

TESIS

**STRATEGI KEBERLANJUTAN PT MAX HOTEL INDONESIA:
TENTANG PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA, PEMASARAN,
DAN KEPUASAN KERJA DALAM INDUSTRI HOTEL BINTANG 1 DI
MAKASSAR**

**DARMAWAN ILHAM
A012222127**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

**STRATEGI KEBERLANJUTAN PT MAX HOTEL INDONESIA: TENTANG
PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA, PEMASARAN, DAN KEPUASAN KERJA
DALAM INDUSTRI HOTEL BINTANG 1 DI MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh:

**DARMAWAN ILHAM
NIM A012222127**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal **29 November 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Musran Munizu, SE., M.Si., CIPM
NIP 197509092000121001

Pembimbing Pendamping



Andi Aswan, SE., MBA., M.Phil., DBA
NIP 197705102006041003

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. H. Muhammad Sobarsyah, S.E., M.Si.
NIP 196806291994031002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. H. Abd. Rahman Kadir, S.E., M.Si., CIPM.
NIP 196402051988101001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Darmawan Ilham
Nim : A012222127
Program studi : Magister Manajemen
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa Tesis dengan STRATEGI KEBERLANJUTAN PT MAX HOTEL INDONESIA: TENTANG PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA, PEMASARAN, DAN KEPUASAN KERJA DALAM INDUSTRI HOTEL BINTANG 1 DI MAKASSAR

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari Tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 29 November 2024

Yang Menyatakan,



Darmawan Ilham

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* beserta keluarga dan para sahabatnya. *Alhamdulillahirobbil'alamin*, berkat nikmat kemudahan dan pertolongan yang diberikan oleh Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Strategi Keberlanjutan Pt Max Hotel Indonesia: Tentang Pengelolaan Sumber Daya Manusia, Pemasaran, Dan Kepuasan Kerja Dalam Industri Hotel Bintang 1 Di Makassar”** yang disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar tesis pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Melalui kesempatan ini pula penulis dengan tulus, penghargaan dan rasa hormat ingin menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada:

1. Kedua orang tua dan mertua yang sangat kami sayangi, Bapak Alm Ilham dan Ibu Paridah serta mertua Bapak Agus dan Ibu Rahmatillah serta Saudaraku semua. Terima kasih atas kasih sayang, didikan, nasihat dan semangat untuk menuntut ilmu serta semua hal yang kalian tanamkan kepada Saya. Rasa sayang yang teramat sangat dari kalian selalu menjadi motivasi bagi Saya untuk dapat terus semangat dan berusaha menjadi pribadi yang berguna bagi semua orang.
2. Istriku, Febrielah Agrah, yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan kapanpun, dimanapun, apapun selalu berusaha

membantu dan menjadi pendamping yang terbaik, serta anak-anak terkasih Dzamira dan Sabira yang selalu menjadi penyemangat.

3. Rektor Universitas Hasanuddin atas kesediaannya menerima penulis sebagai peserta didik di Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
4. Bapak Prof. Dr. Musran Munizu, SE., M.Si., CIPM dan Bapak Andi Aswan, SE., MBA., M.Phil., DBA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Prof. Dr. H. Abd. Rahman Kadir., S.E., M.Si., CIPM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis sekaligus Penguji pada Seminar Proposal, Seminar Hasil dan Sidang Tesis yang berupaya selalu memberikan kami manfaat terbaik dalam proses perkuliahan hingga selesai.
6. Bapak Prof. Dr. H. Abd. Rahman Kadir., S.E., M.Si., CIPM, Bapak Prof. Dr. MAAT PONO, SE., M.Si dan Bapak Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M.Si., CIPM selaku Penguji pada Seminar Proposal, Seminar Hasil dan Sidang Tesis.
7. Bapak Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen beserta segenap jajarannya, antara lain Ibu Lia dan Ibu Ade, Ibu Luna, terkhusus Almarhum Pak Opik atas bantuan, Kerjasama dan penerimaannya selama berkuliah di Kampus MM Kandeana.
8. Pimpinan dan Karyawan pada PT. MAX Hotel yang telah memberikan ijin dan memberikan bantuan baik dalam bentuk informasi, data,

motivasi, nasehat dan saran kepada penulis sehingga

penulis mendapatkan banyak pengetahuan sebagai bahan pendukung dalam penulisan dan penyusunan Tesis ini.

9. Seluruh rekan Mahasiswa Pascasarjana Magister Manajemen Angkatan 022022 atas masukan, semangat dan kebersamaan selama menjalankan perkuliahan. Semoga ilmu yang kita dapatkan menjadi berkah dan bermanfaat.

10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Tesis ini yang tidak dapat ditulis satu persatu. Semoga amal ibadahnya dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang strategi bisnis.

Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi inspirasi untuk penelitian lebih lanjut di masa depan.

Makassar, 29 November 2024



Darmawan Ilham

ABSTRAK

DARMAWAN ILHAM. *Strategi Keberlanjutan PT Max Hotel Indonesia: tentang Pengelolaan Sumber Daya Manusia, Pemasaran, dan Kepuasan Kerja dalam Industri Hotel Bintang 1 di Makassar* (dibimbing oleh Musran Munizu dan Andi Aswan).

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi keberlanjutan PT Max Hotel Indonesia tentang pengelolaan sumber daya manusia, pemasaran, dan kepuasan kerja dalam industri hotel bintang 1 di Makassar. Jenis penelitian ini, yaitu penelitian kualitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT karena telah mengevaluasi kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh PT Max Hotel Indonesia. Selain itu, digunakan pula uji *quantitative strategic planning matrix* (QSPM). Berdasarkan hasil uji SWOT, penelitian ini memperoleh 20 alternatif strategi dan berdasarkan uji QSPM menghasilkan 3 strategi prioritas, yaitu memanfaatkan lokasi strategis, mengatasi kualitas SDM yang rendah melalui pelatihan dan pengembangan serta meningkatkan pemasaran digital untuk menghadapi perubahan tren perjalanan.

