Bab IV
Analisis Sistem

4.1 Gambaran Umum The Santosa Villas and Resort

Sebagaimana diketahui bahwa Intan International Hotel & Resort merupakan sebuah Perusahaan dibidang Perhotelan yang kepemilikannya secara tunggal (keluarga) Ownernya bernama Bapak H.Umar Santoso.Intan International Hotel & Resort berkantor pusat di Bali. Dimana Perusahaan Perhotelan ini mempunyai beberapa Hotel Group antara lain :

Hotel Mutiara di Yogyakarta

Hotel Intan Cilacap di Cilacap Jawa Tengah

Hotel Intan Bali Village di Bali

Hotel Bali Opal di Bali

Sales Marketing dari Hotel Group kantornya berada di Jakarta

Sesuai dengan pengembangan Perusahaan dan Perkembangan dunia ke Pariwisataan di Indonesia yang sangat menyakinkan sehingga Intan International Hotel & Resort melirik daerah Nusa Tenggara Barat khususnya Pulau Lombok yang mempunyai potensial Pariwisata sangat baik untuk pengembangan Perusahaan Perhotelan tersebut.Maka Intan Internatioanal Hotel & Resort mendirikan kembali sebuah hotel di Pulau Lombok dari hotel-hotel yang telah didirikan di Pulau Jawa dan Pulau Bali.

Hotel di Pulau Lombok tersebut yakni bernama LOMBOK INTAN LAGUNA berlokasi di daerah Pantai Senggigi,Lombok Barat.Tepatnya pada tanggal 17 Desember 1989 Hotel Lombok Intan Laguna diresmikan operasiaonalnya (*Grand Opening*) oleh Bapak RUDINI yang pada saat itu beliau

menjabat sebagai Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia.

Hotel Lombok Intan Laguna dibangun diatas tanah seluas kurang lebih 9 Ha terletak didaerah Senggigi Lombok Barat. Jarak dari Pusat Kota Mataram kurang lebih 12 KM,dari Airport berjarak kurang lebih 13 KM (airport lama) sedangkan dari Pelabuhan Lembar kurang lebih 37 KM.

Tujuan didirikannya Hotel di Lombok tersebut didasarkan atas beberapa pertimbangan yang antara lain :

1. Untuk menampung jumlah wisatawan Nusantara maupun Wisatawan Manca Negara yang setiap harinya cukup banyak berkunjung ke Pulau Lombok.
2. Menggali dan mengembangkan potensi wisata yang ada di Nusa Tenggara Barat khususnya di Pulau Lombok yang sangat menarik untuk ditawarkan kepada Wisatawan antara lain :
   a. Pemandangan alam yang indah dan asri.
   b. Pantai pantai yang memiliki pasir putih dan pemandangan bawah laut dengan batu karang yang berwarna warni serta bermacam macam jenis ikan yang hidup diselaselanya sehingga terlihat bagaikan Aquarium Raksasa.Dan sangat cocok untuk dikembangkan sebagai Wisata Bahari.
3. Pulau Lombok Khususnya mempunyai sejarah dan kebudayaan yang mirip dengan kebudayaan Bali serta adalagi kelebihan lainnya dari khas Pulau Lombok.

Semboyan Wisata ke Lombok adalah :

Dengan kunjungan wisata ke Lombok mendapatkan dua wisata kebudayaan yang berbeda sekaligus (kebudayaan Sasak / Islam dan kebudayaan Bali / Hindu)

Pada tanggal 01 April 2002 HOTEL LOMBOK INTAN LAGUNA mengganti nama menjadi INTAN LOMBOK VILLAGE HOTEL

Intan Lombok Village Hotel memiliki jumlah kamar sebanyak 122 kamar yang terdiri dari :

52 kamar Bungalow

32 kamar Cottage

38 kamar Wing

Yang mana kamar kamar tersebut memiliki type :

1 kamar *Presidential Suite*
1 kamar *Superior Suite*
20 kamar *Standart*

Fasilitas yang dimiliki diantaranya :

- *Swimming Pool* (terbesar diantara hotel yang ada di Lombok saat ini)
- 2 *Restaurant* (Nusantara dan *SeaSide*)
- 3 Bar (Gili *Longue* Bar,*Pool* Bar dan *SunSide* Bar)
- 2 Tennis *Court*
- *MeetingRoom* (Rinjani *MeetingRoom*)
- Spa
- Area *Garden* yang luas

Pada bulan Desember 2007 HOTEL INTAN LOMBOK VILLAGE mengganti nama menjadi THE SANTOSA VILLAS & RESORT

THE SANTOSA VILLAS & RESORTmemiliki jumlah kamar sebanyak 194 kamar yang terdiri dari :

* *STANDARD TERRACE*	48 ROOM
* *SUPERIOR*	77 ROOM
* *BUNGALOW SEA VIEW*	03 ROOM
* *DELUXE COTTAGE*	32 ROOM
* *DELUXE SUITE*	30 ROOM
* *VILLA PLUS*	04 ROOM

Fasilitas yang dimiliki diantaranya :

- *Swimming Pool* (terbesar diantara hotel yang ada di Lombok saat ini)
- 2 Restaurant (Nusantara di sebelah gili lounge 06.00-11.00 /breakfast & lunch time dan Sea Side di tepi pantai buka 24 jam melayani room service 24 jam)
- 3 Bar (Gili Longue Bar di Lobby buka 08.00-24.00, Sunken Bar Di Pool buka 10.00-18.00 dan Service Bar di Tepi pantai buka 10.00-20.00)
- 2 Tennis Court di dekat Parkir area
- BALL Room di depan lobby (BIMA I, BIMA II, BIMA III dengan kapasitas bisa 800 pax dengan teater style)
- Arjuna Meeting Room ada di Lobby dengan kapasitas 100 pax Teater style
- Dua meeting room yang kecil yaitu Nakula dan Sadewa ada di samping Ball room dengan kapasitas 10-20 pax / room
- Business centre ada di lobby buka 09.00-20.00
- Fasilitas free Internet / Hot Spot / WI-FI selama event TIME bagi participant
- SPA dengan nama Club Arena ada di (Room 1053)
- CLINIC dan Doctor on call di kamar 1124 wing room (dibangunan bertingkat lantai dasar buka pukul 15.00-22-00)
- Fasilitas Drugstore ada di Lobby buka 09.00-20.00

- Boutique ada di ujung lobby dengan nama Labutique buka 09.00-20.00
- Tempat bermain anak-anak di sebelah kolam renang
- Area Garden dan tempat parkir yang luas (luas area kamar dan taman total 8 hektar)

4.2 Visi dan Misi The Santosa Villas and Resort

a. Visi

"Menjadikan HOTEL SANTOSA LOMBOK sebagai hotel pilihan utama di wilayah Nusa Tenggara Barat."

b. Misi

- "Meningkatkan dan menjaga mutu pelayanan dan produk yang sesuai dengan harapan pelanggan melalui pengembangan sumber daya manusia dan manajemen bermutu nasional."
- "Memperkenalkan budaya asli lombok kepada wisatawan lokal maupun mancanegara yang menjadi salah satu kekayaan Indonesia"

4.3 Sumber Daya Manusia

Pengelolaan HOTEL SANTOSA LOMBOK dipimpin oleh seorang *General Manager* yaitu Stephan Servin. Berdasarkan susunan struktur organisasinya (Lampiran 3), kegiatan operasional hotel dijalankan oleh sembilan departemen dengan jumlah karyawan 300 orang, yang meliputi karyawan tetap dan kontrak serta beberapa karyawan harian yang jumlahnya disesuaikan berdasarkan kebutuhan. Level karyawan di HOTEL SANTOSA LOMBOK terbagi menjadi 6 level, dimana level 6 merupakan level paling tinggi dan level 1 merupakan level paling rendah

bagi karyawan (Lampiran 4). Pengelolaan 8 departemen di HOTEL SANTOSA LOMBOK diuraikan sebagai berikut :

Departemen ruangan/kamar (*Rooms Departement*)

1) Departemen depan hotel (*Front Office Departement*)

Departemen ini lebih dikenal dengan sebutan FO (*Front Office*) yang ditempatkan di kantor depan hotel. Karyawan yang dimiliki FO departemen diawasi oleh FO manager departemen. Departemen ini bertugas untuk memberikan pelayanan dalam pemesanan kamar, penanganan barang-barang tamu, pelayanan informasi, check-in dan check-out, serta menerima pembayaran.

