada karyawan , dan untuk pekerja Daily Worker di tiadakan. Beberapa strategi Hotel Jayakarta antaranya menerapkan protokol kesehatan, memberikan potongan harga kamar dan beberapa paket lainnya. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengambilan sample ditentukan secara purposive sampling dengan penentuan sample berdasarkan atas beberapa kriteria dan tehnik analisis data menggunakan analisis SWOT untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman strategi S-O, S-T,W-O, W-T yang diterapkan untuk meningkatkan volume penjualan di hotel jayakarta yaitu dengan mempromosikan meeting room, promosi makan dan minuman, inovasi produk dan promosi melalui media social memberikan tingkat harga yang kompetitif.

PENDAHULUAN

Saat ini dunia tengah diguncang oleh kasus penyebaran pandemic wabah Virus Covid-19 kian merebak dan meluas secara cepat dan menjadi polemik global terbesar untuk saat ini. Bahkan wabah virus ini telah ditetapkan sebagai pandemi global oleh *World Health Organization* (WHO). Hal inilah yang kini menjadi pembicaraan dan perbincangan publik yang terjadi diseluruh dunia. Setelah pernyataan yang ditetapkan oleh WHO tersebut tentunya ini menjadi problematika yang harus menjadi perhatian serius oleh pemerintah dan masyarakat seluruh dunia. Hal ini terjadi karena virus Covid-19 menimbulkan rasa ketakutan akan bahaya dan resikonya yang berdasarkan berita dan fakta yang tersebar saat ini yaitu dapat berujung pada kematian. Akibatnya timbul rasa kekhawatiran masyarakat untuk menjalankan segala aktivitasnya yang memiliki kemungkinan akan tertular virus Covid-19 ini. Adapun sector pariwisata merupakan salah satu yang terdampak sangat besar dari kasus wabah virus Covid-19 ini (Mega, 2020).

Masa Pandemi sangat berdampak pada semua sektor termasuk industri pariwisata, Sebelumnya industri pariwisata yang ada di Indonesia tengah mengalami perkembangan yang cukup pesat usai tagar “Wonderful Indonesia” mulai dikenaldunia, tetapi selama masa pandemi ini baik turis lokal maupun mancanegara mengalami penyusutan jumlah yang sangat signifikan. Dari banyaknya sektor yang terkena dampak pandemi, Industri Pariwisata merupakan salah satu yang terkena dampak terbesar dibanding industri-industri lainnya (Anonym 2021).

Pariwisata yang pada awalnya mengalami pertumbuhan yang sangat begitu pesat saa tini seakan melemah dan mengalami penurunan yang sangat drastis. Penurunan yang terjadi dalam tingkat hunian Hotel untuk saat ini tidak akan bisa ditanggulangi sampai kasus wabah virus Covid-19 ini menemukan titik terang penyelesaiannya. Adapun upaya yang diberlakukan oleh pemerintah Indonesia dalam mempertahankan sector pariwisata dari dampak negatif virus Covid-19 dengan pemberian insentif terhadap industry pariwisata dan pemberian diskon kepada wisatawan, tapi nyatanya tidak akan berdampak apa-apa untuk saat ini. Melemahnya industri pariwisata akibat virus Covid-19 juga terjadi di Indonesia.

Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan daerah tujuan wisata yang menjanjikan diantara sekian banyak tempat wisata yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika dikatakan bahwa pariwisata merupakan motor penggerak perekonomian seluruh lapisan masyarakat di Nusa Tenggara Barat, dan telah menjadi model bagi situasi pendapatan asli daerah/perkotaan yang ada. Namun, ketika Covid 19 mulai menyebar pada awal Maret 2020, harapan tersebut seolah sirna. Dunia pariwisata seakan lumpuh, ribuan orang kehilangan pekerjaan. Oleh karena itu, pemerintah pusat dan daerah, swasta, kelompok pegiat pariwisata, dan akademisi bekerjasama untuk mencari solusi dari masalah ini.(Anonym 2021).