Kata kunci: analisis SWOT, strategi bisnis, QSPM, industri perhotelan



ABSTRACT

DARMAWAN ILHAM. *Sustainability Strategy of PT Max Hotel Indonesia: Study on Human Resource Management Marketing and Job Satisfaction in the One-Star Hotel Industry in Makassar* (supervised by Musran Munizu and Andi Aswan)

The aim of this study is to analyze the sustainability strategy of PT Max Hotel Indonesia related to human resource management, marketing, and job satisfaction in the One-Star Hotel Industry in Makassar. This type of research was a qualitative study. The analysis method used in this study was SWOT analysis method. This study evaluated internal strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by PT Max Hotel Indonesia, QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) test. Based on the results, SWOT test indicates 20 alternative strategies and QSPM test produces three priority strategies, namely utilizing strategic locations, overcoming low HR quality through training and development, and improving digital marketing to face the changes of travel trends.

Keywords: SWOT analysis, business strategy and QSPM, hospitality industry



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembahasan Masalah Penelitian.....	4
1.3 Profil Perusahaan PT Max Hotel Indonesia	10
1.4 Pertanyaan penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian dan Batasan penelitian	13
BAB II EKSPLORASI MASALAH BISNIS	
2.1 Kerangka Konseptual	15
2.2 Analisis Masalah Internal	18
2.2.1 Persaingan di Pasar Lokal dan Nasional	18
2.2.2 Keunggulan Bersaing dan Peluang Pasar	20
2.2.3 Evaluasi Pengalaman Tamu	22
2.3 Analisis Masalah Eksternal	24
2.3.1 Persaingan di Pasar Lokal dan Nasional	24
2.3.2 Dampak Pandemi COVID-19.....	25
2.3.3 Peraturan dan Kebijakan Industri	27
BAB III SOLUSI BISNIS	
3.1 Kerangka Konseptual	32
3.2 Hasil Wawancara Langsung.....	33
3.3 Analisis Komponen SWOT	38
3.3.1 Analisis Swot	46
3.3.2 Analisis Matriks Swot.....	21
3.4 QSPM	56
BAB IV PENERAPAN	
4.1 Rencana Implementasi	64
4.2 PIC	66
BAB V PENERAPAN	
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	73
DAFTAR TABEL	
Tabel 1.1	5
Tabel 2.1	29
Tabel 2.2	30
Tabel 2.1	29
Tabel 3.1	46
Tabel 3.2	50
Tabel 3.3	53
Tabel 3.4	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, industri pariwisata dan perhotelan memainkan peran sentral dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia (Atmaja, J. P. 2023). Fenomena ini bukan sekadar menyangkut sektor pariwisata saja, tetapi juga memperlihatkan kompleksitas dan dinamika bisnis di industri perhotelan. Menurut Arjana, I. G. B. (2021) Keberadaan hotel bukan lagi sekadar tempat menginap, melainkan juga menjadi pusat kegiatan ekonomi yang melibatkan berbagai sektor terkait seperti kuliner, transportasi, dan pariwisata lokal. Industri perhotelan menjadi tulang punggung ekonomi karena memberikan dampak ekonomi yang luas, mencakup lapangan pekerjaan yang melibatkan beragam keterampilan, mulai dari layanan tamu hingga manajemen perhotelan.

Indonesia sebagai negara dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, memiliki potensi besar dalam industri pariwisata dan perhotelan (Yadnya, P. A. K., & Wibawa, I. G. K. A. 2020). Tempat-tempat wisata alam, keberagaman budaya, dan warisan sejarah menjadikan Indonesia sebagai destinasi yang menarik bagi wisatawan lokal maupun internasional. Dalam konteks ini, industri perhotelan bukan hanya mencerminkan pelayanan terhadap tamu, tetapi juga menjadi cerminan dari keragaman budaya dan keramahan yang menjadi ciri khas bangsa Indonesia.

Menurut Wahyuni, N. M. M., & Suastini, N. M. (2023) Dalam era globalisasi, pertumbuhan pesat teknologi informasi juga memberikan dampak signifikan terhadap industri perhotelan. Penggunaan platform daring dan aplikasi pemesanan hotel telah mengubah cara konsumen mencari dan memesan akomodasi. Ini menciptakan tantangan baru bagi hotel-hotel tradisional, yang perlu terus beradaptasi dan memperbarui strategi pemasaran serta layanan mereka untuk mempertahankan daya saing di pasar global. Lebih jauh lagi, industri perhotelan di Indonesia juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. Menurut Nainggolan, G., Fauzi, M. H., Siadari, R. I., & Simanjorang, F. (2023) Banyak hotel berlokasi di daerah-daerah pariwisata yang sebelumnya kurang berkembang, menciptakan peluang ekonomi baru di wilayah-wilayah tersebut. Hal ini membantu mengurangi kesenjangan pembangunan antara daerah perkotaan dan pedesaan.

Dalam konteks penelitian yang berfokus pada PT Max Hotel Indonesia di Makassar, penting untuk memahami kompleksitas dan pentingnya industri perhotelan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Strategi adaptasi yang ditempuh oleh PT Max Hotel Indonesia bukan hanya mencerminkan kebijakan internal perusahaan, tetapi juga mencerminkan respons terhadap tuntutan pasar global dan lokal. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting tidak hanya bagi PT Max Hotel Indonesia sebagai studi kasus, tetapi juga bagi pengembangan industri perhotelan di Makassar dan Indonesia secara lebih luas.

Makassar sebagai pusat bisnis dan pariwisata di Sulawesi Selatan, memiliki perkembangan industri hotel yang pesat. Namun, dalam konteks pesatnya perkembangan ini, PT Max Hotel Indonesia, yang beroperasi di level bintang 1, menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan daya saingnya. Konteks ini menciptakan landasan penting bagi penelitian ini, karena menggali strategi adaptasi dan keberlanjutan yang digunakan oleh PT Max Hotel Indonesia menjadi esensial dalam memahami dinamika industri hotel bintang 1 di Makassar.

Penelitian ini dipicu oleh peningkatan persaingan dalam industri ini, terutama dengan munculnya alternatif penginapan murah dan pesatnya pertumbuhan hotel yang menyewakan kamar harian. Hal ini sejalan dengan Oematan, E. C. N. (2023) yang menyatakan bahwa sekarang sudah banyak holeh yang merusak pasaran dengan cara menerapkan tarif hotel murah. Tantangan ini mengharuskan PT Max Hotel Indonesia untuk mengembangkan strategi yang inovatif dan efektif dalam pengelolaan sumber daya manusia, pemasaran, dan memastikan kepuasan kerja pegawai. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi praktik terbaik yang telah diterapkan oleh PT Max Hotel Indonesia, menilai relevansi sosial dan manfaat praktis dari temuan penelitian ini untuk masyarakat Makassar, dan memberikan kontribusi pada pengetahuan akademis di bidang manajemen sumber daya manusia dan pemasaran dalam industri perhotelan.

