

ABSTRAK

Pariwisata diharapkan menjadi salah satu penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia. Ketika dunia dilanda pandemi Covid-19 pada akhir tahun 2019, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling berdampak negatif pada perekonomian Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh penurunan jumlah kunjungan wisatawan serta berdampak pada penutupan sarana rekreasi dan hiburan sehingga bisnis penyedia jasa penginapan seperti hotel, wisma, dan lainnya mengalami penurunan yang signifikan.

Dengan berakhirnya pandemi Covid-19, aktivitas manusia berangsur normal kembali sehingga sektor pariwisata juga berangsur mulai membaik sejalan dengan upaya pemerintah dalam pemulihan perekonomian nasional. Hal ini juga terlihat dari tingkat penghunian kamar hotel di DKI Jakarta yang juga turut memperlihatkan hasil yang positif. Dalam rangka meningkatkan tingkat penghunian kamar hotel, CHWH sebagai salah satu penyedia jasa penginapan di yang berada di pusat kota Jakarta tentunya mempersiapkan strategi yang tepat dalam menyambut optimisme ini. CHWH merupakan salah satu hotel tertua yang berada di Jantung kota Jakarta yang memiliki identitas cukup unik dengan bentuk bangunan penuh dengan nuansa klasik. Hal ini menjadi alasan yang cukup kuat peneliti untuk melakukan kajian mendalam mengenai strategi yang tepat agar CHWH mampu bersaing dalam persaingan.

Pada penelitian ini membahas tentang analisis strategi bersaing perusahaan berdasarkan peninjauan terhadap pengaruh lingkungan eksternal dan internal perusahaan untuk menganalisis alternatif strategi yang tepat bagi CHWH. Setelah dilakukan penelitian yang menunjukkan hasil bahwa CHWH berada pada kuadran II dalam matriks Internal-Eksternal dimana berada pada strategi *grow and build* yang dinilai berdasarkan pada skor yang dilakukan oleh manajemen CHWH pada faktor-faktor yang sudah ditentukan.

Kata Kunci: CHWH, *Porter's Five Forces*, *Key Success Factors*, *Resource Based View*, *VRIO Analysis*, Matriks Internal-Eksternal

ABSTRACT

Tourism is expected to be one of the largest foreign exchange contributors for Indonesia. When the world was hit by the pandemic Covid-19 at the end of 2019, the tourism sector became one of the sectors that had the most negative impact on the Indonesian economy. This is shown by the decrease in the number of tourists visit as well as the impact of the closure of recreation and entertainment facilities so that the business of lodging service providers such as hotels, guesthouses and others has experienced a significant decline.

However pandemic Covid-19 was ended, human activities are gradually returning to normal so that the tourism sector is also gradually starting to improve in line with the government's efforts to restore the national economy. This can also be seen from the occupancy rate of hotel rooms in DKI Jakarta which also shows positive results. In order to increase the occupancy rate of hotel rooms, CHWH as one of the accommodation service providers in the center of Jakarta is certainly preparing the right strategy to welcome this optimism. CWHW is one of the oldest hotels in the heart of Jakarta which has a unique identity with a building shape full of classic nuances. This is a strong enough reason for researchers to carry out in-depth studies regarding appropriate strategies so that CHWH are able to compete in the competition.

This research discusses the analysis of the company's competitive strategy based on a review of the influence of the company's external and internal environment to analyze appropriate alternative strategies for CHWH. After conducting research, the results show that CHWH is in quadrant II in the Internal-External matrix, where it is grow and build strategy which is assessed based on the scores made by CHWH management on predetermined factors.

Keywords: CHWH, Porter's Five Forces, Key Success Factors, Resource Based View, VRIO Analysis, Matriks Internal-Eksternal