Hotel merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor Dalam industri jasa khususnya akomodasi, segmentasi pasarnya diperuntukkan bagi tamu yang datang untuk keperluan liburan atau bisnis. Oleh karena itu konsumen membutuhkan tempat yang bersih, nyaman dan aman. Hotel harus memberikan layanan terbaik kepada setiap pelanggan. Setiap konsumen ingin mendapatkan yang terbaik dalam setiap layanan yang mereka beli, karena inilah kematangan. Setiap konsumen berhak untuk menikmati informasi yang nyaman, aman, jujur dan jujur serta perlakuan atau layanan yang benar atas barang yang dibeli. Industri perhotelan merupakan suatu kawasan yang membutuhkan pengelolaan yang baik dan terorganisir untuk mempengaruhi tingkat hunian yang akan berdampak pada perkembangan bisnis perhotelan. Pada prinsipnya perkembangan kegiatan pariwisata di suatu destinasi termasuk Indonesia tidak terlepas dari peran operator pariwisata dan tanggungjawab stakeholders yang terlibat, serta tempat-tempat yang berkontribusi terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata itu sendiri. Hotel Jayakarta Lombok diresmikan pada tanggal 8 Januari 1993 oleh Bapak Wakil Presiden Soedarmono S.H, berlokasi di Jalan Raya Senggigi, Desa Meninting, Kecamatan Batu Layar, Kabupaten Lombok Barat, Propinsi Nusa Tenggara Barat. Hotel ini dibangun di atas lahan seluas enam hektar dengan bangunan yang megah dan bangunan yang sesuai dengan ciri khas Lombok berupa lumbung pada bagian depannya, serta dilengkapi dengan fasilitas modern, taman-taman yang hijau serta pemandangan matahari terbenam yang sangat indah serta menawan. Lokasi Hotel Jayakarta Lombok sangatlah strategis, 15 menit ke kota Mataram, 45 menit dari pelabuhan Lembar dan 5 menit ke shopping central di area Senggigi. (Anonym: 2021)

Hotel Jayakarta adalah salah satu hotel yang terkena dampak pandemic Covid 19 ini. Akan tetapi Hotel ini masih tetap beroperasi dengan berbagai strategi yang dilakukan untuk menjual produknya.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Krisis

Manajemen krisis yaitu strategi responsif menghadapi kejadian krisis yang datang secara tiba-tiba, krisis bisa hadir dalam berbagai wujud, salah satunya seperti yang sedang terjadi saat ini yaitu wabah pandemic Covid 19.

Krisis

Krisis sering dikaitkan dengan konsep tekanan psikologis. Dalam budaya barat, istilah ini sering digunakan untuk memberikan pengalaman yang menakutkan atau penuh ketidakpastian. Sementara di budaya oriental seperti Cina, krisis dapat berarti bahaya dan peluang (karakter Cina yang digunakan adalah Wei dan Chi). Secara umum, krisis adalah situasi sistem yang kompleks (baik sistem keluarga, ekonomi, masyarakat) yang mana ketika berfungsi dengan buruk, keputusan segera diambil, namun penyebab hal tersebut tidak segera diidentifikasi.

Krisis memiliki beberapa karakteristik. Seeger, Sellnow, dan Ulmer mengatakan bahwa krisis memiliki empat karakteristik yaitu "peristiwa spesifik, tak terduga, dan tidak rutin atau serangkaian peristiwa yang[menciptakan] ketidakpastian dan ancaman yang tinggi, atau ancaman-ancaman terhadap organisasi tujuan prioritas tinggi"

Sejumlah alasan yang berbeda untuk 'kegagalan memerhatikan timbulnya krisis' adalah bahwa kita membiarkan diri kita diperdaya untuk meyakini bahwa kita melakukan sesuatu karena alasan yang salah. Dengan kata lain, kita melakukan hal-hal yang salah dengan alasan yang benar. Sebagai contoh, kita mungkin percaya bahwa kita sedang memecahkan ancaman perubahan iklim dengan terlibat dalam aktivitas perdagangan ekonomi yang tidak memiliki dampak nyata pada iklim. *Mitroff* dan *Silvers* mengemukakan dua alasan untuk kesalahan ini, yang diklasifikasikan sebagai kesalahan Tipe 3 (tidak disengaja) dan Tipe 4 (memang disengaja). Efek dari ketidakmampuan kita untuk memperhatikan kemungkinan hasil tindakan kita ini dapat mengakibatkan krisis. Dari perspektif ini kita dapat belajar bahwa gagal memahami penyebab sebenarnya dari kesulitan kita cenderung mengarah pada 'blowback' hilir yang berulang-ulang. Menurut Michael Brecher, berdasarkan studi kasus dari proyek *International Crisis Behavior (ICB)*, menyarankan cara berbeda dalam mendefinisikan krisis karena tergantung keadaan, ada persepsi yang dimiliki oleh pengambil keputusan tingkat tertinggi dari aktor yang bersangkutan:

1. Ancaman terhadap nilai-nilai dasar
2. Kemungkinan tinggi keterlibatan dalam permusuhan militer berkelanjutan, dan
3. Kesadaran akan waktu yang terbatas untuk menanggapi ancaman nilai eksternal.