Penelitian ini juga penting dalam konteks lokal Makassar, di mana industri pariwisata dan perhotelan memainkan peran vital dalam meningkatkan pendapatan daerah dan menciptakan lapangan kerja. Oleh karena itu, memahami tantangan dan strategi PT Max Hotel Indonesia juga dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengambil keputusan di tingkat lokal, membantu mereka merencanakan kebijakan yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan dalam sektor ini. Melalui pendekatan metodologi yang cermat, penelitian ini diharapkan memberikan solusi konkret dan relevan yang tidak hanya bermanfaat bagi PT Max Hotel Indonesia, tetapi juga memberikan kontribusi pada literatur manajemen strategis di industri perhotelan dan memberikan arahan praktis kepada para pelaku bisnis dan pembuat kebijakan di Makassar dan wilayah sekitarnya.

1.2 Pembahasan Masalah Penelitian

Salah satu tantangan krusial yang dihadapi oleh PT Max Hotel Indonesia adalah persaingan yang ketat dengan hotel bintang 1 yang semakin berkembang. Hotel-hotel bintang 1 merupakan pesaing yang signifikan karena sering kali menawarkan tarif yang kompetitif dan fasilitas yang serupa. Di sisi lain, pertumbuhan pesat dalam penyewaan penginapan harian atau mingguan juga menjadi ancaman serius, terutama bagi wisatawan yang mencari alternatif akomodasi yang lebih fleksibel dan terjangkau.

Namun, tantangan terbesar yang dihadapi oleh PT Max Hotel Indonesia adalah dampak dari pandemi COVID-19. Industri perhotelan secara global terpukul parah oleh pandemi ini. Pelarangan perjalanan, pembatasan sosial, dan kekhawatiran akan kesehatan mengurangi jumlah tamu yang menginap. Seiring dengan kondisi ini, perusahaan menghadapi kesulitan dalam memulihkan kembali pangsa pasarnya. Penurunan pendapatan yang tajam dan ketidakpastian ekonomi menyebabkan strategi baru harus ditemukan untuk mempertahankan operasional hotel.

Tabel 1.1 Occupancy rate Hotel

Tahun	occupancy rate	Omset pertahun
2019	87.51%	6,600,000,000
2020	29.13%	2,200,000,000
2021	36,4 %	2,750,000,000
2022	58.35%	4,400,000,000

Sumber : Hotel Max 1

Pembahasan Sebelum dan Sesudah COVID-19:

Sebelum COVID-19 (2019):

- Tingkat hunian sangat tinggi pada tahun 2019 (87.51%), menunjukkan kinerja yang baik dalam menjual kamar hotel.
- Omset tahunan mencapai 6,600,000,000, mencerminkan keberhasilan dalam mendapatkan pendapatan tinggi.

Tahun COVID-19 (2020-2022):

- Tahun 2020 mengalami penurunan signifikan dalam tingkat hunian (29.13%) dan omset tahunan (2,200,000,000) sebagai dampak langsung dari pandemi COVID-19.
- Tahun 2021 menunjukkan sedikit peningkatan dalam tingkat hunian (36.4%) dan omset tahunan (2,750,000,000), namun masih di bawah tingkat sebelum pandemi.
- Pada tahun 2022, hotel mengalami pemulihan yang positif dengan tingkat hunian yang meningkat hingga 58.35% dan omset tahunan yang mencapai 4,400,000,000. Pemulihan ini tidak hanya disebabkan oleh strategi adaptasi pasca-pandemi, tetapi juga didorong oleh keberadaan fasilitas tambahan seperti spa dan hiburan. Fasilitas spa menjadi daya tarik utama bagi tamu yang mencari pengalaman relaksasi dan kesejahteraan, sementara hiburan tambahan, seperti acara atau fasilitas rekreasi, memberikan nilai tambah dan menciptakan dorongan positif terhadap tingkat hunian. Diversifikasi fasilitas menjadi kunci keberhasilan dalam kondisi pasca-pandemi, memungkinkan hotel tidak hanya menjadi tempat menginap, tetapi juga destinasi yang menawarkan berbagai pengalaman kepada tamu. Namun, perlu diperhatikan bahwa keberhasilan ini mungkin tidak tercapai tanpa kehadiran fasilitas tambahan tersebut, dan hotel perlu terus mempertimbangkan strategi serta

mengevaluasi kebijakan untuk tetap bersaing di pasar yang semakin ketat.

Strategi Existing:

1. Tahun Sebelum COVID-19 (2019)

- Keunggulan: Tingkat hunian tinggi menunjukkan daya tarik yang baik bagi tamu. Strategi pemasaran yang efektif dan layanan berkualitas tinggi mungkin telah berkontribusi.
- Kelemahan: Tergantung pada situasi pasar dan persaingan, strategi harus diperbarui untuk tetap relevan dan berdaya saing.

2. Tahun COVID-19 (2020-2022):

- Adaptasi Selama Pandemi: Menyesuaikan strategi pemasaran untuk menanggapi perubahan perilaku pelanggan dan mengatasi tantangan perjalanan yang terkait dengan pandemi.
- Peningkatan Kebersihan dan Keamanan: Fokus pada protokol kebersihan yang ketat dan menciptakan lingkungan yang aman bagi tamu untuk meningkatkan kepercayaan.
- Fleksibilitas dalam Kebijakan Pembatalan: Menyediakan kebijakan pembatalan yang fleksibel untuk menyesuaikan dengan ketidakpastian perjalanan.

3. Pemulihan Pasca COVID-19 (2021-2022):

- **Pemulihan Gradual:** Penurunan tingkat hunian pada tahun 2020, tetapi pemulihan perlahan pada tahun 2021 dan peningkatan yang signifikan pada tahun 2022 menunjukkan upaya pemulihan yang sukses.
- **Inovasi dalam Pemasaran:** Mengadopsi strategi pemasaran inovatif, seperti peningkatan online presence dan penargetan pasar yang potensial.
- **Penyesuaian Harga dan Penawaran:** Menyesuaikan harga dan menawarkan paket atau diskon untuk meningkatkan daya tarik tamu dan meningkatkan tingkat hunian.