2) Departemen tata graha (*House Keeping Departement*)

Tugas dan tanggung jawab departemen ini adalah mengenai pengurusan perlengkapan fasilitas hotel, seperti meja, sprei, sarung bantal, korden, menjaga dan memelihara kebersihan seluruh kamar, ruangan hotel dan kebersihan lingkungan sekitar hotel. Departemen ini juga memiliki tanggungjawab untuk pengadaan dan penggantian perlengkapan yang menunjang fasilitas hotel. Karyawan yang bertugas di departemen ini diawasi oleh*Executive HouseKeeper.*

3)Departemen makanan dan minuman (*Food-Beverage Departement*)

Departemen ini dikenal dengan sebutan FnB service bertanggung jawab untuk melayani konsumen sebagai tamu hotel dalam penjualan makanan dan minuman. Karyawan di departemen ini bertugas untuk melayani penyajian makanan dan minuman di restoran, kafe, bar atau

pengiriman ke kamar. Departemen ini juga melakukan pembelian bahan makanan dan minuman, penyimpanan dan melakukan pengolahan, serta tanggungjawabnya, yaitu untuk menemukan resep-resep baru yang dapat menarik minat konsumen hotel untuk menyantap makanan dan minumannya. Karyawan di departeme FnB dimana departemen ini dikepalai oleh FnB Manager yang dibantu *executive chef* untuk mengurusi 2 bagian yaitu bagian restaurant dan bagian untuk menemukan resep baru untuk menarik customer. Untuk mengelola restaurant sendiri dikepalai oleh Assistant FnB manager dan bagian untuk *kitchen* dikepalai oleh *pastry Chef*.

4) Departemen perbaikan/pemeliharaan (*Engineering Departement*)

Departemen ini bertanggung jawab atas kondisi penampilan *interior* dan *eksterior* bangunan hotel, perbaikan dan menjaga kelancaran pengoperasian berbagai peralatan yang berada di kamar ataupun ruangan hotel lainnya.Karyawan dalam departemen ini terdiri dari teknisi peralatan, teknisi kelistrikan,yang dikepalai oleh *chief Engineering*.

5) Departemen personalia (*HRD Departement*)

Departemen ini memiliki 3 karyawan yang terdiri dari. Tugas departemen ini adalah merekrut karyawan, menempatkan karyawan pada posisi yang tepat, mengatur penggajian, melakukan penilaian kinerja karyawan, serta memperhatikan kesejahteraan dan keselamatan karyawan (K3). Departemen ini dipimpin oleh *Human Resource Manager.*

6) Departemen penjualan pemasaran (*Sales Marketing Departement*)

Tugas utama bagian penjualan dan pemasaran adalah menjual produk dan jasa yang ditawarkan oleh hotel. Kegiatan pemasaran hotel ini dipimpin oleh *Sales & Marketing Manager*. Departemen ini dituntut untuk dapat memantau pasar, persaingan produk, memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu, serta merencanakan promosi hotel.

7) Departemen keuangan (*Accounting Departement*)

Departemen ini bertanggung jawab mengawasi keuangan hotel dengan pembuatan laporan keuangan tentang penerimaan dan pengeluaran hotel. Departemen ini dipimpin oleh *Chief Accountant*

8) Departemen keamanan (*Security Departement*)

Departemen ini bertanggung jawab dalam mengawasi keamanan hotel baik dari dalam maupun dalam.
Yang dimana departemen ini memiliki sekitar 12 karyawan yang dibagi untuk menjaga beberapa titik pada hotel dan dibagi menjadi beberapa shift departemen ini dipimpin oleh *Chief Security*.

SUMBER DAYA IT

Sumber daya IT yang dimiliki HOTEL SANTOSA LOMBOK disediakan dalam bentuk tabel dan terlampir pada lampiran.

Untuk melakukan analisa baik secara internal maupun secara eksternal diperlukan beberapa alat analisa, seperti misalnya analisa PEST dan *COMPETITIVE PORTER'S* untuk menganalisa keadaan eksternal perusahaan dan analisa *VALUE CHAIN* dan EFAS & IFAS serta SWOT dan TOWS untuk menganalisa keadaan internal perusahaan.

4.4 Analisis PEST (Politik,Ekonomi,Sosial,Teknologi)

Analisis PEST dalam penelitian ini berguna untuk mengukur, sejauh mana faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi dapat mempengaruhi kinerja pihak internal hotel. Karena faktor PEST ini sendiri merupakan faktor eksternal yang berasal dari luar bagian hotel tetapi sangat mempengaruhi keadaan hotel untuk saat ini dan waktu yang akan datang.

4.4.1 POLITIK

1. Kebijakan yang dijalankan pemerintah di bidang pariwisata sampai saat ini masih banyak dipolitisasi. Contohnya saja di bagian promosi daerah pariwisata, pemerintah dirasakan lebih memprioritaskan untuk mempromosikan daerah yang berpotensi memberikan pemasukkan lebih besar contohnya adalah bali. Pada akhirnya saat ini kedatangan wisatawan ke bali sangat jauh melampaui target sehingga bisa dikatakan sangat padat, hal itu dapat dilihat dari jumlah kedatangan pada tahun 2013 seperti yang tercantum dalam sebuah artikel Koran elektronik yang mengatakan bahwa kedatangan meningkat sebanyak 10-12 persen selama 5 tahun terakhir (http://travel.kompas.com/read/2013/01/02/18454158/Jumlah.Turis.ke.Bali.Melampaui.Target). Setelah terjadi

kepadatan wisatawan yang datang ke bali, baru pada awal tahun 2013 ini pemerintah berkeinginan mempromosikan daerah wisata lain selain bali hal tersebut berada pada sebuah artikel yang Koran elektronik yang mengatakan bahwa pemerintah baru akan mempromosikan 5 daerah wisata lain selain bali pada acara di belanda. (http://indonesiaku.lintas.me/go/talkmen.com/pemerintah-promosikan-5-destinasi-wisata-selain-bali). Hal ini jelas membuktikan, kurangnya antusiasme pemerintah untuk mempromosikan daerah pariwisata lain sehingga membuat wisatawan menjadi menumpuk pada 1 daerah wisata yang bisa jadi merugikan bagi daerah wisata lain.

2. Pemerintah lokal di saat ini hanya memikirkan pembangunan yang menguntungkan bagi pemerintah saat ini saja. Pemerintah seharusnya ambil bagian dalam pembangunan di berbagai bidang untuk membangun daerahnya, khususnya di daerah senggigi yang merupakan daerah wisata, tetapi kenyataannya pada saat ini, jika pemerintah tidak mendapatkan keuntungan dari pembangunan yang dilakukan pihak pihak yang mendukung pariwisata, maka pihak pemerintah akan sulit dalam membantu memberikan izin untuk pembangunan untuk pariwisata.

3. beberapa nelayan di daerah senggigi merasa memiliki daerah pantai sebagai milik mereka sehingga menimbulkan ketidaknyamanan bagi pihak hotel maupun pihak customer yang ingin menikmati suasana pantai. Seharusnya pihak pemerintah memberikan solusi khusus untuk masalah ini, semisal saja dengan menyediakan

tempat khusus untuk kapal nelayan, sehingga tidak menggangu aktivitas bisnis yang dilakukan pihak hotel

4. Berdasarkan hasil wawancara dengan *General Manager* HOTEL SANTOSA LOMBOK, stephan servin yang merasakan adanya sedikit kelalaian pemerintah dalam permasalahan sampah yang ada di sekitar daerah pariwisata senggigi. Pemerintah seharusnya punya andil tersendiri dalam mengurusi masalah sampah yang berada di sekitar hotel santosa, tetapi hal yang terjadi tidak demikian. Pemerintah dirasa tidak ingin campur tangan dalam permasalahan sampah yang berada di sekitar hotel dan membebankan permasalahan tersebut kepada pihak hotel. Sedangkan pemerintah hanya bisa berkomentar dan memberikan sangsi jika banyak sampah yang berada di sekitar hotel.