Resiko

Resiko adalah bahaya, akibat atau konsekuensi yang dapat terjadi akibat proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang. dalam bidang asuransi, resiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketidakpastian, dimana jika terjadi sesuatu keadaan yang tidak dikehendaki dapat menimbulkan suatu kerugian.

Bentuk-bentuk risiko antara lain risiko murni, risiko spekulatif, risiko partikular dan risiko fundamental.

1. Risiko murni adalah risiko yang akibatnya hanya ada 2 macam: rugi atau *break even*, contohnya pencurian, kecelakaan atau kebakaran.
2. Risiko spekulatif adalah risiko yang akibatnya ada 3 macam: rugi, untung atau *break even*, contohnya judi.
3. Risiko partikular adalah risiko yang berasal dari individu dan dampaknya lokal, contohnya pesawat jatuh, tabrakan mobil dan kapal kandas. Sedangkan risiko fundamental adalah risiko yang bukan berasal dari individu dan dampaknya luas, contohnya angin topan, gempa bumi

dan banjir.

Bencana

Tidak adanegara yang kebal dari bencana di dunia ini.Meskipun kerentanan terhadap bencana pada tiap-tiap negara bervariasi.Bencana dalam bahasa Inggris disebut disaster.Dikutip dari Kamus *Merriam-Webster*, penggunaan kata disaster diketahui pertama kali pada 1567. Bencana berakar pada keyakinan bahwa posisi bintang memengaruhi nasib manusia seringkali dengan cara yang merusak. Bencana dalam Bahasa Inggris memiliki makna asli sebagai aspek yang tidak menguntungkan dari sebuah planet atau bintang. Kata *disaster* berasal dari bahasa Italia Kuno *disastro* yang terdiri dari kata *dis* dan *astro* atau *astrom* yang artinya bintang. Berdasarkan astrologi, *disastro* dapat diartikan sebagai berbintang buruk. Zaman sekarang, umumnya digunakan kata sial atau ditakdirkan untuk nasib sial. Disastro serupa dengan bintang bertanda silang (*star-crossed*) yang artinya tidak disukai oleh bintang-bintang atau naas. Bencana Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), bencana adalah sesuatu yang menyebabkan (menimbulkan) kesusahan, kerugian atau penderitaan. Dalam KBBI, bencana alam adalah bencana yang disebabkan oleh alam seperti gempa bumi, angin besar dan banjir. Menurut Kamus Oxford, bencana adalah kejadian mendadak, seperti kecelakaan atau bencana alam, yang menyebabkan kerusakan besar atau kematian. Definisi, Penyebab dan Dampak Dalam Kamus Cambridge, bencana adalah suatu peristiwa yang mengakibatkan bahaya besar, kerusakan atau kematian atau kesulitan serius.Bencana juga diartikan sebagai kejadian mendadak yang menyebabkan banyak kerusakan, seperti kebakaran, badai atau kecelakaan yang sangat buruk. Menurut Kamus *Merriam-Webster*, bencana adalah peristiwa mendadak yang membawa kerusakan, kerugian atau kehancuran besar. *World Health Organization (WHO)* dari *United Nations* atau UN (Perserikatan Bangsa-bangsa atau PBB) mendefinisikan bencana adalah kejadian yang mengganggu kondisi normal dan menyebabkan tingkat penderitaan melebihi kapasitas adaptasi komunitas yang terdampak.Dikutip dari situs resmi Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB), menurut Undang-undang Nomor 24 Tahun 2007, dijelaskan pengertian dan jenis-jenis bencana.Bencana adalah peristiwa atau rangkaian peristiwa yang mengancam dan mengganggu kehidupan dan penghidupan masyarakat yang disebabkan baik oleh faktor alam, nonalam maupun manusia.Sehingga bencana mengakibatkan timbulnya korban jiwa manusia, kerusakan lingkungan, kerugian harta benda dan dampak psikologis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Wawancara Mendalam (deep interview)