4. Strategi Masa Depan:

- **Teknologi dan Inovasi:** Mengadopsi teknologi terkini dalam pelayanan hotel dan meningkatkan pengalaman tamu dengan inovasi.
- **Pemasaran Berbasis Data:** Menggunakan analisis data untuk memahami tren pasar dan perilaku pelanggan, sehingga dapat merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif.
- **Kemitraan dan Kolaborasi:** Bermitra dengan pihak-pihak terkait, seperti agen perjalanan online (OTA) atau pariwisata lokal, untuk meningkatkan visibilitas dan kerjasama.

Dengan memahami perubahan dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan pasar, hotel dapat terus beradaptasi dan tetap kompetitif di industri perhotelan yang dinamis.

Perlu juga diperhatikan bahwa adanya pertumbuhan pesat dalam hotel yang disewakan menciptakan persaingan yang tidak hanya terbatas pada harga tetapi juga pada fleksibilitas dan kenyamanan yang ditawarkan oleh akomodasi tersebut. Sementara itu, keberlanjutan bisnis PT Max Hotel Indonesia harus merespons tren pasar ini dengan cerdas. Menghadapi persaingan yang sangat ketat, peningkatan mutu pelayanan dan inovasi dalam fasilitas dan pengalaman tamu menjadi faktor kritis dalam memenangkan persaingan dengan hotel-hotel bintang 1 yang pesat.

Dalam konteks penelitian ini, pemahaman mendalam tentang bagaimana PT Max Hotel Indonesia merespons dan beradaptasi terhadap persaingan ini menjadi fokus utama. Memahami strategi yang ditempuh oleh perusahaan dalam menjaga daya saing dan meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi sangat penting. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi PT Max Hotel Indonesia dalam mengatasi tantangan ini, tetapi juga memberikan wawasan kepada industri perhotelan secara keseluruhan, terutama bagi hotel bintang 1 yang seringkali menghadapi tantangan serupa dalam menjaga pangsa pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat.

1.3 Profil Perusahaan PT Max Hotel Indonesia

PT Max Hotel Indonesia adalah sebuah perusahaan yang beroperasi di sektor jasa penginapan, dengan fokus pada segmen hotel bintang 1 dan hiburan. Perusahaan ini memiliki riwayat dan perkembangan yang menarik dalam beberapa tahun terakhir.

Sejarah Karyawan

PT Max Hotel Indonesia memiliki sejarah perkembangan jumlah karyawan yang cukup dinamis selama beberapa tahun terakhir. Pada tahun 2019, perusahaan ini memiliki jumlah karyawan sebanyak 65 orang. Namun, jumlah ini mengalami penurunan signifikan hingga 40 karyawan pada tahun 2020, mungkin sebagai respons terhadap perubahan pasar dan dampak awal dari pandemi COVID-19. Namun, terjadi peningkatan yang cukup substansial pada tahun 2021 dengan jumlah karyawan mencapai 41 orang, dan terus bertumbuh menjadi 47 karyawan pada tahun 2022. Peningkatan jumlah karyawan pada tahun 2021 dan 2022 mungkin mencerminkan upaya perusahaan untuk menghadapi perubahan pasar dan meningkatkan kualitas layanan.

Bidang Usaha

PT Max Hotel Indonesia bergerak di bidang jasa penginapan dan hiburan. Perusahaan ini menawarkan akomodasi di kategori hotel bintang 1 yang terletak di lokasi strategis di JL.TOPAZ RAYA BLOK F NO. 65 A, MASALE, PANAkkUKANG, MAKASSAR. Harga kamar yang ditawarkan

berkisar antara Rp200.000 hingga Rp275.000, mencerminkan komitmen perusahaan untuk memberikan pilihan yang terjangkau kepada para tamu.

Profil perusahaan ini mencerminkan perubahan yang dinamis dalam sektor perhotelan, di mana PT Max Hotel Indonesia berusaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan menghadapi tantangan yang dihadapi oleh industri perhotelan, terutama selama masa pandemi. Upaya untuk meningkatkan jumlah karyawan dan berfokus pada harga kamar yang terjangkau dapat menjadi strategi yang menarik untuk memenangkan persaingan di pasar yang kompetitif.

1.4 Pertanyaan penelitian.

Dalam menghadapi dinamika industri perhotelan yang semakin kompleks dan tantangan yang terus berkembang, PT Max Hotel Indonesia bertekad untuk mencapai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali strategi-strategi inovatif yang memungkinkan perusahaan mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif. Pertanyaan penelitian yang diajukan tidak hanya mencari jawaban terhadap tantangan-tantangan kritis saat ini, tetapi juga menyoroti kreativitas, ketangguhan, dan adaptabilitas perusahaan di era digital dan situasi pandemi. Dalam bab ini, kami akan memfokuskan diri pada pertanyaan-pertanyaan penelitian yang mencakup aspek keunggulan bersaing, strategi pemasaran online, serta respons terhadap dampak pandemi COVID-19. Dengan menggali jawaban-jawaban mendalam

terhadap pertanyaan-pertanyaan ini, diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan strategi-strategi mereka untuk mencapai pertumbuhan yang berkesinambungan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Berdasarkan permasalahan dilatarbelakang maka pertanyaan penelitian ini :

1. Bagaimana PT Max Hotel Indonesia dapat mengidentifikasi keunggulan bersaing yang membedakannya dari pesaingnya, terutama hotel bintang 1 lainnya, sambil mempertahankan harga kamar yang terjangkau dan kualitas layanan yang optimal?
2. Sejauh mana strategi pemasaran online yang efektif dapat membantu PT Max Hotel Indonesia menarik dan mempertahankan tamu di era digital ini? Bagaimana perusahaan dapat menggunakan media sosial dan platform daring untuk meningkatkan visibilitas dan daya tariknya bagi calon tamu, sambil tetap mempertahankan harga kamar yang bersaing?
3. Bagaimana PT Max Hotel Indonesia menghadapi dampak pandemi COVID-19 terhadap industri perhotelan? Apa strategi konkret yang telah diadopsi oleh perusahaan untuk memastikan keberlanjutan operasionalnya, mempertahankan

kepercayaan konsumen, dan menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam situasi ini?

