

ABSTRAK

Semakin banyaknya jumlah penyedia akomodasi di Yogyakarta menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku industri tersebut. UNY Hotel merupakan penyedia akomodasi dengan kelas hotel berbintang 3. Dari 163 hotel yang ada di Yogyakarta, 61 diantaranya adalah hotel bintang tiga. Terlebih lokasi sebagian besar hotel tersebut relatif berdekatan karena terkonsentrasi di Kota Yogyakarta dan Kabupaten Sleman. Hal ini tentu membuat konsumen menjadi memiliki lebih banyak pilihan ketika akan menggunakan layanan penyedia akomodasi hotel berbintang 3, yang berarti juga persaingan para pelaku industri ini akan semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi bisnis UNY Hotel dan kemudian memformulasikan strategi bersaing yang sesuai untuk UNY Hotel dalam menghadapi persaingan di industri hotel bintang 3 di Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian, rekomendasi strategi bersaing untuk UNY Hotel, yaitu strategi *focused low-cost* dimana strategi ini bertujuan untuk mengamankan keunggulan kompetitif dengan melayani konsumen pada ceruk pasar sasaran dengan harga yang lebih rendah dari pesaing.

Kata kunci: Strategi Bersaing, Analisis PESTEL, *Porter's Five Forces*, *Key Success Factor*, Analisis SWOT

ABSTRACT

The increasing number of accommodation providers in Yogyakarta become a challenge for the players of that industry. UNY Hotel is one of accommodation providers which offers 3-star hotel class services. 61 of 163 hotels in Yogyakarta are 3-star hotel. Those hotels mostly located in Yogyakarta City and Sleman Regency. This certainly makes consumers having a lot more options when they decide to use a 3-star hotel services, which also means that the competition of 3-star hotel industry become tighter.

This study aims to analyze the environmental factors that influence the business of UNY Hotel then use it to formulate a competitive strategy that is suitable for UNY Hotel in facing competition in the 3 star hotel industry in Yogyakarta. Based on the results of the study, competitive strategy that is proposed to UNY Hotel is focused low-cost strategy. This strategy aims to secure competitive advantage by serving consumers in a niche target market at a lower price than competitors.

Keywords: Competitive Strategy, PESTEL Analysis, Porter's Five Forces, Key Success Factor, SWOT Analysis