Menurut (Kriyantono, 2018) wawancara adalah percakapan antara periset, yaituseseseorang yang berharap mendapatkan informasi dan informan yaitu seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek.

b. Observasi

Menurut Riyanto (2010:96) observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung.

c. Studi Kepustakaan

Menurut Mestika Zed (2003), studi kepustakaan ialah sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.

d. Penentuan Informan

Menurut Hendarso dalam Suyanto (2005: 171-172), informan penelitian meliputi 3 macam yaitu Informan Kunci (Key Information), Informan Utama dan Informan tambahan.

Dalam Analisis data kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus-menerus sampai datanya jenuh.

Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif, sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam melakukan analisis, yang paling serius dan sulit dalam analisis data kualitatif adalah karena metode analisis belum dirumuskan dengan baik. Belum ada panduan dalam penelitian kualitatif untuk menentukan berapa banyak data dan analisis yang diperlukan untuk mendukung kesimpulan atau teori. Selanjutnya Nasution menyatakan bahwa, melakukan analisis adalah pekerjaan yang sulit, memerlukan kerja keras. Analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual yang tinggi. Tidak ada cara tertentu yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasakan cocok dengan sifat penelitiannya. Bahan yang sama bias diklasifikasikan lain oleh peneliti yang berbeda.

Dalam analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2012).

Dalam analisis ini menggunakan metode SWOT. Berdasarkan analisis SWOT dapat dirumuskan berbagai kemungkinan strategi alternative dalam strategi hotel jayakarta dalam mempertahankan operation selama pandemi covid-19. Kombinasi komponen-komponen swot merupakan strategi-strategi yang mendukung Hotel Jayakarta dalam mempertahankan operation selama pandemi covid-19. Strategi alternatif yang dirumuskan kemudian disusun program-program yang dianggap relevan dengan kondisi objek.

Menurut Rangkuti (2008), kinerja perusahaan ataupun organisasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis swot. Analisis SWOT membandingkan antara faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats) dengan faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weakness).

Tabel 1. Matrik SWOT

IFAS EFAS	<ul style="list-style-type: none"> o <i>Strengths (S)</i> Tentukan faktor-faktor kekuatan internal 	<ul style="list-style-type: none"> o <i>Weakness (W)</i> Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
<ul style="list-style-type: none"> o <i>Opportunities (O)</i> Tentukan faktor-faktor peluang eksternal 	<ul style="list-style-type: none"> o <i>Strategi S-O</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang 	<ul style="list-style-type: none"> o <i>Strategi W-O</i> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<ul style="list-style-type: none"> o <i>Treats (T)</i> Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal 	<ul style="list-style-type: none"> o <i>Strategi S-T</i> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman 	<ul style="list-style-type: none"> o <i>Strategi W-T</i> Ciptakan strategi meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Covid 19 terhadap Hotel Jayakarta sangat besar penurunan jumlah hunian yang tadinya sangat meningkat menjadi menurun pesat bagaimana tidak walaupun Lombok diterjang gempa dengan skala 7,00 Ricther pada tahun 2018 lalu hunian pada Hotel Jayakarta tetap meningkat dan tidak mempengaruhi tingkat hunian karena banyak wisatawan domestik maupun luar negeri berbondong-bondong untuk menginap di Hotel Jayakarta selain mereka datang untuk menjadi relawan dan memberikan bantuan mereka juga ingin melihat keadaan para korban gempa, mereka juga ingin merasakan keadaan disana malah para wisatawan menyebut sebagai wisata gempa pada saat itu, Namun berbanding terbalik dengan keadaan saat ini yang justru tingkat hunian ruang kamar hotel yang berjumlah 171 kamar sangat menurun drastis karena pandemic selain para wisatawan takut tertular oleh virus Covid-19 juga di berlakukan Work From home dan pemerintah juga menutup akses keluar masuk bandara dan pelabuhan untuk mengurangi dampak tertular virus Covid-19.