1.5 Tujuan Penelitian dan Batasan penelitian

Berdasarkan fokus penelitian terhadap tantangan yang dihadapi oleh PT Max Hotel Indonesia dalam industri hotel bintang 1 di Makassar, tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis Keunggulan Bersaing

Menilai keunggulan bersaing PT Max Hotel Indonesia dalam hal pelayanan, fasilitas, dan harga kamar, serta menganalisis bagaimana keunggulan ini dapat dipertahankan dan ditingkatkan untuk menjaga daya saing di pasar lokal dan nasional.

2. Meneliti Strategi Pemasaran Online

Mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran online yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan platform daring, untuk menarik tamu dan mempertahankan pangsa pasar, sambil mempertimbangkan faktor harga yang bersaing.

3. Mengkaji Dampak Pandemi COVID-19

Menyelidiki dampak pandemi COVID-19 terhadap operasional PT Max Hotel Indonesia dan mengidentifikasi strategi adaptasi yang telah diadopsi oleh perusahaan, termasuk kebijakan kebersihan, promosi khusus, dan penyesuaian harga, serta mengevaluasi sejauh mana strategi ini berhasil mengatasi tantangan yang diakibatkan oleh pandemi.

Batasan penelitian ini mencakup analisis situasi internal dan eksternal PT Max Hotel Indonesia, serta pengembangan strategi bisnis untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh perusahaan. Penelitian ini tidak akan mencakup analisis aspek keuangan internal perusahaan, dan juga tidak akan membahas strategi operasional yang sangat rinci, fokusnya tetap pada strategi pemasaran, keunggulan bersaing, dan adaptasi terhadap perubahan pasar dan kondisi eksternal.

BAB II

EKSPLORASI MASALAH BISNIS

2.1 Kerangka konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini didasarkan pada analisis SWOT yang mencakup aspek-aspek internal dan eksternal yang memengaruhi PT Max Hotel Indonesia dalam industri hotel bintang 1 di Makassar. Pada aspek internal, penelitian ini akan mengeksplorasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) perusahaan, termasuk keunggulan bersaing, strategi pemasaran, penggunaan teknologi, dan pengalaman tamu. Keunggulan bersaing dan penggunaan teknologi mencerminkan sumber daya dan kemampuan internal perusahaan, sementara pengalaman tamu merupakan indikator langsung dari pelayanan internal perusahaan kepada konsumen. Di sisi lain, pada aspek eksternal, penelitian akan membahas peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan eksternal perusahaan. Analisis persaingan pasar lokal dan nasional, dampak pandemi COVID-19, serta peraturan dan kebijakan industri merupakan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi strategi dan operasional perusahaan. Integrasi analisis SWOT internal dan eksternal ini akan membentuk landasan untuk merumuskan strategi adaptasi yang efektif bagi PT Max Hotel Indonesia. Dengan memahami kekuatan internal yang dapat dioptimalkan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang pasar, dan menghadapi ancaman eksternal, perusahaan dapat mengembangkan langkah-langkah strategis yang sesuai untuk

menghadapi tantangan industri dan mempertahankan posisi kompetitifnya dalam jangka panjang.

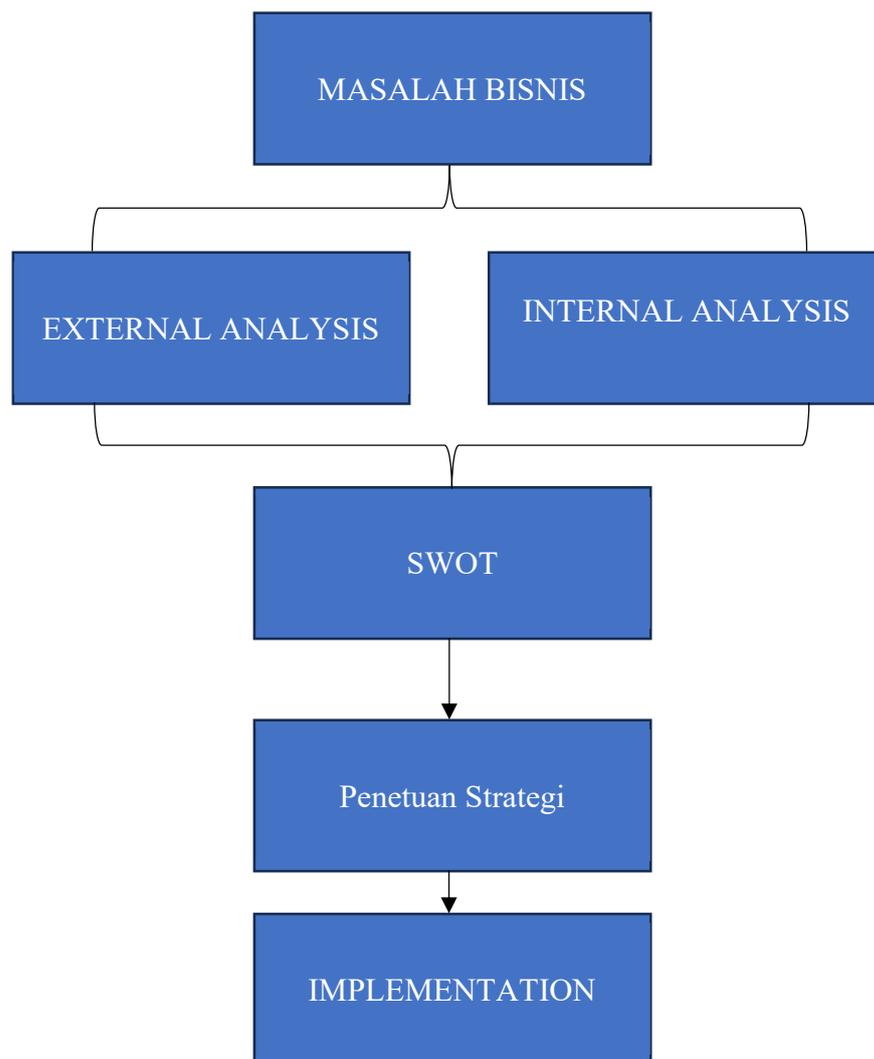


Figure 2.1 Conceptual Framework

Berdasarkan kerangka konseptual di atas untuk menguraikan strategi bisnis baru, penelitian ini akan dimulai dengan hal-hal penting sebagai berikut:

1. Kenali masalah bisnis yang dimiliki PT Max Hotel Indonesia dalam 1 tahun terakhir.
2. Faktor eksternal dan internal yang terjadi pada PT Max Hotel Indonesia.
3. Analisis SWOT digunakan untuk meningkatkan kekuatan PT Max Hotel Indonesia, meminimalkan kelemahan, menangkap peluang yang dimiliki PT Max Hotel Indonesia, juga menangkalkan ancaman yang dihadapi PT Max Hotel Indonesia, dan kemudian merumuskan strategi bisnis baru untuk PT Max Hotel Indonesia.

