

INTISARI

Dengan ditetapkannya Yogyakarta sebagai kota tujuan *MICE* didukung dengan berbagai spot wisata yang memadai telah menumbuhkan minat investor di bidang perhotelan. Meskipun moratorium pembangunan hotel diberlakukan, pertumbuhan hotel terus meningkat karena adanya jaminan hukum bagi pelaku bisnis perhotelan. Dengan pertumbuhan hotel yang terus meningkat, maka persaingan di industri ini menjadi makin ketat. Wisma MMUGM sebagai salah satu dari pemain bisnis perhotelan perlu menerapkan strategi yang tepat untuk tetap *survive*.

Penelitian dengan judul “**Analisis strategi bersaing wisma MMUGM Yogyakarta**” bertujuan untuk mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal perusahaan serta untuk melihat kesesuaian strategi yang ada pada perusahaan dengan perkembangan yang terjadi di lingkungan industri. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dan observasi pada Wisma MMUGM dan beberapa instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik dan Dinas Pariwisata DIY. Analisis lingkungan internal wisma MMUGM berupa identifikasi sumber daya dan kapabilitas masing-masing fungsi dan *VRIN Test*. Sedangkan analisis lingkungan eksternal menggunakan analisis karakteristik industri, *Porter’s Five Forces* dan *industry driving forces*.

Hasil analisis penelitian memperlihatkan bahwa strategi yang diterapkan wisma MMUGM saat ini yaitu perpaduan *low cost* dengan *differentiation* telah sesuai dengan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Meskipun demikian, Wisma MMUGM perlu mempertahankan dan meningkatkan sumber daya serta kapabilitas yang menjadi kekuatan perusahaan. Selain itu, sumber daya dan kapabilitas yang berpotensi menjadi kelemahan perlu di diperhatikan dan ditingkatkan. Dengan melakukan hal tersebut, Wisma MMUGM dapat memenangkan peluang pasar yang terus bertumbuh meski menghadapi hambatan persaingan yang ketat serta ancaman produk pengganti yang cukup tinggi.

Kata kunci: strategi bersaing hotel, analisis eksternal dan internal.

ABSTRACT

By the determination of Yogyakarta as a MICE destination city that supported by various tourist spots have increase the interest of investor in the hospitality field. Despite moratorium hotel development imposed, hotel growth continues to increase due to legal guarantees for hoteliers. With the hotel growth which continues to increase, the competition in the industry become increasingly tight. Wisma MMUGM as one of the hospitality business players need to apply the right strategy to be able to survive.

The study titled "**Competitive Strategy Analysis of Wisma MMUGM Yogyakarta**" aims to identify the internal and external environment as well as to look at the suitability of the existing strategy on companies with developments in industrial environments. The data used in this study was obtained from interviews and observations at Wisma MMUGM and relevant agencies such as the Central Bureau of Statistics and the Department of Tourism of Yogyakarta Special region. Internal environment analysis of Wisma MMUGM include resources and capabilities identification of each function and VRIN Test. While the external environment analysis using industrial characteristics analysis, Porter's Five Forces and industry driving forces.

Results of the analysis showed that the low cost strategy and differentiation strategy adopted by Wisma MMUGM now days was appropriate with internal and external environment. Nonetheless, Wisma MMUGM need to maintain and enhance the resources and capabilities which was become strength of the company. In addition, the resources and capabilities that could potentially be a weakness needs attention and improvement. By doing so, Wisma MMUGM can win the market opportunity that continues to grow despite obstacles facing stiff competition and the threat of substitute products which quite high.

Keywords: hotel competitive strategy, external and internal analysis.