

Analisis Strategi Pemasaran VHO Syariah Yang Diterapkan Emaki Al-Ma'some Resort Lembang

Superwiratni, Ita Karnita, Sri Marini

Perhotelan

Akademi Pariwisata NHI Bandung

e-mail: superwiratni@akparnhi.ac.id, ita.karnita@akparnhi.ac.id,
sri.marini@akparnhi.ac.id

Abstrak: Akomodasi penginapan dikategorikan menjadi dua macam jenis yaitu hotel berkonsep conventional dan hotel yang menerapkan syariah dimana untuk meningkatkan *occupancy* dijamin teknologi yang sudah maju dengan mengoptimalkan *e-commerce* yang salah satunya adalah Virtual Hotel Operation yang berbasis syariah.

Dua tipe hotel dikenal pada saat ini yaitu, hotel konvensional dan hotel syariah, hotel syariah berkembang dimulai dari banyaknya muslim yang mulai menyadari pentingnya mengikuti syariah yang diterapkan dalam agama Islam dimana hanya di dapat ketika menginap di hotel syariah. Hotel yang berbasis conventional memiliki perbedaan dengan hotel syariah dimana terdapat peraturan dan pelayanan yang berbeda ada ketika tamu check in akan ditanyakan buku nikah untuk yang suami istri serta fasilitas di dalam kamar terdapat mukena dan Mushaf Al Quran selain itu juga akan ada pengingat sholat di tiap waktu sholat, sedangkan di hotel konvensional membebaskan peraturan.

Pada penelitian ini penulis menggunakan analisis SWOT dimana memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*) yang dimiliki Hotel Al Emaki serta meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan juga ancaman (*Threats*) yang menjadi pesaing hotel Emaki.

Kata Kunci : Hotel syariah, *Virtual Hotel Operation*, *SWOT*, *Occupancy*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi pada saat ini yang serba menggunakan digital berkembang semakin pesat sehingga manusia semakin tidak bisa lepas dari perangkat elektroniknya, sehingga bagi pengusaha sangat mudah untuk mempromosikan produknya. Manusia melakukan pembelian, penjualan produk, jasa dan berbagai informasi dilakukan secara *electronic* dengan memanfaatkan internet dan web atau lebih dikenal dengan istilah *ecommerce*.

Salah satu sector yang juga mengikuti teknologi adalah perhotelan dimana mengoptimalkan manfaat penggunaan internet sehingga lahirnya pemasaran hotel secara *online*. Kehadiran generasi melek teknologi menjadikan para *startup* menciptakan suatu istilah Visual Hotel Operation atau VHO yang pada awalnya dikenal sebagai *aggregator* yang memberikan kemudahan wisatawan dalam memesan kamar yang memiliki tarif murah. Fenomena aplikasi VHO juga semakin berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi yang dijadikan sebagai alat promosi penjualan kamar beserta aktifitasnya. berbagai macam *startup* jaringan hotel *budget* dan hotel non bintang ada di Indonesia yang dikembangkan oleh anak-anak bangsa ini ataupun *startup*

dari Negara lain.