Kerangka konseptual di atas memandu penelitian ini untuk menemukan strategi bisnis baru untuk PT Max Hotel Indonesia dan menghasilkan rencana aksi nyata yang dapat diimplementasikan, kemudian penelitian mengkaji faktor internal dan eksternal di PT Max Hotel Indonesia.

Dalam era yang terus berkembang dan penuh tantangan ini, industri perhotelan, khususnya hotel bintang 1, menghadapi dinamika pasar yang sangat kompleks. PT Max Hotel Indonesia di Makassar tidak terkecuali dalam menghadapi berbagai peluang pertumbuhan dan juga risiko yang terus menerus berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi

adaptasi dan keberlanjutan PT Max Hotel Indonesia. Sebelum memahami detail kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal, penting bagi kita untuk memahami lanskap luas industri perhotelan dan konteks di mana PT Max Hotel Indonesia beroperasi. Dalam kerangka konseptual ini, kami akan menggali faktor-faktor kunci yang membentuk strategi adaptasi PT Max Hotel Indonesia, mengidentifikasi keunggulan dan potensi internal perusahaan, sekaligus mempertimbangkan dinamika persaingan pasar dan dampak pandemi COVID-19 dalam rangka merumuskan strategi yang tepat untuk masa depan.

Dari keenam topik eksplorasi masalah yang disebutkan, berikut adalah pembagian yang dapat dianggap sebagai analisis masalah internal dan analisis masalah eksternal:

2.2 Analisis Masalah Internal

2.2.1 Persaingan di Pasar Lokal dan Nasional

PT Max Hotel Indonesia menghadapi tantangan kompetitif dengan kesadaran yang mendalam mengenai kebutuhan untuk terus meningkatkan daya saingnya di pasar lokal dan nasional. Meskipun telah mengidentifikasi kekuatan internal dan kelemahan pesaing, perusahaan menyadari bahwa mereka masih berada dalam tahap pengembangan dan belum sepenuhnya bersaing dengan kompetitor di semua aspek.

1. Pengembangan Keunggulan Bersaing

Perusahaan telah memulai upaya serius dalam mengembangkan keunggulan bersaing yang membedakan mereka dari pesaing. Hal ini sejalan dengan pendapat Utami, S. S. D., Arbainah, S., & Widiarto, A. (2023) Hal ini menuntut hotel untuk terus berinovasi dalam meningkatkan keunggulan bersaing dan pengalaman pelanggan agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Mereka sedang berinvestasi dalam peningkatan pelayanan pelanggan, pelatihan karyawan, dan pembaruan fasilitas untuk memastikan bahwa mereka memberikan pengalaman terbaik kepada tamu mereka. Namun, perusahaan menyadari bahwa proses ini memerlukan waktu dan dedikasi yang konsisten.

2. Analisis Intensif terhadap Kelemahan

PT Max Hotel Indonesia juga terus melakukan analisis mendalam terhadap kelemahan pesaing dan mencoba memahami bagaimana mereka dapat mengatasi kelemahan serupa yang mereka miliki. Mereka telah memulai inisiatif untuk memperbaiki area-area tertentu yang dikenali sebagai kelemahan, seperti penggunaan teknologi dalam layanan pelanggan dan peningkatan keterampilan interpersonal karyawan. Menurut Sari, V. N., & Ali, H. (2019) salah satu hal yang harus dilakukan perusahaan juga yang tidak kalah pentingnya adalah menganalisis Intensif terhadap Kelemahan.

2. Fokus pada Inovasi dan Rekayasa Produk

Perusahaan telah merencanakan investasi dalam inovasi produk dan pelayanan baru yang dapat membedakan mereka di pasar. Mereka

sedang mengembangkan program-program loyalitas yang menarik, mengeksplorasi kolaborasi dengan mitra lokal untuk memberikan pengalaman yang unik, dan merencanakan pembaruan signifikan dalam teknologi operasional mereka untuk meningkatkan efisiensi.

Meskipun PT Max Hotel Indonesia belum sepenuhnya bersaing dengan kompetitor, mereka sedang berada dalam perjalanan menuju keunggulan kompetitif. Mereka menyadari perlunya terus mengembangkan diri dan berkomitmen untuk meningkatkan standar layanan mereka agar dapat bersaing sejajar dengan pesaing terdepan di industri hotel bintang 1. Dalam perjalanan ini, perusahaan memahami bahwa konsistensi, inovasi, dan pelayanan yang luar biasa akan menjadi kunci untuk mencapai tujuan mereka dalam bersaing di pasar yang ketat ini.

2.2.2 Keunggulan Bersaing dan Peluang Pasar

PT Max Hotel Indonesia merespons tantangan terkait keunggulan bersaing dan peluang pasar dengan mengambil langkah-langkah konkret dalam mengelola faktor-faktor internal yang dapat mempengaruhi pelayanan dan teknologi perusahaan.

1. Pengembangan Keunggulan Bersaing

Perusahaan telah mengidentifikasi poin-poin keunggulan mereka, termasuk pelayanan pelanggan yang ramah, fasilitas modern, dan lokasi strategis. PT Max Hotel Indonesia terus meningkatkan keunggulan ini

dengan memberikan pelatihan tambahan kepada stafnya, memperhatikan setiap aspek pelayanan mulai dari check-in hingga layanan kamar, dan memastikan fasilitas yang ditawarkan senantiasa memenuhi standar tinggi. Dengan memahami keunggulan bersaing internal ini, perusahaan dapat mengoptimalkan pengalaman tamu dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

3. Pemanfaatan Teknologi untuk Peningkatan Layanan

Dalam menghadapi persaingan di era digital, PT Max Hotel Indonesia menyadari pentingnya teknologi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman yang memuaskan kepada tamu. Perusahaan telah mengadopsi sistem manajemen reservasi yang canggih, memperkenalkan aplikasi pelayanan pelanggan, dan memanfaatkan platform umpan balik tamu secara online. Dengan memperbaiki proses reservasi, memudahkan interaksi tamu, dan memperoleh umpan balik secara langsung, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun citra positif di pasar.