5. Pedagang yang berada di sekitar wilayah senggigi pun banyak menjadi masalah untuk hotel hotel di wilayah senggigi, hal itu dapat terlihat dari jenis barang yang mereka jual yang sebenarnya tidak memiliki lisensi. Hal itu dapat mereka lakukan karena mereka pada dasarnya membayar pada beberapa pihak yang bisa melindungi mereka dari masalah hukum. Tetapi untuk hotel hotel yang berada di sekitar wilayah senggigi yang merasa menjual barang barang berlisensi tetap saja diperiksa secara berlebihan oleh beberapa oknum karena pihak hotel tidak mengeluarkan biaya lebih untuk memberikannya kepada beberapa oknum tersebut. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya kasus yang terjadi di wilayah nusa tenggara barat dengan banyaknya barang barang oplosan, seperti yang terjadi beberapa waktu

lalu beberapa wisatawan asal Australia meninggal dan kritis karena meminum minuman oplosan (http://news.detik.com/read/2013/01/04/110720/2133008/1148/minum-alkohol-oplosan-di-lombok-pemuda-australia-kritis?nd771104bcj) itu merupakan bukti masih rendahnya perhatian pemerintah pada pedagang pedagang kecil yang menjual barang palsu.

4.4.2 EKONOMI

1. Krisis ekonomi yang terjadi di wilayah eropa tidak terlalu jauh mempengaruhi bidang pariwisata di Indonesia, terutama di Lombok wisatawan mancanegara lebih memilih tujuan untuk berlibur ke Indonesia karena dirasa lebih memiliki keamanan dan kenyamanan daripada harus berlibur ke Negara seperti afrika, hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan kunjungan dari wisatawan mancanegara pada situs resmi BPS(Badan Pusat Statistik) (http://bps.go.id/brs_file/pariwisata_01feb13.pdf) yang bahkan tertulis bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke pulau Lombok meningkat hamper 90%. Krisis ekonomi global ini sendiri membuat beberapa pengusaha eropa berpikiran untuk menginvestasikan uang yang mereka miliki. Hal ini sendiri bisa menjadi peluang sekaligus ancaman bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK, di satu sisi pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK bisa mendapatkan investasi dari pengusaha eropa, tapi juga bisa menjadi ancaman bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK karena investor tersebut bisa menginvestasikan dana yang dimiliki untuk saingan dari HOTEL SANTOSA LOMBOK

2. Krisis ekonomi secara global juga sangat mempengaruhi keadaan finansial hotel, meningkatnya harga barang kebutuhan dan meningkatnya biaya untuk membayar karyawan sehingga untuk menutupi hal itu, pihak hotel meningkatkan *room rate* menjadi lebih tinggi, namun untuk saat ini *room rate* tersebut masih dirasa dalam batas wajar.

4.4.3 SOSIAL

1. Beberapa aturan dari desa setempat misalnya melarang wisatawan terlalu bebas dalam berbusana ataupun melarang memasuki tempat tempat yang dianggap keramat ataupun suci. Hal itu dirasa sangat berlebihan untuk daerah wisata seperti senggigi yang ramai dengan wisatawan mancanegara.

2. Berdasarkan hasil wawancara dengan *General manager* HOTEL SANTOSA LOMBOK Mr stephan servin. Beberapa pihak dari hotel lain tidak jujur dalam hubungannya dengan HOTEL SANTOSA LOMBOK yang membuat terhambatnya hubungan antar hotel di daerah pariwisata senggigi. Dilihat dari hubungan persaingan bisnis dengan beberapa hotel lain, hotel-hotel tersebut dirasa saling menutupi kekurangan dalam menjaga kekuatan hotelnya masing masing

3. Pedagang lokal yang menjajakan barang dagangannya kadang kala bersifat memaksa, sehingga tamu hotel menjadi merasa tidak nyaman dan mengajukan komplain pada pihak hotel. Tetapi pihak hotel tidak dapat berbuat banyak karena hal itu diluar kuasa pihak hotel untuk melarang penduduk menjajakan barang dagangan.

4.4.4 TEKNOLOGI

1. Hingga saat ini pengguna *provider* XL di pulau lombok dirasa yang terbesar, sehingga pihak hotel mengajukan kerja sama dengan pihak XL untuk membangun tower penguat sinyal di dalam hotel sehingga pengguna provider XL lebih nyaman dalam berkomunikasi, hal itu menjadi salah satu keuntungan tersendiri bagi pihak hotel maupun pihak *provider* yang mendapatkan keuntungan lebih

2. Saat ini dunia teknologi sangat berkembang, dengan banyaknya situs situs luar negeri yang semakin terkenal. Hal itu bisa dapat membantu HOTEL SANTOSA LOMBOK dalam mengiklankan hotel sehingga tamu menjadi lebih tertarik untuk menginap di hotel santosa. Tetapi hal tersebut juga menjadi ancaman bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK, dengan adanya situs iklan luar negeri tersebut hotel hotel kecil juga dapat beriklan pada situs tersebut hingga menjadi salah satu alternative lain untuk customer dalam memilih hotel untuk menginap.

3. Dengan semakin menjamurnya pengguna *smartphone* di beberapa kalangan, pihak hotel dirasa perlu memanfaatkan fitur fitur yang dimilik smartphone untuk semakin mengiklankan HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri. Contohnya saja dengan memberikan *barcode* khusus untuk langsung menunjuk ke sistem HOTEL SANTOSA LOMBOK

Dari berbagai masalah politik yang terjadi baik karena kebijakan pemerintah maupun keadaan yang yang mempengaruhi politik. HOTEL SANTOSA LOMBOK diharapkan memiliki penghubung khusus antara pihak hotel dengan pihak pemerintah, seperti misalnya juru bicara khusus

untuk pemerintah, tetapi dengan terbatasnya *budget* yang dimiliki oleh hotel, hal itu dirasa kurang berpengaruh bagi hotel.

Dalam menghadapi masalah perekonomian untuk semakin memperluas wilayah promosi. HOTEL SANTOSA LOMBOK lebih baik meningkatkan pencarian tamu yang berasal dari eropa, juga seharusnya melebarkan sayap untuk promosi hotel ke daerah asia yang merupakan salah satu daerah yang memiliki tingkat kedatangan tinggi ke Indonesia.

Berusaha untuk "menggandeng" beberapa tokoh masyarakatmerupakan salah satu cara untuk dapat menyelesaikan masalah sosial dengan baik, misalnya saja dengan permasalahan budaya yang ada dan masalah sosial dari penduduk lokal maupun pelanggan hotel bisa berjalan dengan selaras. Tokoh masyarakat ini sendiri juga dapat membantu pihak hotel dalam menyelesaikan beberapa masalah sosial lain yang berhubungan dengan nelayan maupun dengan pedagang lokal.

Dari berbagai fakta yang didapat dari hasil wawancara mengenai faktor faktor Politik, Ekonomi, Sosial dan teknologi.Pemanfaatan teknologi dengan penggunaan sistem akan sangat berpengaruh untuk untuk menjalin hubungan dengan pelanggan. Penggunaan sistem sendiri juga akan meningkatkan kepuasan pelanggan dalam pelayanan. Semisal saja dengan menjalin hubungan dengan pelanggan yang berasal dari luar negeri, sehingga pelanggan tersebut dapat mengetahui permasalahan izin tinggal maupun permasalahan politik lain yang ada di indonesia.

Dalam bidang ekonomi, sistem ini juga membantu menampilkan ragam room rate hotel dan jenis discount dan paket menginap yang disediakan. Sistem ini juga dapat memberikan informasi agar customer dapat mengetahui aturan adat daerah sekitar senggigi dari info yang disediakan. Dari sisi teknologi, hal ini merupakan perkembangan yang baik, karena dengan adanya sistem CRM ini nantinya pihak hotel dan pihak pelanggan akan lebih intensif dalam berhubungan, sehingga pelanggan akan menjadikan HOTEL SANTOSA LOMBOK hotel dengan tujuan utama.