Dua tipe hotel dikenal pada saat ini yaitu, hotel konvensional dan hotel syariah, hotel syariah berkembang dimulai dari banyaknya muslim yang mulai menyadari pentingnya mengikuti syariah yang diterapkan dalam agama Islam dimana hanya di dapat ketika menginap di hotel syariah. Hotel yang berbasis konvensional memiliki perbedaan dengan hotel syariah dimana terdapat peraturan dan pelayanan yang berbeda ada ketika tamu check in akan ditanyakan buku nikah untuk yang suami istri serta fasilitas di dalam kamar terdapat mukena dan Mushaf Al Quran selain itu juga akan ada pengingat sholat di tiap waktu sholat, sedangkan di hotel konvensional membebaskan peraturan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut diatas, menarik penulis untuk membuat penelitian mengenai analisis pemasaran kamar dengan menggunakan aplikasi VHO Syariah, menganalisa bagaimanakah kerjasama yang dilakukan hotel syariah sebagai mitra dari RedDoorz Syariah, apakah kerjasama antara VHO RedDoorz Syariah dengan Emaki Al-Ma'some Resort Lembang dapat meningkatkan penjualan kamar dari sebelumnya. Serta bagaimana pelaksanaan pengelolaan hotel apakah fasilitas hotel Emaki sudah sesuai dengan standar VHO RedDoorz syariah.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Menurut Irham Fahmi (2014), manajemen strategis adalah perencanaan yang telah dibuat dan dikerjakan dengan menimbang berbagai aspek untuk mencapai tujuan sedemikian rupa sehingga efek dari rencana tersebut dapat memberikan dampak positif jangka panjang bagi organisasi, yang menurut Irham Fahm (2014). Irham Fahm, manajemen strategis mempengaruhi penerapan konsep strategi di perusahaan secara jangka panjang atau berkelanjutan, termasuk pendapatan yang berkelanjutan. Hasilnya tetap stabil berkat peningkatan statistik penjualan.

Keputusan dan tindakan untuk merumuskan dan menerapkan strategi yang dapat menimbulkan kecocokan kompetitif antara organisasi dan lingkungannya merupakan penerapan manajemen strategis untuk mencapai tujuan dalam organisasi. Perlunya manajemen perusahaan melakukan analisis SWOT sehingga faktor eksternal dan internal menjadi bagian penting dari analisis SWOT.

Subroto (2011) mengatakan bahwa konsep pemasaran memiliki konteks yang berbeda sesuai dengan pengembangan strategi perusahaan. Pemasaran dikenal sebagai konsep penjualan yang didasarkan pada mencari tahu kebutuhan konsumen.

Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa adalah kegiatan atau penggunaan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain tanpa perpindahan kepemilikan. Layanan yang ditawarkan tidak berwujud, tidak terpisahkan, dapat diubah, dan tidak tahan lama. Pemasaran jasa diimplementasikan dengan pendekatan strategis yang bertujuan untuk memaksimalkan kemampuan pemasar untuk menemukan cara mewujudkan intangibles. Produk merupakan bagian integral dari produktivitas penyedia layanan, mengubah standar kualitas yang terkait dengan variasi dan pergerakan permintaan dan memengaruhi kemampuan penyedia untuk menarik kembali layanan yang tidak berkelanjutan. Strategi pemasaran jasa dapat diterapkan dalam konteks seluruh perusahaan, selain pemasaran eksternal, juga pemasaran internal untuk memotivasi staf dan pemasaran interaktif untuk menciptakan keahlian dalam produksi jasa.

Hurriyati, 2010 mengidentifikasi persaingan apa yang mereka hadapi, standar kinerja dapat ditetapkan untuk mengidentifikasi pesaing dengan lebih baik.

Virtual Hotel Operation RedDoorz Syariah

Pengoperasian hotel virtual di Indonesia antara lain: RedDoorz, dimana RedDoorz merupakan VHO yang tidak hanya menyediakan aplikasi reservasi hotel murah, tetapi juga mengoperasikan dan mengelola seluruh mitra pengelola akomodasinya. Akomodasi ini menawarkan jaminan kenyamanan seperti Wi-Fi, tempat tidur bersih, perlengkapan mandi, air panas, AC, makanan ringan, air mineral, dan TV layar datar. RedDoorz memiliki konsep bisnis yang sama dengan VHO Airy Room.

Perusahaan Virtual Hotel Operation saat ini tidak hanya bekerja sama dengan hotel-hotel tradisional, namun kini juga mendukung hotel-hotel syariah untuk mempromosikan penjualannya. Bisnis hotel syariah dibantu oleh Airy Room dan Reddoorz, sebuah konsep Virtual Hotel Operator (VHO) dimana VHO bermitra dengan pemilik hotel untuk mengelola dan menjual kamar hotel.