Dampak covid-19 terhadap 121 karyawan sangat besar dan dampak yang dihadapi oleh para karyawan Hotel Jayakarta akibat pandemic ialah karena menurunnya tingkat hunian mengakibatkan Hotel Jayakarta memberlakukan shift untuk para karyawan. Setiap karyawan akan masuk hanya 3-4 hari dalam satu minggu sangat berdampak pada penghasilan karyawan karena akan dibayarkan sesuai dengan jumlah hari mereka bekerja dan juga selain mendapatkan penghasilan bulanan para karyawan juga biasa mendapatkan uang tips dari para tamu, walaupun tingkat hunian menurun Hotel Jayakarta tidak merumahkan para karyawannya hanya saja untuk para karyawan DW (daily worker) di tiadakan.

Berdasarkan analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Hotel Jayakarta Lombok membuat Hotel Jayakarta Lombok mampu bertahan mampu bersaing dengan hotel dan resort lainnya. Hal ini dikarenakan karena strategi yang digunakan Hotel Jayakarta dapat memuaskan konsumen. Hasil analisis penelitian menggunakan matriks SWOT yang memadukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis faktor internal perusahaan dilakukan dengan memberikan gambaran umum mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan analisis faktor eksternal dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi hotel. Hal ini sejalan dengan Teori Porter (2001:135) yang menyatakan bahwa Analisis lingkungan internal yang terdiri dari Sumber Daya Manusia, Sumber Daya Keuangan dan Sumber Daya Pemasaran dan analisis lingkungan eksternal yang terdiri dari Daya tawar pembeli, daya tawar pemasok, pesaing sejenis, produk substitusi dan ancaman pesaing

baru.

Melihat dari hasil lidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari hotel dengan menggunakan analisis SWOT, yang diperoleh dari hasil observasi hotel merancang kebijakan – kebijakan berdasarkan Strategi Kekuatan-Peluang SO, Strategi Kelemahan-Peluang WO, Strategi Kekuatan-Ancaman ST, dan Strategi Kelemahan-Ancaman WT.

Berdasarkan penentuan bobot faktor-faktor kekuatan dan kelemahan maka dapat dibuat faktor-faktor strategi yang hasilnya ditunjukkan pada tabel IFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness)

Tabel 2. IFAS

No	Faktor faktor internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN				
1.	Ada diskon/ potongan harga selama pandemi covid-19	0,13	4	0,52
2.	Inovasi hotel pada produk baru.	0,13	4	0,52
3.	Lokasi hotel yang strategis yaitu tepat berada di pinggir jalan dan dekat pantai.	0,10	3	0,3
4.	Hotel menerapkan protokol kesehatan	0,13	4	0,52
5.	Adanya tempat bermain untuk anak-anak.	0,10	3	0,3
KELEMAHAN				
1	Sumber daya manusia yang terlalu banyak. covid-19.	0,06	3	0,18
2	Kurangnya regulasi penagangulangan. covid-19.	0,10	3	0,3
3	Fasilitas yang kurang memadai.	0,06	3	0,18
4	Bangunan hotel tua, sehingga terkadang ada keluhan dan saran dari tamu yang menginap.	0,06	3	0,18
5	Besarnya biaya operasional hotel selama pandemi covid-19.	0,10	3	0,3
TOTAL		1,00		3,32

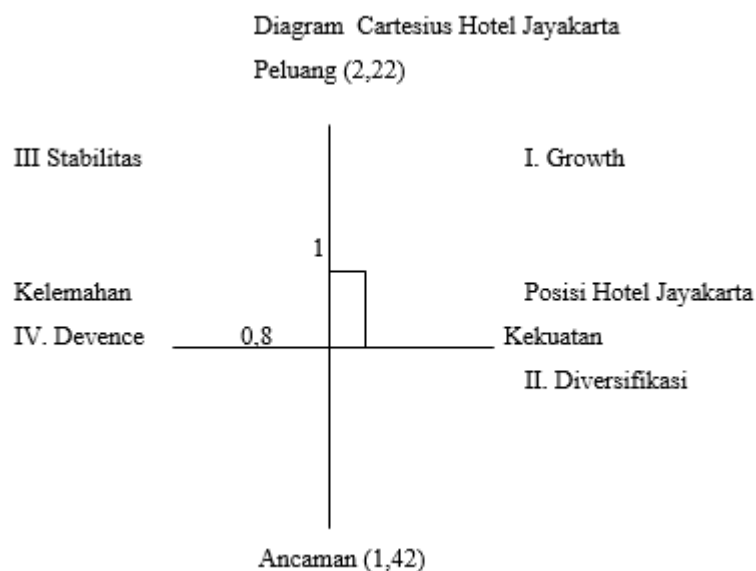
Berdasarkan tabel penentuan bobot faktor-faktor peluang dan ancaman pada tabel diatas maka dapat dibuat faktor-faktor strategi yang hasilnya ditunjukkan pada tabel EFAS disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi eksternal tersebut dalam kerangka peluang ancaman.