4.5 Analisis *Competitive's Force Model*

Analisis *competitive's Force model* dapat digunakan untuk mengetahui beberapa permasalahan yang berasal dari luar lingkungan hotel, beberapa hal yang menjadi permasalahan dari luar hotel adalah persaingan bisnis dengan bisnis sejenis, kemudian munculnya pemain baru dalam bisnis yang sama, kemudian adanya kemampuan tawar menawar customer, serta adanya produk pengganti dan kemampuan tawar menawar supplier yang akan diuraikan sebagai berikut :

- *Competitive rivalry within an industry/* persaingan dengan bisnis yang sejenis

Persaingan dengan Hotel lain

Salah satu contoh pesaing dari HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah Senggigi beach Hotel, Sheraton Hotel, Qunci Villa, Jayakarta Hotel, Holiday Resort, dan Jeefa Klui. Senggigi beach Hotel, Jayakarta Hotel dan Sheraton

Hotel merupakan saingan dari HOTEL SANTOSA LOMBOK paling besar di kawasan wisata senggigi karena hotel-hotel tersebut memiliki banyak kesamaan dengan HOTEL SANTOSA LOMBOK sehingga bisa dikatakan sangat sulit untuk menentukan posisi yang lebih unggul. Menurut PR HOTEL SANTOSA LOMBOK yaitu miss deilla sendiri, secara positif beliau sendiri menyatakan beberapa dari hotel tersebut memiliki kelebihannya masing masing, mulai dari villa yang lebih baik yang dimiliki oleh Qunci Villas, maupun kinerja jeefa klui yang memiliki orang" terbaik di bidang perhotelan yang ada di pulau lombok dan beberapa kelebihan lain yang dimiliki oleh hotel hotel tersebut. Selain itu menurut miss deilla sebenarnya hotel-hotel tersebut sudah memiliki pangsa pasarnya masing masing yang dimana HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri memiliki kelebihan di bidang mice yang digunakan untuk melakukan *meeting*. Secara terbuka memang ada persaingan antara Santosa dengan Hotel-hotel lain tetapi dalam banyak hal hotel-hotel tersebut memiliki banyak kesamaan dan juga keungulan tersendiri.

- *Threats of new entrants*/ancaman dari pemain baru

Munculnya Hotel baru

Berkaitan dengan hal ini HOTEL SANTOSA LOMBOK sebagai hotel yang telah cukup lama berdiri merasa akan lebih banyak persaingan dengan munculnya hotel baru Karena dengan munculnya hotel-hotel baru tersebut membuat persaingan akan menjadi lebih ketat dan hotel-hotel yang ada akan semakin berinovasi untuk menarik customer untuk menginap di hotelnya. Tetapi dengan memiliki

karyawan yang sudah berpengalaman di bidangnya HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri belajar untuk meningkatkan mutu pendidikan dan pelayanannya. Seperti contohnya banyak hotel yang mulai membangun villa dan mulai membangun tempat *mice* yang *exclusive* untuk menarik minat customer. HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri berniat untuk mengadakan inovasi yang lebih lanjut untuk menarik minat customer, tetapi diluar keinginan untuk melakukan inovasi itu sendiri sebenarnya jumlah tamu yang datang ke HOTEL SANTOSA LOMBOK dari tahun ke tahun tidak berkurang, hanya bisa dirasakan pangsa pasarnya yang berubah. Karena yang ditawarkan oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah kualitas pelayanan yang terjamin.

- *Bargaining power of customer*/ kemampuan tawar menawar dari customer

Adanya kemampuan calon *customer* untuk memilih hotel yang diinginkan

Hal ini tentu HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri tidak dapat memaksakan calon *customer* untuk menjadi *customer* di HOTEL SANTOSA LOMBOK tetapi dengan mutu dan pelayanan yang baik di HOTEL SANTOSA LOMBOK, diharapkan banyak calon *customer* yang memilih HOTEL SANTOSA LOMBOK sebagai hotel pilihan mereka.

- *Threat of subtitue product*/ adanya produk pengganti

Adanya *homestay*/tempat khusus Rapat

Terhadap hal ini pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK merasa sedikit khawatir karena dengan harga yang ditawarkan oleh beberapa tempat khusus *meeting* dan juga beberapa villa khusus yang berada di pulau Lombok dengan harga yang bisa dikatakan bersaing dengan hotel santosa. Tetapi dengan lokasi dan suasana yang lebih nyaman menjadi salah satu kekuatan lebih dari HOTEL SANTOSA LOMBOK untuk lebih menguasai pasar dibandingkan tempat meeting maupun villa tersebut.

- *Bargaining power of supplier*/ kemampuan tawar menawar dari pemasok

Adanya suppier tetap

Untuk permasalahan supplier, pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri sebenarnya masih memegang kendali untuk memilih *supplier* mereka sendiri hingga dirasa tidak ada permasalahan sama sekali untuk bagian *supplier*, tetapi untuk menjaga hubungan baik dengan *supplier*, sebaiknya HOTEL SANTOSA LOMBOK memiliki reward khusus untuk *supplier* yang berpengaruh tinggi bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK

Memiliki beberapa pesaing dalam bisnis yang sama merupakan sebuah ancaman bagi sebuah perusahaan untuk menguasai sebuah proses bisnis. Hal tersebut mengakibatkan setiap perusahaan berlomba lomba untuk menciptakan inovasi terbaru untuk meningkatkan proses bisnisnya, seperti yang terjadi pada HOTEL SANTOSA LOMBOK, dengan banyaknya pesaing dalam bisnis yang sama maka HOTEL SANTOSA LOMBOK seharusnya memiliki strategi khusus untuk mendapatkan pelanggan.

Terlebih dengan munculnya hotel hotel baru baik di wilayah senggigi sendiri maupun di wilayah kota mataram yang merupakan pusat pemerintahan, untuk menangani masalah munculnya banyak hotel baru ini HOTEL SANTOSA LOMBOK diharapkan memiliki sejumlah strategi untuk menanggulanginya salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan lebih baik agar pelanggan tidak berpikiran untuk berpindah menginap di hotel lain tersebut. Semakin berkembangnya pemikiran dari *customer* untuk menberikan penawaran terhadap produk yang dimiliki seharusnya pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK memiliki pemikiran untuk memberikan penawaran lebih untuk pelanggan, sehingga pelanggan akan senantiasa berada di HOTEL SANTOSA LOMBOK karena penawaran tersebut menguntungkan bagi pelanggan dan juga menguntungkan bagi pihak hotel santosa.

Semakin banyaknya produk pengganti atau tempat menginap lain di wilayah senggigi berupa homestay ataupun motel dengan harga yang jauh lebih murah. Hal tersebut merupakan masalah yang harus dihadapi oleh pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK yang dimana diharapkan HOTEL

SANTOSA LOMBOK memberikan fasilitas tambahan untuk pelanggan yang menginap di HOTEL SANTOSA LOMBOK sehingga berpikir untuk terus berada di hotel santosa.

Semakin berkembangnya wilayah Lombok akan semakin memperbanyak produk pengganti yang menjadi ancaman bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK. Banyak hal yang harus dilakukan oleh pihak santosa Lombok agar dapat bertahan dalam bisnis serupa. Salah satu hal yang dapat dilakukan pihak santosa Lombok adalah semakin memperbaiki dan memperbanyak fasilitas, sehingga pelanggan tetap menjadikan HOTEL SANTOSA LOMBOK sebagai pilihan utama.

Dalam permasalahan *supplier* yang semakin lama semakin berkembang, HOTEL SANTOSA LOMBOK diharapkan memiliki beberapa referensi untuk lebih memilih *supplier* yang menguntungkan bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri. Selain itu juga pendataan khusus untuk *supplier* dapat memperjelas hubungan kerja sama antara *supplier* dengan HOTEL SANTOSA LOMBOK

Dari berbagai permasalahan yang datang dari luar lingkungan HOTEL SANTOSA LOMBOK ini hal yang seharusnya dilakukan oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK untuk dapat meningkatkan adalah dengan semakin memanjakan pelanggan yang menginap di HOTEL SANTOSA LOMBOK dengan berbagai fasilitas, yang tidak hanya ada dengan fasilitas fisik tetapi juga fasilitas non fisik sehingga pelanggan lebih merasa nyaman untuk menginap di HOTEL SANTOSA LOMBOK. Salah satu fasilitas yang mendukung adalah dengan membuat sebuah sistem CRM yang berguna untuk berbagi info kepada pelanggan dan juga untuk memberikan pemikiran positif bagi pelanggan bahwa pihak hotel

memperhatikan pelanggan salah satunya dengan cara memberikan apresiasi lebih berupa *reward* pada pelanggan yang menginap di HOTEL SANTOSA LOMBOK yang dapat disediakan melalui sistem CRM itu sendiri.