Pemesanan kamar hotel dengan VHO kini sangat mudah hanya dengan menggunakan aplikasi yang diunduh di perangkat, salah satunya adalah aplikasi Reddoorz.

Analisi SWOT

Penggunaan SWOT dimaksudkan untuk identifikasi secara rinci berbagai faktor untuk membentuk strategi perusahaan. Analisis ini dapat memaksimalkan logika yang berasal dari kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT atau Tows merupakan sebagai perangkat menciptakan analisis yang sering digunakan untuk merumuskan strategi untuk mengidentifikasi berbagai faktor strategis berdasarkan intuisi ahli subjek, Utama dan Mahadewi (2012). Didalam permasalahan ini penulis mempergunakan analisis SWOT yaitu memaksimalkan kekuatan dan peluang Hotel Al Emaki serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang menjadi pesaing Hotel Emaki.

Matrik SWOT

Setelah semua informasi yang mempengaruhi kelangsungan bisnis dikumpulkan, langkah yang diambil adalah menggunakan seluruh informasi ini dalam model kuantitatif untuk perumusan strategi. Menurut (Rangkuti, 2008). Salah satu modal yang digunakan untuk menyusun faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT.

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Penulis menggunakan metode pengumpulan data berikut dalam menyusun proposal ini:

1. Studi lapangan
 - (a) Pengamatan dalam penelitian ini dilakukan pada saat pengambilan data di Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang.
 - b) Dalam penelitian ini dilakukan wawancara sehingga tanya jawab ditanyakan langsung kepada pihak manajemen yang terlibat dalam penelitian ini.
2. Perpustakaan yang melakukan penelitian kepustakaan untuk mempelajari literatur atau membaca literatur yang berkaitan dengan wacana sastra.

Jenis Dan Sumber Data

- a) Jenis informasi adalah informasi kualitatif, yaitu. informasi yang diterima berupa data secara lisan dan dituliskan, yang terdiri dari sejarah berdirinya perusahaan, susunan organisasi dan tugas masing-masing bagian perusahaan.
- b) Sumber data adalah data primer yaitu informasi yang berasal dari wawancara, pengamatan terhadap peristiwa, orang dan objek langsung, data sekunder yaitu; informasi yang diperoleh penyidik dari pihak yang mengambil latar belakang informasi atau. Data sekunder disajikan dalam bentuk tabel atau grafik. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dari penelitian sebelumnya, data dari

perusahaan, dan data dari perpustakaan serta sumber lain tentang Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang.

Populasi dan Sampel

Orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini adalah semua pihak yang terlibat dalam kemajuan Emaki Al-Ma'some Resort Lembang. Penelitian ini merupakan studi analisis strategi pasar Emaki Al-Ma'some Resort Lembang, sehingga sampel yang dipilih oleh pihak internal (manajer) Emaki Al-Ma'some Resort Lembang adalah para pelaku industri. bagian dari strategi perusahaan yaitu: Manajer Operasional dan Manajer SDM serta dilengkapi dengan informasi pendukung dari berbagai pihak eksternal (konsumen) Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang yang terdiri dari empat konsumen. Dengan demikian, terdapat total 6 (enam) responden dalam penelitian ini.

Metode Analisa Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis atau perusahaan. Proses ini melibatkan penentuan tujuan spesifik dari usaha atau proyek bisnis dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukungnya. Menurut Erwin (2014), analisis SWOT dapat diterapkan dengan menganalisis dan mengidentifikasi berbagai isu yang dapat mempengaruhi keempat faktor tersebut.

PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Gambaran Objek Penelitian

Hotel Syariah & RedDoorz Syariah

Emaki Al-Ma'some Resort Lembang merupakan properti berbasis syariah yang memanfaatkan kemajuan teknologi dalam pembagian kamar. Emaki Al-Ma'some Resort melakukan kegiatan pemasaran, yang dalam perannya merupakan faktor terpenting untuk meningkatkan jumlah kamar yang ditempati. Bagi Emaki Al-Ma'some Resort Lembang, kendala khusus untuk mengantisipasi persaingan pasar ini adalah banyaknya pesaing yang menyebabkan semakin ketatnya persaingan dalam penjualan kamar hotel syariah. Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang tetap eksikarena kepercayaan dan silaturahmi menjaga hubungan baik dengan pelanggan..

