

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah mengumpulkan dan mengelolah data pada penelitian ini, dapat dirumuskan kesimpulan yaitu:

1. Setelah menjalani proses pengolahan data pada *input stage* dengan memakai matriks IFE dan EFE diketahui bahwa:
 - a. Pada faktor internal, Resort Hotel Anyer memiliki 16 faktor kekuatan dan 5 faktor kelemahan. Faktor kekuatan yang memiliki nilai paling tinggi adalah (S1) “Kualitas pelayanan SDM/Karyawan” dan (S10) “Variasi makanan yang disediakan” dengan nilai masing-masing sebesar 0,244. Faktor kelemahan yang memiliki nilai terendah adalah (W2) “Kesesuaian harga dengan fasilitas yang ditawarkan” dan (W5) “Kualitas pengembangan bisnis (*improvement*) terhadap fasilitas yang dimiliki dilakukan secara berkala” dengan nilai sebesar 0,122.
 - b. Pada faktor eksternal, Resort Hotel Anyer memiliki 10 faktor peluang dan 7 ancaman. Faktor peluang yang mendapatkan nilai paling tinggi adalah (O1) “Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan”, (O4) “Meningkatnya tren sosial mengenai *staycation* dan *solo traveller*”, (O5) “Adanya kesan positif dari para tamu yang pernah menginap dengan berdasarkan *review* dari media sosial dan google” dan (O10) “Munculnya berbagai macam sosial media” dengan nilai masing-masing sebesar 0,258. Faktor ancaman yang memiliki nilai tertinggi adalah (T6) “Terdapat beberapa kompetitor yang menawarkan harga lebih murah” dengan nilai sebesar 0,194.
2. Kemudian, dilakukan analisis pada tahap *matching stage* menggunakan matriks IE, matriks SPACE, dan matriks SWOT, menghasilkan hasil sebagai berikut:
 - a. Pada matriks IE, posisi Resort Hotel Anyer berada pada kuadran IV pada kategori *grow and build* yang memiliki rekomendasi strategi antara lain strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan

- pengembangan produk) serta strategi integrasi (integrasi belakang, integrasi depan, dan integrasi horizontal).
- b. Pada matriks SPACE, Resort Hotel Anyer berada dalam kuadran I pada kategori agresif yang memiliki rekomendasi strategi yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, dan strategi integrasi.
 - c. Pada matriks SWOT terdapat 12 formulasi strategi berdasarkan dari faktor internal dan eksternal yang dimiliki Resort Hotel Anyer dengan kombinasi SO1, SO2, SO3, SO4, SO5, WO1, WO2, WO3, ST1, ST2, ST3, dan WT1.
3. Pada tahap akhir, yaitu *decision stage*, alternatif strategi yang paling sesuai dan dapat diterapkan oleh Resort Hotel Anyer yaitu strategi WT1 yaitu “Melakukan pengembangan bisnis terhadap fasilitas yang dimiliki, analisis harga, kualitas kamar, jumlah SDM dengan melakukan *benchmark* kompetitor” memiliki nilai STAS sebesar 5,06. Terdapat alternatif strategi pada peringkat kedua dan ketiga yang perlu dipertimbangkan untuk dilakukannya implementasi yaitu strategi SO1 “Mengembangkan paket atau penawaran harga khusus pada acara-acara tertentu” memiliki nilai STAS sebesar 4,96 dan strategi SO4 “Memanfaatkan sosial media secara optimal sebagai saluran promosi yang efektif dengan menonjolkan keunggulan fasilitas yang tidak dapat ditemui di hotel lain” memiliki nilai STAS sebesar 4,79.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan meliputi hal-hal berikut.:

1. Saran untuk Resort Hotel Anyer

Resort Hotel Anyer diharapkan mempertimbangkan semua alternatif strategi yang dihasilkan dalam penelitian ini dengan tujuan meningkatkan hunian resort hotel serta memberikan pangsa pasar yang lebih luas.

2. Saran untuk penelitian selanjutnya

- a. Diharapkan dilakukan eksplorasi terhadap variasi strategi yang bertujuan untuk memajukan kondisi Resort Hotel Anyer dan meningkatkan daya saingnya di pasar. Dalam hal ini, diperlukan perhatian khusus terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi Resort Hotel Anyer.
- b. Diharapkan dapat mengimplementasikan strategi yang telah diusulkan secara langsung, guna menilai secara signifikan dampak dari usulan yang telah diberikan terhadap kemajuan Resort Hotel Anyer.