4.6 Analisis *Value Chain*(analisis rantai nilai)

1. Analisis *Value Chain*

Analisis *value chain* digunakan untuk menganalisa aktivitas utama dan aktivitas pendukung yang memberikan nilai pada HOTEL SANTOSA LOMBOK yang dimana nilai itu sendiri merupakan keunggulan dan keuntungan yang dimiliki oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK

Layanan / servis

Layanan/servis pada HOTEL SANTOSA LOMBOK merupakan aktivitas utama dalam proses bisnis yang dijalaninya sehingga layanan merupakan aktivitas utama yang paling banyak didukung oleh unit unit pendukung yang ada di dalam aktivitas pendukung yang dimiliki HOTEL SANTOSA LOMBOK

Fungsi aktivitas utama

Aktivitas utama diagram konteks dijabarkan sebagai berikut :

1. penerimaan tamu pada aktivitas ini ketika ada customer yang datang untuk melakukan reservasi, maka unit *Front Office* akan menyediakan informasi jenis layanan yang ada di HOTEL SANTOSA LOMBOK

2. pelayanan jasa, pada aktivitas utama ini dipersiapkan untuk melayani pelanggan dan didukung oleh berbagai divisi hotel seperti pelayanan reservasi, pelayanan *Food and Beverages*, Pelayanan *House Keeping*.

3. dengan adanya dukungan dari pihak pihak hotel kepada pelanggan, diharapkan visi dan misi serta tujuan dari hotel dapat terlaksana dengan baik, yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan yang berkunjung ke HOTEL SANTOSA LOMBOK

Fungsi Aktivitas pendukung :

1. Unit *Accounting* bertugas dalam hal pendanaan baik untuk pengurusan pembayaran pengeluaran maupun pemasukan hotel.
2. Unit HRD memberikan pelayanan dalam hal seleksi dan pengelolaan sumber daya manusia yang ada di HOTEL SANTOSA LOMBOK
3. Unit *sales & marketing* memberikan pelayanan dalam hal memberikan informasi dan menjalin kerjasama dengan pihak pihak yang dapat membantu mengiklankan room yang dimiliki HOTEL SANTOSA LOMBOK
4. Unit FO memberikan pelayanan dalam hal memberikan informasi yang diinginkan oleh pihak pelanggan tentang keseluruhan dari hotel selain itu juga menjadi penghubung antara pelanggan dengan departemen hotel yang lain.
5. Unit FnB memberikan pelayanan dalam hal memenuhi kebutuhan pelanggan untuk makanan dan minuman, baik untuk di restaurant maupun untuk room service.

6. Unit *House Keeping* memberikan pelayanan dalam hal pelayanan kamar baik dalam fasilitas kamar maupun dalam fasilitas umum dari hotel

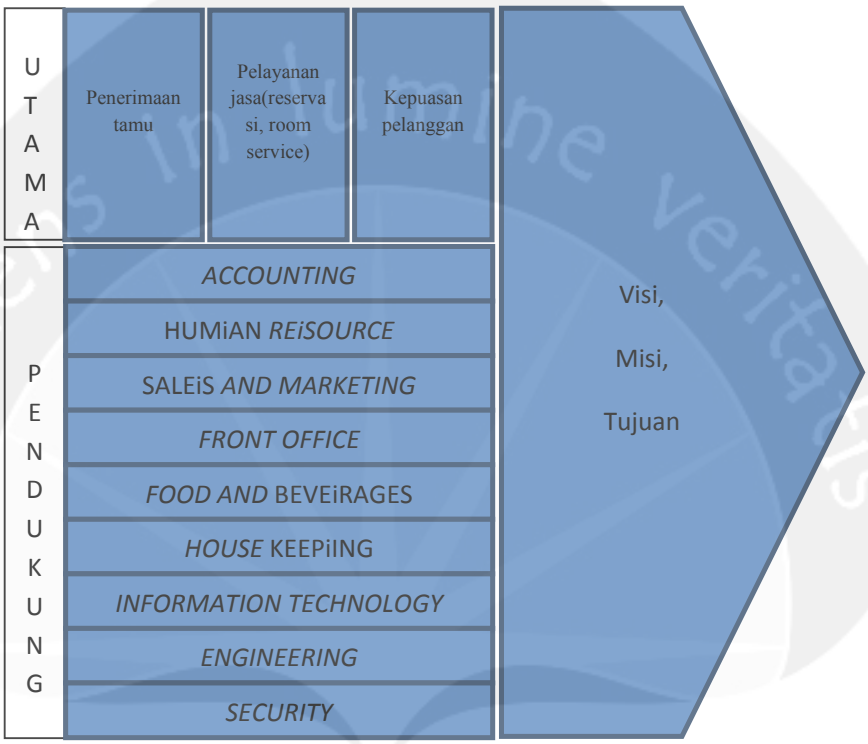
7. Unit IT memberikan pelayanan dalam hal pelayanan dalam penggunaan alat teknologi baik dari pihak karyawan hotel maupun bagi customer. Unit IT juga melakukan pelayanan dalam hal pemeliharaan alat teknologi *hardware* maupun *software* yang dimiliki oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK

8. Unit *engineering* memberikan pelayanan perawatan dan penggunaan mesin yang berguna untuk kepentingan hotel, selain itu juga dalam hal perawatan barang barang kelistrikan yang dimiliki oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK .

9. Unit *security* memberikan pelayanan dalam hal menjaga keamanan dan kenyamanan dari pihak pelanggan hotel maupun bagi pihak intern HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri.

2.Diagram Konteks Proses Kerja

Diagram internal *Value Chain* di HOTEL SANTOSA LOMBOK



Gambar 4.1 diagram konteks proses kerja

untuk mengembangkan proses bisnis yang dimiliki HOTEL SANTOSA LOMBOK banya khal yang harus dilakukan unit pendukung untuk mendukung aktivitas utama. Pada aktivitas utama bagian penerimaan tamu yang sudah memiliki sistem informasi sendiri yang harus dikembangkan untuk penerimaan secara *online* yang harus didukung unit *front office*. Pengembangan yang perlu dilakukan untuki pelayanan jasa pada pelanggan yang bisa dilakukan dengan mengembangkan fasilitas fisik yang dimiliki hotel untuk dapat memberikan pelayanan lebih kepada pelanggan. Pengembangan fasilitas fisik

untuk pelanggan dirasa masih kurang efektif karena membutuhkan budget yang besar sehingga berpengaruh untuk aktivitas administrasi yang ada pada lingkungan HOTEL SANTOSA LOMBOK.

Visi dari HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah menjadikan HOTEL SANTOSA LOMBOK menjadi hotel pilihan utama customer yang datang ke pulau lombok. Pengembangan yang perlu dilakukan oleh pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah dengan menciptakan strategi bisnis yang mengutamakan kepentingan customer. Strategi bisnis yang cocok untuk mengembangkan visi HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah strategi *Customer Relationship Management* (CRM).

Misi dari HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah untuk meningkatkan dan menjaga mutu pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Pengembangan yang perlu dilakukan oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK untuk mewujudkan misi tersebut adalah dengan memberikan suasana kerja yang baik bagi karyawan. Pada akhirnya karyawan akan senantiasa melayani pelanggan dengan lebih baik. Peningkatan mutu pelayanan untuk pelanggan sendiri akan menambah kepuasan pelanggan selama berada di HOTEL SANTOSA LOMBOK.

Misi lain dari HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah pengenalan budaya asli lombok kepada wisatawan lokal maupun mancanegara. Pengembangan yang harus dilakukan HOTEL SANTOSA LOMBOK untuk mewujudkan misi tersebut adalah dengan memperkenalkan secara langsung maupun tidak langsung budaya asli lombok kepada pelanggan. Salah satu cara memperkenalkannya adalah dengan cara memberikan informasi kepada wisatawan tentang budaya

asli lombok adalah melalui berita mengenai budaya lombok dan bisa juga melakukan pengembangan pada karyawan untuk membiasakan diri melayani pelanggan dengan cara khas budaya lombok.

Tujuan dari HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah memperoleh keadaan finansial yang stabil. Pengembangan yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan sebagai sumber pemasukan. Untuk mempertahankan jumlah pelanggan, maka HOTEL SANTOSA LOMBOK diharapkan dapat memberikan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan sesuai keinginan dan bahkan melebihi ekspektasi customer. Dalam hal meningkatkan jumlah pelanggan, pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK seharusnya memanfaatkan unit sales dan marketing untuk membuat keputusan dalam mencari daerah yang berpotensi mendatangkan customer lebih banyak. Sistem *Customer Relationship Management*(CRM) sendiri sejatinya dapat melakukan dukungan sekaligus terhadap pemberian informasi tentang budaya asli pulau lombok sendiri kepada customer. Sistem *Customer Relationship Management*(CRM) juga dapat digunakan sebagai alat promosi kepada customer, sehingga bisa memudahkan unit *sales dan marketing* untuk melakukan promosi.