Kerjasama Hotel Emaki Al- Ma'some Resort Lembang dengan RedDoorz Syariah

Emaki Al-Ma'some Resort Lembang merupakan properti berbasis syariah yang memanfaatkan kemajuan teknologi dalam pembagian kamar. Emaki Al-Ma'some Resort melakukan kegiatan pemasaran, yang dalam perannya merupakan faktor terpenting untuk meningkatkan jumlah kamar yang ditempati. Bagi Emaki Al-Ma'some Resort Lembang, kendala khusus untuk mengantisipasi persaingan pasar ini adalah banyaknya pesaing yang menyebabkan semakin ketatnya persaingan dalam penjualan kamar hotel syariah. Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang tetap eksis karena kepercayaan dan silaturahmi menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Selama menginap di Emaki Al Ma'some Resort Lembang, para tamu harus mematuhi beberapa peraturan, antara lain:

- a. Tidak boleh membawa binatang
- b. Tidak boleh merokok didalam kamar
- c. Tamu yang berkunjung tidak boleh masuk kedalam kamar, karena Al Ma'some Resort Lembang telah menyediakan ruang tamu.
- d. Tidak boleh melaksanakan kegiatan kepolitik, keagamaan, dan juga perdukunan di

- dalam atau di area Emaki Al Ma'some Resort Lembang
- e. Selama tinggal di Emaki Al Ma'some Resort Lembang tidak boleh mengkonsumsi ataupun mengkonsumsi zat akdiktif serta minuman beralkohol
 - f. Tidak boleh membuat kericuhan seperti menyalakan radio, tv serta alat musik serta pengeras suara, sehingga dapat mengganggu tamu lain atau tetangga sekitar.
 - g. Tidak boleh mencoret-coret dinding dan furniture inventaris Emaki Al-Ma'some.
 - i. Tidak boleh melakukan Zina.

Analisis SWOT

Analisis TOWS atau SWOT adalah identifikasi sistematis dari berbagai faktor untuk pengembangan strategi pemasaran Hotel Emaki. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berikut adalah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

- 1) Faktor internal lingkungan perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan.
 - a) Angkatan yang terdiri dari:
 - Ini memiliki 7 kamar standar dan 7 kamar deluxe, yang cukup bagus dibandingkan dengan hotel sekelasnya
 - Harga relatif terjangkau
 - Berlokasi strategis di kawasan wisata Cikole.
 - Memiliki nuansa islami dan program pesantren untuk lansia
 - Ada kebun binatang kecil cocok untuk keluarga
 - b) Kekurangan yang meliputi:
 - Pemberitahuan kampanye
 - Jangan bekerja sama dengan agen perjalanan asing
 - Tidak ada infrastruktur Wi-Fi di ruang konferensi
 - Tidak ada petunjuk arah ke resor
 - Tidak ada pilihan untuk ditampilkan dengan teks RedDoor Syariah (misalnya snack, air minum, bantal dan selimut dengan RedDoor Syariah).
 - Makanan yang ditawarkan kurang variatif.
- 2). **Faktor Eksternal** yang berasal dari luar lingkungan perusahaan berupa peluang dan ancaman.
 - a) Peluang, Terdiri dari :
 - Konsumen semakin mudah memilih akomodasi yang diinginkan dengan adanya kerjasama hotel dengan VHO
 - Tidak adanya penyakit yang menjadi pandemic mengakibatkan Orang datang dan tidak khawatir ketika berwisata.
 - Kebutuhan berwisata dibarengin dengan ekonomi semakin membaik meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan akomodasi
 - Bertambahnya permintaan meeting room di Emaki Resort
 - Meningkatnya daya beli dan selera konsumen.
 - Interior Emaki Al Ma-some resort yang syariah membuat pilihan tamu untuk menginap
 - b) Ancaman, Terdiri dari :
 - Banyaknya pesaing di sekitar Emaki Al Ma'Some Resort yang menerapkan akomodasi syariah di Cikole
 - Inflasi mempengaruhi harga bahan pokok sehingga mempengaruhi biaya operasional hotel
 - Perang Harga kamar dengan hotel Conventional di daerah Cikole.
 - Persaingan penjualan kamar