4. Eksploitasi Peluang Pasar

PT Max Hotel Indonesia juga telah melakukan analisis mendalam terhadap peluang pasar yang mungkin belum dimanfaatkan sepenuhnya. Mereka sedang menjajaki kerjasama dengan mitra lokal untuk memberikan paket-paket liburan yang menarik, menggali segmen pasar yang belum tergarap seperti acara-acara khusus dan pertemuan bisnis, serta merancang paket-paket eksklusif untuk meningkatkan kunjungan

wisatawan. Dengan mengidentifikasi peluang-peluang ini, perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang tepat untuk menarik segmen pasar baru dan meningkatkan pendapatan.

Melalui langkah-langkah ini, PT Max Hotel Indonesia bertujuan untuk mempertahankan keunggulan bersaingnya dan memanfaatkan peluang-peluang pasar yang ada. Menurut Atmaja, H. E., & Ratnawati, S. (2020) Dengan berfokus pada pengembangan keunggulan internal, pemanfaatan teknologi yang bijaksana, dan eksplorasi pasar yang belum tergarap, perusahaan berharap dapat memperluas pangsa pasar mereka dan membangun reputasi yang kuat di industri hotel bintang 1. Dalam menghadapi perubahan dinamika pasar, PT Max Hotel Indonesia tetap berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan serta menjaga daya saingnya di pasar yang kompetitif ini.

2.2.3 Evaluasi Pengalaman Tamu

PT Max Hotel Indonesia merespons kebutuhan untuk memahami dan meningkatkan pengalaman tamu dengan pendekatan yang sangat terarah dan berfokus pada analisis internal.

1. Pengumpulan Data Pengalaman Tamu

Perusahaan telah melaksanakan upaya yang sistematis dalam pengumpulan data mengenai pengalaman tamu di PT Max Hotel Indonesia. Ini melibatkan ulasan online, survei pelanggan, dan wawancara langsung dengan tamu. Dengan menciptakan saluran komunikasi terbuka dan

proaktif dengan tamu, perusahaan berhasil menghimpun masukan yang berharga mengenai aspek-aspek yang telah memberikan pengalaman positif dan area-area yang memerlukan peningkatan.

2. Analisis Mendalam

Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara mendalam. Tim evaluasi internal perusahaan mengidentifikasi tren umum dalam umpan balik tamu dan mengeksplorasi area-area kritis yang memerlukan perbaikan. Analisis ini mencakup aspek-aspek seperti layanan pelayanan, kebersihan, kualitas fasilitas, dan respon terhadap keluhan tamu. Dengan memahami tren dan pola umum dalam pengalaman tamu, perusahaan dapat mengambil tindakan preventif dan perbaikan yang terarah.

3. Implementasi Perubahan Berbasis Data

Berlandaskan analisis pengalaman tamu, PT Max Hotel Indonesia telah melaksanakan serangkaian perubahan internal. Ini termasuk peningkatan pelatihan staf untuk meningkatkan layanan, pembaruan dalam prosedur kebersihan dan sanitasi, serta investasi dalam fasilitas yang menciptakan pengalaman menginap yang lebih nyaman. Melalui pendekatan berbasis data ini, perusahaan memastikan bahwa perubahan yang diimplementasikan adalah respons langsung terhadap umpan balik tamu dan mencerminkan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Dengan mengambil pendekatan yang mendalam dalam mengevaluasi pengalaman tamu dan mengadaptasi operasionalnya berdasarkan temuan internal ini, PT Max Hotel Indonesia bertujuan untuk

menciptakan lingkungan menginap yang memuaskan dan membangun kesetiaan pelanggan. Melalui respon yang cepat dan berbasis data terhadap umpan balik tamu, perusahaan berkomitmen untuk memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi setiap tamu mereka, yang pada gilirannya meningkatkan citra merek dan daya tarik perusahaan di pasar yang kompetitif ini.

2.3 Analisis Masalah Eksternal

2.3.1 Persaingan di Pasar Lokal dan Nasional

PT Max Hotel Indonesia telah melakukan analisis menyeluruh terhadap faktor-faktor eksternal yang memengaruhi persaingan di pasar lokal dan nasional. Analisis ini memperhitungkan faktor-faktor yang berasal dari pesaing serta dinamika pasar dan perilaku konsumen yang ada di luar kendali langsung perusahaan.

1. Analisis Pesaing Lokal dan Nasional

Perusahaan secara rutin mengidentifikasi dan menganalisis pesaing di pasar lokal dan nasional dalam industri hotel bintang 1. Analisis ini melibatkan pemahaman mendalam tentang keunggulan pesaing, strategi pemasaran yang mereka terapkan, serta layanan pelanggan yang mereka tawarkan. PT Max Hotel Indonesia secara teratur membandingkan fasilitas, harga, dan ulasan pelanggan dari pesaing untuk menentukan posisi relatif perusahaan dalam pasar.

2. Evaluasi Tren Pasar dan Perubahan Perilaku Konsumen

Perusahaan secara cermat memantau tren pasar terkini dan perubahan dalam perilaku konsumen (Istiqomah, N. H. 2023). Faktor-faktor seperti preferensi pelanggan, kecenderungan memesan secara online, serta perubahan dalam kebijakan perjalanan yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti situasi ekonomi dan kebijakan pemerintah dievaluasi secara teratur. Evaluasi ini membantu perusahaan dalam menyesuaikan strategi pemasaran, penawaran layanan, dan harga agar sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan konsumen.

Dalam menghadapi persaingan di pasar lokal dan nasional, PT Max Hotel Indonesia memahami pentingnya merespons dinamika eksternal dengan cepat dan fleksibel. Dengan memperhatikan strategi pesaing dan beradaptasi dengan tren pasar serta perubahan perilaku konsumen, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah proaktif dalam mengoptimalkan posisi pasar dan mempertahankan daya saing. Analisis eksternal yang mendalam membantu perusahaan dalam merancang strategi-strategi yang tepat guna menghadapi persaingan yang ketat dan memenuhi harapan pelanggan dengan lebih baik.