4.7 ANALISA IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) & EFAS(*External Factor Analysis Summary*)

Analisis IFAS dan EFAS disini berfungsi untuk memberikan penilaian terhadap faktor internal dan faktor eksternal yang masuk dalam kategoti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman hotel. Sehingga pada akhirnya nanti dapat terlihat bagian yang menjadi prioritas atau bagian utama dari setiap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari hotel itu sendiri.

4.7.1 EFAS(External Factor Analysis Summary)

PELUANG(*Oppurtunities*)

Tabel 4.1 tabel analisa faktor eksternal : *Oppurtunities*

FAKTOR	Bobot	Rating	JUMLAH	Keterangan
Penerbangan langsung	0,3	4(penting)	1,2	Dengan semakin meningkatnya kedatangan *customer* dari luar negeri, maka akan semakin meningkatkan jumlah *customer* pada hotel
Boat dari bali	0,1	1(sangat tidak penting)	0,1	Jumlah boat tidak tentu dan bisa jadi hanya *customer*

				hanya mampir ke daerah wisata senggigi
Wisatawan asia timur	0,2	3(biasa)	0,6	Karena meningkatnya belum secara signifikan, hal ini dapat dipantau terus untuk meningkatkan jumlah tamu dari asia timur
Potensi alam	0,1	2(tidak penting)	0,2	Potensi alam mili daerah bisa menjadi daya tarik bagi wisatawan.
Jumlah *travel agent*	0,3	5(sangat penting)	1,5	Karena masih perlu banyak bantuan dalam melakukan promosi, semakin banyaknya jumlah *travel agent* sangat

				membantu proses bisnis.

ANCAMAN(*Threat*)

Tabel 4.2 tabel analisa faktor eksternal : *threat*

Faktor	Bobot	Rating	Jumlah	Keterangan
Hukum adat daerah setempat	0,2	5(sangat tidak penting)	1,0	Ancaman ini dirasa tidak berpengaruh besar karena pihak hote sudah memberitahukannya pada *customer* sebelumnya
Hotel daerah kota	0,2	2(penting)	0,4	Berpengaruh luas karena untuk wisatawan yang hanya singgah, biasanya memilih untuk menginap di wilayah kota
Wisata di bali	0,2	3(biasa)	0,6	Semakin berkembangnya potensi wisata bali, akan semakin menutupi kelebihan potensi wisata lombok

Pembangunan fasilitas di luar hotel	0,1	4(tidak penting)	0,4	Semakin banyaknya fasilitas umum di luar hotel akan semakin menutup fasilitas yang disediakan pihak hotel
Ancaman hotel berbintang lain	0,3	1(sangat penting)	0,3	Sangat berpengaruh karena hal itu membuat persaingan semakin besar untuk hotel di wilayah senggigi

4.7.2 IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Kekuatan(*Strength)*

Tabel 4.3 tabel analisa faktor internal : *strenght*

Factor	Bobot	Rating	Jumlah	Keterangan
Jumlah karyawan	0,1	1	0,1	Jumlah karyawan yang banyak juga bisa menjadi bumerang, karena banyak karyawan yang tidak berpotensi
Kerja sama dengan perusahaan	0,4	5	2,0	Dengan memiliki banyak jaringan kerja sama akan

lain				semakin meningkatkan proses bisnis hotel santosa
Sistem informasi	0,2	3	0,6	Walaupun sudah memiliki sistem informasi namun sistem yang ada masih dirasa kurang dalam beberapa hal
Luas hotel	0,1	2	0,2	Luas hotel merupakan kekuatan yang bisa berpotensi untuk kelangsungan hotel selanjutna
Lokasi strategis	0,2	4	0,8	Lokasi yang strategis dapat menjadi kekuatan karena dapat mengeksplorasi daerah yang ada secara luas.

Kelemahan(*Weakness*)

Tabel 4.4 tabel analisa faktor internal : *Weakness*

Faktor	Bobot	Rating	Jumlah	Keterangan
Marketing	0,3	2	0,6	Bagian marketing dirasa masih belum bekerja secara maksimal untuk melakukan promosi
Karyawan tidak berkompeten	0,1	4	0,4	Karena memiliki karyawan yang banyak dirasa bisa mengganti beberapa karyawan yang tidak berkompeten, karena itu berada pada posisi ini
Budget	0,3	1	0,3	*Budget* yang dirasa masih kurang merupakan kelemahan terbesar hotel untuk mengembangkan proses bisnis
Villa	0,1	5	0,5	Walaupun masih lemah dalam pemeliharaan dan promosi *villa*, namun dengan banyaknya *customer* pada *run of house* hal itu dapat

				menutupi biaya pemeliharaan *villa*
sistem	0,2	3	0,6	Sistem informasi yang masih kurang berguna, karena masih banyak memiliki kekurangan, dan belum adanya sistem yang khusus digunakan untuk menangani *customer* secara langsung

4.8 ANALISIS SWOT (*STRENGHT,WEAKNESS,OPPURTUNIES,THREAT*)

Hasil dari analisa SWOT berhubungan dengan hasil dari teori analisa IFAS dan EFAS sehingga dapat langsung terlihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terbesar yang dimiliki oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK dan juga terlihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terkecil yang dimili oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK berdasarkan urutannya

Analisa SWOT berguna untuk mengukur kekuatan dan kelemahan pada HOTEL SANTOSA LOMBOK, dan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dimiliki oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK, Sehingga dapat nantinya dapat digunakan untuk mengambil kesimpulan dalam merencanakan hal hal yang harus dilakukan oleh pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK dalam menutupi kelemahan dan menanggulangi ancamannya

dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK.

Strenght(Kekuatan)

1. HOTEL SANTOSA LOMBOK memiliki kerja sama dengan beberapa partner perusahaan (*silk air, garuda Indonesia, Giligili faceboat, Lombok unique trekking,Diving dengan DSM,Golf dengan GEC Rinjani, touring* dengan AISL) yang membuat tamu menjadi mudah mendapatkan akses untuk mencapai keseluruhan pulau lombok, sehingga tamu menjadi lebih gampang untuk mengakses keseluruhan pulau lombok, selain itu HOTEL SANTOSA LOMBOK juga memiliki partner dalam penjualan kamar baik dari travel agent baik dari lombok maupun travel agent luar

2. HOTEL SANTOSA LOMBOK berada pada lokasi yang strategis karena dilihat dari posisinya, HOTEL SANTOSA LOMBOK dekat dengan wilayah pariwisata dan untuk akses menuju kota sangat mudah dan dekat, selain itu juga untuk menuju beberapa daerah wisata lain selain pantai, sehingga customer dapat dengan mudah untuk menikmati suasana di sekitar hotel yang selain itu juga pelanggan dapat dengan mudah mengakses tempat-tempat wisata lain di pulau lombok.

3. HOTEL SANTOSA LOMBOK sudah memiliki sistem yang digunakan untuk mempermudah pelayanan kepada pelanggan, dan HOTEL SANTOSA LOMBOK juga sudah memiliki *website* untuk berbagi informasi dengan pelanggan untuk mendapatkan informasi tentang hotel.

4. Dengan luas mencapai 7 hektar, HOTEL SANTOSA LOMBOK merupakan hotel terluas dan yang memiliki room terbanyak di wilayah senggigi sehingga hal itu menjanjikan kenyamanan dan kepuasan kepada pelanggan hotel yang menginginkan ketenangan dalam berlibur, selain itu juga HOTEL SANTOSA LOMBOK memiliki room untuk melakukan meeting yang terbaik yang ada di pulau lombok.

5. HOTEL SANTOSA LOMBOK memiliki karyawan dengan jumlah terbanyak dari semua hotel yang berada di daerah wisata senggigi, HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri memiliki banyak karyawan baik dari bagian *back office* sampai di bagian *front office* yang berpengalaman di bidangnya yang membuat proses bisnis HOTEL SANTOSA LOMBOK lebih berkembang.