- Adanya hotel-hotel baru yang potensial

Tabel 1
Analisis SWOT Pada Hotel Emaki Al-Ma’some Resort Lembang

Faktor Internal	<p>Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hotel ini memiliki 7 kamar standar dan 7 kamar deluxe yang cukup bagus dibandingkan dengan hotel syariah lainnya di kategorinya. - Harga relatif terjangkau - Ada kebun binatang kecil cocok untuk keluarga - Memiliki lokasi strategis yang terletak di tempat wisata Cikole - Bernuansa Islami dan memiliki Paket wisata Pesantren untuk Lansia 	<p>Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Petunjuk ke lokasi resort yang kurang. - Penyebaran informasi tentang promo - Tidak ada Prasarana wifi di ruang meeting - Makanan yang kurang variatif - Kurangnya fasilitas yang menunjukkan RedDoorz Syariah seperti snack, air minum, bantal dan bed liner yang bertuliskan Red Doorz Syariah
Faktor Eksternal	<p>Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konsumen semakin mudah memilih akomodasi yang diinginkan dengan adanya kerjasama hotel dengan VHO - Tidak adanya penyakit yang menjadi pandemic mengakibatkan Orang datang dan tidak khawatir ketika berwisata. - Kebutuhan berwisata dibarengin dengan ekonomi semakin membaik meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan akomodasi - Bertambahnya permintaan meeting room di Emaki Resort - Meningkatnya daya beli dan selera konsumen - Desain interior yang sesuai Syariah dari Emaki Al Ma-some Resort menawarkan akomodasi untuk tamu 	<p>Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya pesaing di sekitar Emaki Al Ma’Ssome Resort yang menerapkan akomodasi syariah di Cikole - Inflasi mempengaruhi harga bahan pokok sehingga mempengaruhi biaya oprasional hotel - Perang Harga kamar dengan hotel Conventional di daerah Cikole. - Persaingan penjualan kamar - Adanya hotel-hotel baru yang potensial

Sumber: Olah Data Penulis, 2023

Matrik

Matriks SWOT adalah matriks yang disusun berdasarkan variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang teridentifikasi dalam faktor strategis internal dan faktor strategis eksternal.

Matriks SWOT ini mencerminkan bagaimana peluang serta ancaman pada lingkungan eksternal perusahaan dan dapat diseimbangkan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Analisi ini mempergunakan model matrik SWOT dengan informasi yang diperoleh pada tabel faktor strategis internal dan faktor strategis eksternal Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang.