2.3.2 Dampak Pandemi COVID-19

1. Mengantisipasi Perubahan Permintaan dan Kebijakan Perjalanan:

PT Max Hotel Indonesia merespons dampak pandemi COVID-19 dengan mengantisipasi perubahan dalam permintaan pelanggan dan

kebijakan perjalanan. Perusahaan telah melakukan penyesuaian dalam prosedur pemesanan dan kebijakan pembatalan untuk memberi fleksibilitas kepada tamu yang terpengaruh oleh situasi pandemi. Langkah-langkah ini membantu membangun kepercayaan pelanggan dan meminimalkan ketidakpastian dalam merencanakan perjalanan.

2. Menerapkan Protokol Kesehatan yang Ketat

Perusahaan telah mengambil tindakan proaktif dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat di seluruh propertinya. Ini mencakup peningkatan frekuensi pembersihan, penggunaan masker wajib, penyediaan hand sanitizer di area umum, serta pembatasan kapasitas untuk menjaga jarak sosial. Tindakan ini memberikan rasa aman kepada tamu dan karyawan, mendukung upaya pencegahan penyebaran virus, dan mematuhi pedoman kesehatan yang dikeluarkan oleh otoritas kesehatan.

3. Evaluasi dan Adopsi Strategi Adaptasi Industri

PT Max Hotel Indonesia juga terus melakukan evaluasi dan mengadopsi strategi adaptasi yang telah terbukti berhasil di industri perhotelan selama pandemi. Dengan memonitor tindakan dan inovasi dari hotel-hotel bintang 1 lainnya, perusahaan dapat belajar dari pengalaman industri dan menerapkan praktik terbaik dalam operasional sehari-hari. Hal ini mencakup peningkatan layanan kamar untuk meminimalkan kontak, penggunaan teknologi untuk check-in/check-out kontakless, dan promosi khusus untuk menarik wisatawan lokal.

Melalui respon yang cepat, adaptabilitas, dan ketekunan dalam menerapkan langkah-langkah preventif, PT Max Hotel Indonesia berkomitmen untuk memberikan lingkungan yang aman dan nyaman bagi tamu mereka, sambil tetap mempertahankan tingkat layanan yang tinggi. Dengan memahami dinamika eksternal dan merespons dengan bijaksana, perusahaan bertujuan untuk tetap bersaing dalam pasar perhotelan yang berubah-ubah ini sambil memberikan pengalaman menginap yang terbaik kepada pelanggan mereka.

2.3.3 Peraturan dan Kebijakan Industri

PT Max Hotel Indonesia merespons hasil analisis terkait peraturan dan kebijakan industri perhotelan di Makassar dengan mengambil langkah-langkah proaktif untuk mematuhi semua regulasi yang berlaku. Perusahaan telah menugaskan tim internal yang bertanggung jawab untuk secara rutin memantau perubahan dalam peraturan industri dan memastikan bahwa operasional hotel selalu sesuai dengan standar keselamatan, pajak, dan layanan yang ditetapkan oleh pemerintah dan lembaga terkait.

1. Kepatuhan terhadap Regulasi Keselamatan

PT Max Hotel Indonesia memastikan bahwa semua aspek keselamatan, termasuk protokol kebakaran, evakuasi, dan kesehatan, diintegrasikan ke dalam operasional hotel. Tim keamanan hotel terus memperbarui dan melatih staf terkait dengan peraturan keselamatan terbaru, memastikan bahwa tamu dan karyawan dilindungi dengan optimal.

2. Pemenuhan Kewajiban Pajak

Perusahaan secara ketat mematuhi semua kewajiban pajak yang ditetapkan oleh pemerintah. PT Max Hotel Indonesia bekerja sama dengan ahli pajak profesional untuk memastikan pelaporan yang akurat dan tepat waktu serta memanfaatkan insentif pajak yang mungkin berlaku, membantu mengoptimalkan keuangan perusahaan.

3. Standar Layanan yang Tinggi

Perusahaan memastikan bahwa standar layanan yang diberikan kepada tamu melebihi persyaratan minimum yang ditetapkan oleh regulasi. PT Max Hotel Indonesia tidak hanya mematuhi standar layanan industri, tetapi juga berusaha untuk memberikan pengalaman yang luar biasa kepada tamu, menciptakan loyalitas pelanggan dan citra positif di pasar.

Dalam merespons peraturan dan kebijakan industri perhotelan di Makassar, PT Max Hotel Indonesia mengutamakan integritas, keselamatan, dan kepuasan pelanggan. Dengan memastikan kepatuhan penuh terhadap regulasi dan memprioritaskan kualitas layanan, perusahaan bertujuan untuk membangun reputasi yang kuat dan mempertahankan keberlanjutan operasional yang sukses di pasar perhotelan yang sangat diatur ini.

Pembagian tersebut membantu membedakan antara faktor-faktor internal yang dapat dikelola oleh perusahaan dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan dari luar.

Dengan mengeksplorasi masalah-masalah bisnis ini secara mendalam, penelitian dapat memberikan landasan yang kuat untuk merumuskan rekomendasi dan strategi yang relevan dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh PT Max Hotel Indonesia.

Tabel 2.1 IFAS dan EFAS

Analisis IFAS		
Kekuatan (Strengths):		
1	Lokasi Strategis	
2	Harga yang Relatif murah	
3	Diversifikasi Fasilitas	
4	Branding dan Reputasi	
	Fleksibilitas dalam Kebijakan	
Kelemahan (Weaknesses):		
1	Ketergantungan pada Pariwisata	
2	Infrastruktur yang Terbatas	

3	Digital marketing yang kurang	
4	Ketergantungan pada Tenaga Kerja	
	Kualitas SDM yang rendah	

Sumber : Peneliti 2024

Tabel 2.2 EFAS

Analisis EFAS		
Peluang (Opportunities):		
1	Pertumbuhan Pasar Wisata	
2	Pengembangan Layanan Tambahan	
3	Inovasi Teknologi	
4	Kolaborasi Industri	
5	Ekspansi Geografis	
Ancaman (Threats):		
1	Krisis Kesehatan Masyarakat	
2	Perubahan Regulasi	
3	Tren Perjalanan yang Berubah	

4	Krisis Ekonomi	
5	Persaingan	

Sumber : Peneliti 2024