WEAKNESS(KELEMAHAN)

1. *Budget* untuk pengembangan proses bisnis hotel dirasakan masih kurang, hal itu dapat dilihat dari banyaknya rencana yang dilakukan, namun belum bisa direalisasikan

2. HOTEL SANTOSA LOMBOK memiliki banyak karyawan, tetapi diantaranya ada karyawan yang bisa dikatakan tidak berkompeten dan tidak memiliki keinginan untuk menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

3. Masih belum menonjolkan kualitas villa dibandingkan hotel lain, karena masih berfokus pada bagian *run of house.*

4, Sistem yang sudah ada dirasa masih kurang dalam membantu kepentingan pihak hotel, karena masih ada sistem yang gagal dalam penggunaannya

5. SDM di bagian *marketing* masih kurang gencar dalam melakukan promosi untuk pencarian tamu dengan jumlah keluarga yang dimana sebenarnya tamu tersebut sangat menguntungkan bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK

OPPORTUNITIES (PELUANG)

1. Meningkatnya jumlah *travel agent* di wilayah kota mataram dan sekitarnya membuat semakin banyak perusahaan yang bisa diajak melakukan kerja sama oleh pihak hotel

2. Dengan adanya penerbangan langsung menuju ke lombok dari malaysia dapat membuat beberapa wisatawan mancanegara dapat dengan langsung memilih tujuan wisata ke lombok.

3. Peningkatan jumlah wisatawan dari asia timur untuk menjadikan pulau lombok menjadi tujuan wisata merupakan salah satu peluang besar untuk mengembangkan marketing hotel.

4. Potensi alam dan suasana baru yang dimiliki pulau lombok dapat menjadi peluang dan daya tarik tersendiri untuk menarik minat wisatawan lokal dan mancanegara.

5. Saat ini banyak boat yang berasal dari pulau bali menjadikan pantai senggigi menjadi salah satu tujuan pemberhentian yang membuat beberapa hotel di pantai senggigi mendapatkan tamu yang berasal dari pulau bali

THREAT(ANCAMAN)

1. Banyak hotel berbintang lain di daerah senggigi yang menjadi ancaman HOTEL SANTOSA LOMBOK dalam menjalankan proses bisnisnya, hal itu dapat dilihat dari menurunnya customer HOTEL SANTOSA LOMBOK karena dirasa tamu tersebut ingin mencari suasana baru dengan menginap di hotel berbintang lain maupun homestay yang terletak di daerah senggigi

2. Dengan banyaknya pembangunan hotel lain di bagian kota, dapat membuat wisatawan lebih memilih tempat yang terkesan lebih dekat dengan bandara

3. Banyak pembangunan tempat karaoke yang dibangun di sekitar kota maupun daerah senggigi yang membuat wisatawan menjadi lebih banyak menghabiskan waktu di tempat karaoke tersebut.

4. Dengan semakin berkembangnya wisata di pulau bali, membuat pulau bali menjadi salah satu ancaman yang besar dari hotel untuk menarik wisatawan.

5. Hukum adat daerah setempat yang mengharuskan untuk pasangan yang bukan suami istri untuk menikah bila terlihat pada waktu yang ditentukan yang melibatkan warga daerah sekitar tersebut. Hal itu bisa menjadi salah satu ancaman bagi customer hotel, karena bersifat mengikat untuk seluruh kalangan,bahkan wisatawan.

4.9 ANALISA TOWS (*THREAT,OPPURTUNIES,WEAKNESS,STRENGHT*)

Analisa TOWS didapat dari hubungan antar elemen SWOT seperti SO (*Strenght-oppurtunities*), WO (*Weakness-oppurtunities*), ST (*Streght-Threat*), WT (*Weakness-Threat*). Dan dari hasil hubungan yang terjadi maka akan terbentuk strategi bisnis yang akan dijalankan pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK.

Analisis TOWS dalam analisis ini berfungsi untuk mengetahui hubungan masing masing antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap hotel untuk mendapatkan strategi bisnis yang dibutuhkan.

TOWS

Tabel 4.5 tabel analisis TOWS

	WEAKNESS	*STRENGHT*
THREAT	1.melakukan kerja sama dengan beberapa investor untuk menjalankan proses bisnis yang lain(W1,T2) 2.meningkatkan kerjasama untuk mempromosikan villa yang tidak dimiliki hotel lain di pulau lombok(W3,T1)	1.membangun fasilitas pendukung untuk *customer* (S4,T4) 2.memberikan apresiasi lebih bagi karyawan berprestasi(S5,T1)
OPPURTUNITIES	1.melakukan kerja sama dengan	1.menawarkan kerja sama dengan

	investor untuk meningkatkan pembangunan yang meningkatkan proses bisnis (W1,O4) 2.melakukan *marketing trip* ke daerah yang berpotensi(W5,O2)	beberapa travel agent baru (S1,O1) 2.mengiklankan tujuan wisata baru di pulau lombok kepada *customer*(S2,O4)

4.10 Analisis CSF(*Critical Success Factor*)

Fungsi dari *Critical success factor* disini adalah untuk mencari elemen elemen penting yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dari proses bisnis HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri.

Tabel 4.6 tabel analisa Critical Success Factor

Sasaran Objectivitas (berdasarkan tujuan)	CSF (hal2 yg diperlukan dan harus ada)	Strategi	Hasil/dampak/manfaat yg didapat
memiliki kerja sama dengan beberapa investor untuk menjalankan proses bisnis lain	SDM yang menyangkut di bidangnya harus siap untuk mencari investor dan mempersiapkan program yang ada sehingga dapat membuat investor tertarik untuk menginvestasikan dana yang dimiliki untuk hotel santosa	melakukan kerja sama dengan beberapa investor untuk menjalankan proses bisnis yang lain	Memiliki investor yang siap bekerja sama untuk mendanai proses bisnis yang dimilik HOTEL SANTOSA LOMBOK sehingga keuangannya lebih meningkat
mempertahankan customer	- fasilitas baik fisik maupun non fisik untuk membantu kebutuhan	membangun fasilitas pendukung untuk customer	Hubungan antara *customer* dan pihak hotel akan

	customer - pelayanan yang lebih kepada *customer* -menerapkan system reward kepada *customer*		semakin meningkat, dan membuat tujuan utama dari hotel dapat terlaksana
Mempertahankan karyawan	- menerapkan sebuah system yang digunakan untuk mencatat kinerja karyawan dari waktu ke waktu - reward kepada karyawan yangberprestasi	memberikan apresiasi lebih bagi karyawan berprestasi -memberikan suasana kerja yang terbaik untuk karyawan	Karyawan akan semakin giat untuk bekerja untuk memperoleh apresiasi lebih tersebut
Memiliki pasar untuk promosi bisnis yang luas.	-Divisi marketing yang lebih cekatan dan lebih antusias dalam bekerja untuk mengetahui daerah mana yang memiliki potensi besar untuk mendatangkan customer	melakukan marketing trip ke daerah yang berpotensi -divisi marketing perlu menerapkan strategi marketing baru	Akan lebih banyak mendapatkan customer dari daerah daerah berpotensi menghasilkan banyak pemasukkan bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK

Faktor-faktor yang menjadi penyebab kesuksesan untuk visi, misi dan tujuan dari HOTEL SANTOSA LOMBOK seharusnya jelas dan bisa direncanakan untuk membantu kesuksesan dari pihak HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri.

Salah satu faktornya adalah dengan mendapatkan investor untuk dapat lebih membantu mengembangkan proses bisnis. Hal hal yang harus dimiliki oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah memiliki SDM yang lebih berpengalaman dalam merencanakan dan pencarian investor bagi pihak hotel santosa. Hasil yang diperoleh dari strategi tersebut adalah memiliki investor yang mampu mendanai kebutuhan keuangan HOTEL SANTOSA LOMBOK.

Faktor lain yang merupakan faktor kesuksesan dari HOTEL SANTOSA LOMBOK adalah dengan membangun fasilitas pendukung lain bagi pelanggan. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan untuk meningkatkan jumlah pelanggan tetap dari HOTEL SANTOSA LOMBOK.F aktor yang harus ada untuk menjalankan strategi ini adalah dengan memiliki fasilitas fisik maupun non-fisik untuk pelanggan. Hasil yang akan diperoleh dari strategi tersebut adalah mencapai visi dan misi serta tujuan utama dari HOTEL SANTOSA LOMBOK sendiri yaitu untuk memberikan kepuasan yang melebihi ekspektasi customer.