Tabel 2

Matrik SWOT Hotel Emaki Al-Ma’some Resort Lembang

<p style="text-align: center;">Internal</p> <p style="text-align: center;">Eksternal</p>	<p style="text-align: center;">Strengths (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki Tujuh kamar standar dan tujuh kamar deluxe yang cukup bagus dibandingkan dengan hotel syariah sekelasnya. Harga relatif terjangkau Terdapat kebun binatang mini yang cocok untuk keluarga Memiliki lokasi strategis yang terletak di tempat wisata Cikole Bernuansa Islami dan memiliki Paket wisata Pesantren untuk Lansia 	<p style="text-align: center;">Weaknesses (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Petunjuk ke lokasi resort yang kurang. Penyebaran informasi tentang promo Tidak ada Prasarana wifi di ruang meeting Makanan yang kurang variatif Kurangnya fasilitas yang menunjukkan RedDoorz Syariah seperti snack, air minum, bantal dan bed liner yang bertuliskan RedDoorz Syariah
<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Kemajuan teknologi mempermudah dan mempercepat pelayanan serta saluran untuk promosi semakin terbuka. Tidak adanya penyakit yang menjadi pandemic mengakibatkan Orang datang dan tidak khawatir ketika berwisata. Kebutuhan berwisata dibarengin dengan ekonomi semakin membaik meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan akomodasi Bertambahnya permintaan meeting room di Emaki Resort Meningkatnya daya beli dan selera konsumen Desain interior yang sesuai Syariah dari Emaki Al Ma-some Resort menawarkan akomodasi untuk tamu 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Strategi memanfaatkan seluruh kekuatan hotel dengan bermitra dengan Virtual Hotel Operation RedDoorz Syariah untuk meningkatkan penjualan kamar melalui perkembangan jaman yang pada saat ini dapat melaksanakan transaksi dengan menggunakan smartphone yang memudahkan kegiatan reservasi dan periklanan. Adanya promo paket kamar yang dapat menciptakan ketertarikan tamu untuk menginap dengan harga yang terjangkau dan fasilitas menarik guna bersaing dengan hotel syariah di Bandung Barat. Lokasi hotel yang dekat dengan tempat wisata Tangkuban Perahu menjadi salah satu alasan tamu untuk memilih Emaki Al Ma-Some Resort. 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Gunakan situs web web di era internet seperti saat ini untuk memberikan informasi kepada pemegang saham atau pelanggan Selalu diperbarui pengetahuan proposal masa depan diberikan baik melalui situs web jejaring sosial atau tarik sms konsumen Kerjasama dengan biro perjalanan dalam dan luar negeri menarik konsumen Berpergian ke Kab.Bandung Barat Area untuk pertemuan diperluas dengan kapasitas yang besar Mengeluarkan varian

	4. Interior syariah resor Emaki Al Ma-Soem menjadi pilihan para tamu	paket promo sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen
<p>Treaths (T)</p> <p>1. Banyaknya pesaing di sekitar Emaki Al Ma'Some Resort yang menerapkan akomodasi syariah di Cikole</p> <p>2. Inflasi mempengaruhi harga bahan pokok sehingga mempengaruhi biaya oprasional hotel</p> <p>3. Perang Harga kamar dengan hotel Conventional di daerah Cikole.</p> <p>4. Persaingan penjualan kamar</p> <p>5. Adanya hotel-hotel baru yang potensial</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Produk dan layanan yang selalu inovatif dan menonjol dari persaingan.</p> <p>2. Menetapkan harga yang relatif terjangkau untuk menarik konsumen guna menekan biaya operasional.</p> <p>3. Emaki Resort memberikan layanan terbaik kepada pelanggan yang menginap untuk membuat tamu merasa aman dan nyaman dengan tariff kamar yang relatif terjangkau dan lokasi yang mudah diakses.</p> <p>4. Standar VHO RedDoorz dengan tariff kamar murah dapat menarik serta kompetitif tanpa mengurangi kualitas layanan dan produk.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Selalu tawarkan paket promosi dan bagikan informasi ini kepada pelanggan melalui situs jejaring sosial atau pesan teks untuk mengantisipasi penawaran yang lebih menarik dari pesaing.</p> <p>2. Menggunakan aplikasi serta untuk membuat Emaki Al Ma-Some Resort tetap up to date dengan semua informasi, baik itu promosi atau acara yang diselenggarakan di area hotel</p> <p>3. Kerjasama dengan VHO Syariah untuk periklanan.</p> <p>4. Penyediaan koneksi Wi-Fi di area pertemuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.</p>

Sumber : Olahan Penulis, 2023

Berdasarkan analisis model matrik SWOT ditunjukkan pada Tabel 4.2. Emaki Al-Ma'some Resort Lembang dapat mengembangkan berbagai alternatif strategi sebagai berikut:

1. SO strategi

Strategi ini didasarkan pada cara berpikir perusahaan yaitu menggunakan segala kekuatan untuk memanfaatkan dan memanfaatkan peluang sebanyak-banyaknya. Strategi SO Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang.