Tabel 3. EFAS

No	Faktor faktor internal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG				
1.	Kemajuan teknologi sebagai media promosi.	0,14	4	0,56
2.	Kejenuhan masyarakat selama PSBB membuat masyarakat ingin segera berwisata.	0,10	4	0,4
3.	Adanya potongan pajak hotel dari pemerintah selama pandemi covid-19.	0,14	4	0,56
4.	Testimoni review pengunjung pada aplikasi travel agent online dapat meyakinkan pengunjung untuk datang menginap.	0,10	4	0,4
5.	Dukungangenpi, influencer,dan pemerintah melalui media sosial(facebook, instagram, youtube) mengajak wisatawan berkunjung kembali di era new normal.	0,10	3	0,3
ANCAMAN				
1	Pandemi covid-19 membuat hotel sepi pengunjung.	0,08	4	0,32
2	Persaingan promosi potongan harga kamar dengan penginapan lainya disaat pandemi covid-19 makin gencar.	0,10	3	0,3
3	Masa pandemi covid-19 belum jelas kapan akan berakhir sehingga dapat menghantui pengunjung	0,08	3	0,24

	untuk menginap ataupun melakukan aktivitas.			
4	Kenaikan harga bahan bakudi masa pandemi covid-19 yang dapat berpengaruh pada kegiatan operasional.	0,08	3	0,24
5	Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas yang dimiliki hotel pesaing.	0,8	4	0,32
TOTAL		1,00		3,64

Berdasarkan hasil perhitungan, faktor internal kekuatan yang dimiliki Hotel Jayakarta lebih besar dari faktor kelemahannya yaitu sebesar 1 dan untuk faktor eksternal peluang lebih besar dari faktor eksternal ancaman yaitu sebesar 0,8 dari perhitungan tersebut di tentukan posisi Hotel Jayakarta sehingga diperoleh formulasi strategi pemasaran yang sesuai, seperti gambar 4.1 dan tabel 4.5



Gambar 1. Diagram Cartesius Hotel Jayakarta

Dari hasil analisis dampak bahwa posisi Hotel Jayakarta terletak pada sel I yang menunjukkan bahwa Hotel Jayakarta menghadapi peluang dan mempunyai berbagai kekuatan yang mendorong untuk mendapatkan peluang-peluang tersebut.

Tabel 4. Matriks Internal Eksternal Hotel Jayakarta

TOTAL NILAI IFAS					
Total Nilai Efas	4,0	KUAT	3,0	rata-rata 2,0	LEMAH
	1,0		3,32		
	3,64 BESAR RATA-RATA 2,0 RENDAH 1,0	X. GROWTH Konsentrasi via integrasi vertikal	XI. GROWTH Tumbuh dan bina (konsentrasi via integrasi vertikal)	XII. RETRENCHMENT pertahankan dan pelihara (pertumbuhan berputar)	
		XII. stability tumbuh dan bina	XIV. Growth pertahankan dan pelihara (strategi tidak berubah)	XV. retrenchment panen atau divestasi (kawasan terikat atau jual habis kewaspadaan)	
XVI GROWTH pertahankan dan pelihara(diversifikasi konsentrasi)		XVII. GROWTH panen atau divestasi (diverifikasi konglomerat)	XVIII. RETRENCHMENT panen atau divestasi (likuiditas)		

Strategi pertumbuhan melalui konsentrasi vertikal dapat dilakukan dengan cara mengambil alih fungsi yang sebelumnya disediakan oleh pemasok (Backward Investigation). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (High Market Share) dalam industri yang berdaya tarik tinggi (Rangkuti 2008:44).