Dalam strategi memberian apresiasi lebih kepada karyawan berprestasi dan menciptakan suasana kerja yang nyaman. HOTEL SANTOSA LOMBOK membutuhkan adanya sebuah sistem yang dapat digunakan untuk pencatatan aktivitas bagi karyawan untuk dapat menganalisa kinerja karyawan HOTEL SANTOSA LOMBOK sehingga hasil yang diperoleh

maksimal. Hasil yang diperoleh dari strategi bisnis tersebut adalah karyawan akan semakin giat bekerja untuk melayani customer.

Tujuan untuk memiliki pasar promosi yang luas harus memiliki faktor sukses yaitu memiliki karyawan marketing yang lebih giat dan antusias dalam bekerja untuk mencari daerah berpotensi untuk mendatangkan customer. Strategi yang harus dilakukan adalah dengan melakukan perjalanan promosi ke daerah berpotensi, unit marketing juga seharusnya menerapkan strategi marketing baru. Hasil yang akan dicapai nantinya pelanggan yang datang ke HOTEL SANTOSA LOMBOK akan meningkat dan menghasilkan pemasukan bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK.

Dari berbagai strategi bisnis yang ada, strategi bisnis untuk membangun fasilitas untuk pelanggan dirasa paling menguntungkan dan sejalan dengan visi, misi serta tujuan dari HOTEL SANTOSA LOMBOK. Hal itu dapat dirasakan dari hasil yang diperoleh antara lain untuk meningkatkan hubungan antara pihak hotel dengan pihak customer. Hal itu dirasa paling bermanfaat karena melihat dari hasil strategi bisnis lainnya yang belum tentu memberikan manfaat bagi HOTEL SANTOSA LOMBOK.

4.11 STRATEGI TEKNOLOGI INFORMASI

Tabel 4.7 tabel Strategi Teknologi informasi

Sasaran Objectivitas (berdasarkan tujuan)	CSF (hal2 yg diperlukan dan harus ada)	Strategi	Strategi teknologi informasi
memiliki kerja sama dengan beberapa investor untuk menjalankan proses bisnis lain	SDM yang menyangkut di bidangnya harus siap untuk mencari investor dan mempersiapkan program yang ada sehingga dapat membuat investor tertarik untuk menginvestasikan dana yang dimiliki untuk hotel santosa	melakukan kerja sama dengan beberapa investor untuk menjalankan proses bisnis yang lain	-memiliki sistem untuk menghubungkan antara hotel dengan investor, sistem tersendiri yang dapat digunakan untuk hotel memberikan info kepada investor tentang dana dan kegiatan yang sudah dilakukan pihak hotel dari investasi yang diberikan investor
Meningkatkan jumlah *customer*	- fasilitas baik fisik maupun non fisik untuk membantu kebutuhan *customer* - pelayanan yang	membangun fasilitas pendukung untuk *customer*	- mengembangkan sistem CRM yang sudah ada menjadi

	lebih kepada *customer* -menerapkan system reward kepada *customer*		sebuah sistem terstruktur - mengembangkan E-CRM yang sudah ada -memiliki system reward dalam E-CRM yang diberikan saat menginap di hotel
Mempertahankan karyawan yang berpotensi	- menerapkan sebuah system yang digunakan untuk mencatat kinerja karyawan dari waktu ke waktu - reward kepada karyawan yangberprestasi	-memberikan apresiasi lebih bagi karyawan berprestasi -memberikan suasana kerja yang terbaik untuk karyawan	-memiliki system reward untuk karyawan - mengembangkan system absensi untuk karyawan menggunakan card
Memiliki pasar untuk promosi bisnis yang	-Divisi marketing yang lebih cekatan dan lebih antusias dalam bekerja	melakukan *marketing trip* ke daerah yang	-memiliki system khusus untuk bagian

luas.	untuk mengetahui daerah mana yang memiliki potensi besar untuk mendatangkan customer	berpotensi -divisi marketing perlu menerapkan strategi marketing baru	marketing dalam pendataan customer. -memiliki data yang lengkap tentang data kedatangan wisatawan sehingga mempermudah dalam memperluas pasar.

4.12 *EKSISTING* SISTEM HOTEL SANTOSA LOMBOK

Eksisting sistem ini digunakan untuk mengetahui sistem yang sudah berjalan di HOTEL SANTOSA LOMBOK sehingga dapat dengan mudah juga diketahui kekurangan dan kelebihan sistem yang sudah ada, sehingga bisa digunakan sebagai data untuk mengembangkan sistem tersebut menjadi lebih kompleks dan lebih berguna untuk hotel.

1.sistem yang sudah dimiliki oleh HOTEL SANTOSA LOMBOK

-sistem informasi *accounting*

Sistem informasi *accounting* digunakan untuk membantu karyawan mempermudah dalam pencatatan pengeluaran dan pemasukan hotel agar tercatat di dalam basis data sehingga jika sewaktu waktu data diperlukan selalu siap untuk disajikan.

-sistem informasi *front office*

Sistem informasi ini digunakan untuk membantu karyawan dalam melayani customer untuk masalah *check in, check out* selain itu juga sistem ini digunakan untuk mencatat data data pelanggan yang datang ke hotel santosa.

-sistem informasi reservasi

Sistem informasi ini digunakan untuk membantu karyawan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan agar dapat melakukan pemesanan kamar secara *online* maupun secara langsung dengan datang ke bagian *front office* hotel.

-sistem informasi *Restaurant*

Sistem informasi ini digunakan untuk membantu karyawan dalam melakukan pelayanan untuk pemesanan makanan dan minuman kepada restaurant.

-sistem informasi *House Keeping*

Sistem informasi ini digunakan untuk melakukan pengecekan kondisi kamar, sedang terisi atau sedang kosong. Kondisi kamar tersebut langsung terhubunga dengan sistem informasi *front office* dan sistem informasi reservasi untuk mengetahui kondisi kamar

-*web base CRM*

Web base CRM yang sudah ada digunakan untuk memberikan info kepada customer tentang HOTEL SANTOSA LOMBOK mulai dari room, ruang meeting, restaurant, event yang pernah ada di HOTEL SANTOSA LOMBOK dan melalui web base CRM ini juga dapat dilakukan reservasi room secara *online*. Tetapi untuk berhubungan langsung dengan *customer service* dari hotel belum disediakan akses khusus sehingga customer masih sulit untuk mengetahui info tentang HOTEL SANTOSA LOMBOK secara langsung. selain itu masih media pemesanan kamar dirasa masih kurang interaktif, yang dimana seharusnya customer diberikan hal baru sehingga ingin mencoba hal baru tersebut. Pada web base CRM yang masih dirasakan info yang ada masih kurang. Informasi baru yang dimiliki sulit diperbaharui karena kurangnya karyawan yang mengerti dalam bidang tersebut.

-sistem CRM manual

Sistem CRM secara manual ini digunakan untuk mengukur sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan selama berada di HOTEL SANTOSA LOMBOK .

Sistem CRM yang selama ini berjalan di HOTEL SANTOSA LOMBOK hanya membagikan kuesioner kepada customer yang bersedia untuk mengisi data kuesioner tersebut. sistem CRM manual yang dilaksanakan HOTEL SANTOSA LOMBOK saat ini bisa dikatakan belum maksimal karena data-data tersebut rawan hilang sehingga untuk dapat melangkah ke depan untuk memberikan pelayanan lebih baik kepada customer dirasa masih sulit tercapai. Maka dari itu

dengan adanya data yang sama yang tersimpan secara elektronik, data tersebut dapat disimpan dengan baik sehingga dapat berguna untuk waktu ke depan dalam memberikan pelayanan kepada *customer*. Pengembangan sistem *Customer Relationship Management* (CRM) bisa dikatakan sebagai sistem yang *strategic* untuk membantu menganalisa aktivitas dan kepuasan *customer* untuk saat ini dan untuk masa yang akan datang Matriks McFarlan

Matriks ini digunakan untuk menentukan posisi sistem yang ada di HOTEL SANTOSA LOMBOK .

Support	*High potential*
1.sistem informasi reservasi 2.sistem informasi *house keeping* 3.sistem informasi restaurant	
1.sistem informasi *front office* 2.sistem informasi *accounting*	1.*web base* CRM 2.Sistem CRM Manual
Key operational	*strategic*