- a) Strategi memanfaatkan seluruh kekuatan hotel dengan bermitra dengan Virtual Hotel Operation RedDoorz Syariah untuk meningkatkan penjualan kamar melalui perkembangan jaman yang pada saat ini dapat melaksanakan transaksi dengan menggunakan smartphone yang, memudahkan kegiatan reservasi dan periklanan.
- b) Adanya promo paket kamar yang dapat menciptakan ketertarikan tamu untuk menginap dengan harga yang terjangkau dan fasilitas menarik guna bersaing dengan hotel syariah di Bandung Barat.
- c) Lokasi hotel yang dekat dengan tempat wisata Tangkuban Perahu menjadi salah satu alasan tamu untuk memilih Emaki Al Ma-Some Resort.
- d) Interior syariah resor Emaki Al Ma-Soem menjadi pilihan para tamu

2. Strategi ST

ST merupakan strategi untuk menentukan kekuatan perusahaan dalam mengatasi ancaman. Strategi ST yang diterapkan oleh Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang, yaitu:

- a) Produk dan layanan yang selalu inovatif dan menonjol dari persaingan.
- b) Menetapkan harga yang relatif terjangkau untuk menarik konsumen guna menekan biaya operasional.
- c) Emaki Resort memberikan layanan terbaik kepada pelanggan yang menginap untuk membuat tamu merasa aman dan nyaman dengan tariff kamar yang relatif terjangkau dan lokasi yang mudah diakses.
- d) Standar VHO RedDoorz dengan tariff kamar murah dapat menarik serta kompetitif tanpa mengurangi kualitas layanan dan produk.

3. Strategi WO

Strategi ini dilaksanakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang WO antara lain:

- (a) Di era internet seperti saat ini, penggunaan situs web untuk menginformasikan pemegang saham atau pelanggan.
- b) Selalu memperbarui informasi tentang iklan yang dipublikasikan melalui situs jejaring sosial atau pesan teks untuk menarik konsumen.
- c) Kerjasama dengan biro perjalanan dalam dan luar negeri untuk menarik konsumen berwisata ke Kabupaten Bandung Barat
- d) Pembuatan infrastruktur Wi-Fi dan perluasan ruang pertemuan untuk meningkatkan kapasitas ruang pertemuan.
- e) Menerbitkan varian paket penawaran untuk disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

4. Strategi WT

Penggunaan WT ini merupakan analisa untuk mengatasi kelemahan dengan cara menghindari ancaman. Strategi WT Emaki Al-Ma'some Resort Lembang meliputi:

- a) Selalu tawarkan paket promosi dan bagikan informasi ini kepada pelanggan melalui situs jejaring sosial atau pesan teks untuk mengantisipasi penawaran yang lebih menarik dari pesaing.
- b) Menggunakan aplikasi serta untuk membuat Emaki Al Ma-Some Resort tetap *up to date* dengan semua informasi, baik itu promosi atau acara yang diselenggarakan di area hotel
- c) Kerjasama dengan biro perjalanan luar negeri melalui periklanan.
- d) Penyediaan koneksi Wi-Fi di area pertemuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang memiliki kekuatan yang dapat digunakan dalam strategi tertentu dan memanfaatkan peluang yang tepat dengan meminimalkan atau menghindari kelemahan dan ancaman yang ada. Posisi ini sangat menguntungkan bagi hotel, meningkatkan kondisi di atas kinerja rata-rata, sehingga Hotel Emaki Al-Ma'some Resort Lembang dapat mendominasi pesaing yang sudah ada maupun yang cukup kuat. Dari sudut pandang ini, konsep pemasaran adalah filosofi yang sederhana dan menarik secara intuitif.