Pada kedua strategi itu dapat dilakukan pendekatan internal dan eksternal, pendekatan internal, yaitu melalui sumber daya internal perusahaan untuk memasok kebutuhan untuk bisnis pelanggan mereka(Umar 2005).

Melihat posisi kompetitif hotel jayakarta yang kuat maka strategi pertumbuhan konsentrasi melalui integrasi vertikal dengan mengambil alih distribusi (Forward Integration) dengan melalui pendekatan sumberdaya internal. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya Hotel Jayakarta harus melakukan upaya-upaya mengontrol kualitas produk, fasilitas-fasilitasnya, distribusi produk dan meminimalkan biaya serta operasi yang tidak efisien

Tabel 5. Matriks SWOT Hotel Jayakarta Lombok

Internal	<p><i>Strengths(S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada diskon/ potongan harga selama pandemi covid-19. 2. Inovasi hotel pada produk baru. 3. Lokasi hotel yang strategis yaitu tepat berada di pinggir jalan dan dekat pantai. 4. Hotel menerapkan protokol kesehatan. 5. Adanya tempat bermain untuk anak-anak. 	<p><i>Weakness(W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya manusia yang terlalu banyak. 2. Kurangnya regulasi penagangulangan covid-19. 3. Fasilitas yang kurang memadai. 4. Bangunan hotel tua, sehingga terkadang ada keluhan dan saran dari tamu yang menginap. 5. Besarnya biaya operasional hotel selama pandemi covid-19.
Eksternal	<p><i>Opportunities(O)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemajuanteknologi sebagai media promosi. 2. Kejenuhan masyarakat selama PSBB membuat masyarakat ingin segera berwisata. 3. Adanya potongan pajak hotel dari pemerintah selama pandemi covid-19. 4. Testimoni review pengunjung pada aplikasi travel agent online dapat meyakinkan pengunjung untuk datang menginap. 5. Dukunganpi, influencer, dan pemerintah melalui media sosial(facebook, instagram, youtube) mengajak wisatawan berkunjung kembali di era new normal. 	<p><i>Strategi S-O</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Strategi memanfaatkan seluruh kekuatan hotel melalui perkembangan tekhnologi yang semakin canggih sehingga mempermudah kegiatan promosi.. 2.Membuat paket-paket atau promo-promo yang lebih menarik lagi agar tamu tertarik untuk menginap dan berkunjung lagi. 3.Menarik wisatawan dengan mengadakan program untuk paket perjalanan ke tempat-tempat wisata yang ada di Lombok. 4.Membuat program yang berthema dengan kegiatan laut seperti <i>snorkling</i> dan lain-lain. 5.Menyediakan fasilitas yang lebih lengkap untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan. <p><i>Strategi W-O</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberlakukan shift pada karyawan walaupun berdampak pada pemasukan karyawan namun ini strategi untuk menghindari pemutusan hubungan kerja. 2. Melengkapi fasilitas yang masih kurang seperti tidak adanya lift untuk mempermudah <i>acces</i> tamu menuju kamar.. 3. Melengkapi regulasi penaggulangan covid-19 seperti menyediakan kamar atau tempat bagi tamu yang suhu tubuh diatas 36 derajat celcius. 4. Merenovasi atau memperbaiki bagian-bagian atau tempat-tempat di hotel yang

		<p>sudah tidak layak agar memberi rasa nyaman pada tamu.</p> <p>5. Mengurangi pembiayaan operasional hotel dengan cara menghemat penggunaan listrik jika tidak terlalu dibuthkan sebaiknya beberapa lampu di area hotel dipadamkan.</p>
<p><i>Threats(T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pandemi covid-19 membuat hotel sepi pengunjung. 2. Persaingan promosi potongan harga kamar dengan penginapan lainya disaat pandemi covid-19 makin gencar. 3. Masa pandemi covid-19 belum jelas kapan akan berakhir sehingga dapat menghantui pengunjung untuk menginap ataupun melakukan aktivitas. 4. Kenaikan harga bahan bakudi masa pandemi covid-19 yang dapat berpengaruh pada kegiatan operasional. 5. Meningkatnya jumlah fasilitas dan kualitas yang dimiliki hotel pesaing. 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap melaakukan promosi dan menambah media promosi, berinovasi pada media promosi seperti menggunakan aplikasi tik-tok. 2. Memberikan penawaran harga yang menarik dan bersaing serta berkualitas tanpa mengabaikan efesiensi untuk bahan baku. 3. Terus berinovasi terhadap kualitas produk dan pelayanan yang berbeda dari pesaing 4. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan agar merasa aman dan nyaman khususnya pada para member hotel 5. Selalu memberikan informasi tentang promo kepada pelanggan melalui media promosi lainnya. 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan strategi khusus untuk promosi kepada pelanggan. 2. Melakukan kerjasama dengan biro perjalanan luar negeri. 3. Mengadakan even pada momen tertentu seperti momen keagamaan maupun sosial yang melibatkan masyarakat untuk menarik pengunjung. 4. Memperketat CHSE dengan meletakkan <i>handzsanitiser</i> pada setiap kamar tamu dan daerah-daerah tertentu yang biasanya tempat beraktivitas tamu. 5. Melakukan general cleaning pada hotel secara berkala untuk menambah kesan steril pada hotel.

