

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN DALAM OPTIMALISASI PENDAPATAN BERKELANJUTAN (STUDI KASUS KANTO'S HOUSE – *GUEST HOUSE*)

Ameliya Rosita

14/376720/PEK/20455

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan dan memilih strategi Kantos House (KH) – *Guest House* dalam menghadapi persaingan pada industri jasa akomodasi penginapan dalam usaha optimalisasi pendapatan berkelanjutan dengan cara (1) mengevaluasi sejauh mana merek KH dikenal oleh masyarakat, (2) mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal bisnis apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap KH, (3) menganalisis pengaruh efektifitas merek dan strategi bersaing terhadap optimalisasi pendapatan perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan *Kapferer's Prism* untuk analisis merek KH, analisis ulasan konsumen online melalui situs web gabungan untuk *output* skor rata-rata KH sebagai hotel secara keseluruhan, analisis laporan okupansi kamar untuk analisis tingkat rata-rata hunian KH, serta analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saat ini merek KH telah memenuhi 6 kaidah identitas merek yang baik berdasarkan *Brand Identity Prism* namun belum cukup dikenal oleh masyarakat luas, di mana anggaran definitif untuk promosi pengenalan merek belum diatur. Ulasan konsumen merupakan elemen yang penting bagi KH dengan komitmen manajemen untuk terus menjaga hasil rata-rata ulasan online konsumen pada posisi yang optimal atau dapat ditingkatkan dari posisi saat ini 4,4/5 bintang atau sangat baik (versi *Google review*), serta memberikan saluran terbuka untuk kritik dan saran konsumen baik secara *offline* dengan memberikan stiker tautan laman *review online* TripAdvisor pada dinding dekat lobi hotel dan juga dilakukan secara *online* pada situs web resmi perusahaan. Tingkat rata-rata okupansi KH periode 2017 s/d Nov 2018 yaitu sebesar 82% dan pada 2017 adalah 87%. Hasil ini adalah positif di mana perusahaan berada diatas rata-rata tingkat okupansi industri perhotelan pada 2017 yaitu pada 65% (BPS 2017). Dari hasil analisis SWOT diperoleh hasil bahwa posisi KH berada pada kuadran I atau posisi perusahaan yang sehat di mana strategi yang diterapkan adalah strategi pertumbuhan atau strategi agresif.

Kata kunci: *guest house*, hotel, SWOT, merek, ulasan, skor, okupansi, strategi, bersaing, analisis.

ABSTRACT

**ANALYSIS OF COMPANY'S COMPETITIVE STRATEGY FOR
OPTIMIZING SUSTAINABLE INCOME (A CASE STUDY OF KANTO'S
HOUSE – GUEST HOUSE)**

Ameliya Rosita

14/376720/PEK/20455

This research aims to formulate and select Kantos House (KH) - Guest House strategy to face the competitive market in hotel accommodation industry for optimizing sustainable income through (1) evaluated brand awareness of KH; (2) identified external and internal factors that significant related to KH business, (3) analyzed brand effectiveness and competitive advantages of KH for optimizing sustainable income. This research method used Kapferer's Prism for analyzing KH brand identity, multichannel online review for analyzing consumer feedback of output average score of company's hotel score review, room occupancy company report for analyzing average rate of KH's occupancy, and SWOT diagram analysis. The result of this research shows currently the design of company brand has accomplished all the six criteria based on Brand Identity Prism, unfortunately the brand awareness still on low level. This resulted related due to the absence of brand marketing communication company's budget. Customer Review currently is very important for company, which proof by the management's commitment to maintain the average rate of KH online review at least or more than 4,4 of 5 star "very good" (Google rating version), also by opening review channels for customer feedback by putting the sticker for TripAdvisor review on the wall near the lobby hotel also via online by adding sub- menu for the review purposed. The average level of KH's room occupancy from 2017 until November 2018 was 82% and on 2017 was 87%. This result is favorable which the company's position highly above of the Indonesian hotel's average room occupancy in 2017 was on 65% (BPS 2017). The SWOT analysis result showed the position of KH was in the 1st quadrant means company on healthy condition which the suitable competitive strategy is growth or aggressive strategy.

Keywords: guest house, hotel, SWOT, brand, review, rating, occupancy, strategy, competitive, analysis.