KESIMPULAN

Alternatif strategi yang diperoleh untuk dipergunakan oleh Hotel Emaki Al Ma-some Resort Lembang untuk meningkatkan penjualan adalah dengan merumuskan strategi yang dapat dipergunakan dengan penggunaan strategi SO dan WO, yaitu strategi yang kuat untuk pemanfaatan peluang dan mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan kemampuan Hotel, yaitu:

1. Strategi memanfaatkan seluruh kekuatan hotel dengan bermitra dengan Virtual Hotel Operation RedDoorz Syariah untuk meningkatkan penjualan kamar melalui perkembangan jaman yang pada saat ini dapat melaksanakan transaksi dengan menggunakan smartphone yang memudahkan kegiatan reservasi dan periklanan.
2. Adanya promo paket kamar yang dapat menciptakan ketertarikan tamu untuk menginap dengan harga yang terjangkau dan fasilitas menarik guna bersaing dengan hotel syariah di Bandung Barat.
3. Lokasi hotel yang dekat dengan tempat wisata Tangkuban Perahu menjadi salah satu alasan tamu untuk memilih Emaki Al Ma-Some Resort.
4. Interior syariah resor Emaki Al Ma-Soem menjadi pilihan para tamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buhari. 2004. Marketing Management kaj Services Marketing, Sesa Eldono. Bandung: Alfabeto.
- Agung Permana Budi. 2013. Manajemen Pemasaran Perhotelan, Yogyakarta: CV Andi mengimbangi
- Agung Nugraha yang akan melaksanakan perjanjian kerjasama yang ditandatangani antara Hotel Sofyan dan Hotel Saka Ahmad Wardi Muslich dalam pengelolaan hotel tersebut. 2010. Fiqh Muamalat. Jakarta: Amzah
- Basu Swasta dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Edisi Keempat. Yogyakarta: Merdeka. Elite. "Transformasi digital di sektor perhotelan diperlukan". Aplikasi 12 Mei 2023 pukul 09:05 WIB.
- Fahmi, Irham. 2014. Teori dan Aplikasi Manajemen Strategis. Bandung: Alfabet.
- Fatwa (DSN-MUI) NO: 108 tentang Pedoman Pengelolaan Pariwisata Berbasis Syariah Elang Terbang "Apa manfaat transformasi digital dalam industri perhotelan". Masuk pada tanggal 24 Mei 2023 pukul 11.00 WIB.
- Grant, M. Robert.dkk. 1999. Strategic Manajement. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Keputusn Direktorat Jendral Pariwisata Nomor:Kep.06/K/Vi/97 Tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha Jasa Manajemen Hotel Jaringan Internasional M.Nasir. 1995. Metode Penelitian. Jakarta:Ghalia Indonesia
- Kotler,P. 2005. Manajemen Pemasaran, Edisi II. Jakarta: PT Indeks.
- Kompas.com."Masih Belum Tau Airy Rooms Itu apa?Temukan Jawabannya diSini"Diakses24Mei2003pukul12.05WIB.ttps://biz.kompas.com/read/2016/08/25/081500928/masih.belum.tahu.airy.rooms.itu.apa.temukan.jawabannya.di.sini.
- Miscellaneous. "AirBnB: Itu Apasih?". Diakses 24 Mei 2023 pukul 13.30 WIB. <https://www.pergidulu.com/airbnb-itu-apa-sih/>
- Rangkuti, F. 2008. Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- RedDoorz. "RedDoorz: Untuk Mereka yang Tidak Mengenal Kami".
- Rizka Saputri, Tesis: "Kajian Praktek Manajemen Hotel Syariah Islam" (Lampung: UIN Raden Intan, 2017)

- Sabtu, Adi. 2011. Analisis Strategi Pemasaran Jasa Hotel Misilian di Kabupaten Toraja Utara. Disertasi. Makassar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- Suryatama, Erwin. 2014. Lebih Baik Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis. Edisi pertama. Surabaya: Kata pena.
- Tjiptono, Fandy, 2008. Marketing Strategy, Tria Eldono. Jogjakarta: CV. Andi Offset.
- Omero, Hussein. 2002.