PENUTUP**Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian pada Hotel Jayakarta Lombok, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan bahwa strategi yang digunakan cukup efektif untuk Hotel Jayakarta dan adapun kesimpulan ialah sebagai berikut:

1. Pandemi Covid-19 sangat berdampak pada Hotel Jayakarta dengan menurunnya tingkat hunian kamar pada Hotel Jayakarta para karyawan tidak dirumahkan, namun memberlakukan shift agar karyawan tetap bisa bekerja.
2. Strategi yang dilakukan Hotel Jayakarta agar tetap bisa beroperasi ialah menerapkan protokol kesehatan, memberikan potongan harga kamar dan paket lainnya, melakukan promosi kebeberapa tempat, promosi melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] AL Bataafi, Wisnu, 2005. Housekeeping Department, Floor and Public Area, Bandung:Alfabeta
- [2] Baud-bovy, Manuel and Fred Lawson.1997. Tourism And Recreation Development: Ahandbook Of Physical Planning. Great Britian: The Architectural Press Ltd.
- [3] Ender, Sugiarto dan Sri Sulartiningrum.1996. Pengantar Industri Akomodasi Dan Restoran. Jakarta:Gramedia Pustaka Utama
- [4] Herman Kertajaya.2003.manajmen penjualan 2, Pemasaran Strategi. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- [5] I Made Murdana, 2010. Pengembangan Pariwisata Pulau Gili Trawangan Berbasis Ekowisata Bahari.
- [6] Kotler, K 2009. Manajemen Pemasaran 1. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga
- [7] Kotler, K 2004. Manajemen Pemasaran. Edisi Mellennium. Jakarta : PT. Prehallinda.
- [8] Riyanto, Y, 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya: SIC
- [9] Miles, M.B & Huberman A.M. 1984. Analisis Data Kualitatif. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta: Universitas Indonesia
- [10] Spillane, James. 1994. Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan. Kanisius: Yogyakarta
- [11] Sugiono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta
- [12] Sugiono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- [13] Sulastiyono, Agus, 2002. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Edisi Pertama. Bandung. Alfabeta
- [14] Swastha Basu dan Hani Handoko. 2009. Manajemen Pemasaran Analisa Modern Prilaku Konsumen. BPFE: Yogyakarta.
- [15] Umar, husein.2005.Strategic Management In Action. Jayakarta: PT gramedia pustaka utama.
- [16] Widjaya, Mara, 2005. House Keeping Hotel dan Tata Graha Hotel. Bandung: Humaniora
- [17] Yoeti, O.A. 2001. Ilmu Pariwisata: Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya. Jakarta: Pertja
- [18] Kriyantono, Rachmat. 2014. Public Relations, Issue &CrisisManagement(PendekatanCritical Public Relations, Etonografi Kritis & Kualitatif).EdisiKedua. Jakarta: PenerbitKencana
- [19] Fika Megawati. (2016) KesulitanMahasiswaDalamMencapaiPembelajaran Bahasa InggrissecaraEfektif.Jurnalpedagogia ISSN 2089-3833,5(2) 1709-1714. <https://doi.org/10.1007/s00381-016-3174-3>
- [20] Porter, E. Michael. 2001. Strategi Bersaing Teknik Menganalisis Industri danPesaing. Jakarta:PT. Erlangga

HALAMAN INI SENGAJA DIKSOSNGKAN