Analisis Strategi Pengembangan pada Bintan Inti Executive Village dengan Menggunakan Metode Analisis SWOT

***Minarni Anita Romaida Gultom[1], Hary Jocom[2], Indah Andesta[3]**
[1,2,3]Politeknik Bintan Cakrawala, Indonesia
E-mail: gultom.ag@gmail.com

Article Info
Article History
Received: 2022-08-11
Revised: 2022-09-22
Published: 2022-11-04

Keywords:
Promotion Development;
Executive Villa;
Industrial Estate;
SWOT Analysis

Abstract
This study aims to formulate a business development strategy for Bintan Inti Executive Village (BIEV) as a villa business entity located in the middle of the Bintan Inti Industrial Estate industrial area in Lobam, Bintan Regency. The method used is through SWOT analysis. One of the strategies taken is to maintain it as a privacy villa, facilitating the accommodation needs of staff from existing corporate tenants. In the field of promotion, it is necessary to develop online promotions, not only limited to offline promotions as currently being carried out by BIEV management. The location of the BIEV itself is a strategy to become an attraction, because the location of BIEV is close to the Batam-Bintan Port. Furthermore, a strategy that is no less important in increasing BIEV's business is to improve and add a mainstay restaurant menu at BIEV. The internal conditions of the BIEV mainly focus on the staff at BIEV. Staff at BIEV can serve guests, besides that it has weaknesses in the form of promotions through mass media, electronics and others. From the external environmental aspect of BIEV is development development.

Artikel Info
Sejarah Artikel
Diterima: 2022-08-11
Direvisi: 2022-09-22
Dipublikasi: 2022-11-04

Kata kunci:
Pengembangan Promosi;
Eksekutif Villa;
Kawasan Industri;
Analisis SWOT

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis Bintan Inti Executive Village (BIEV) sebagai sebuah entitas bisnis villa yang berada di tengah kawasan industri Bintan Inti Industrial Estate di Lobam, Kabupaten Bintan. Metode yang digunakan melalui analisis SWOT. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan tetap mempertahankan sebagai villa privasi, menfasilitasi kebutuhan akomodasi staf dari tenant perusahaan yang ada. Dalam bidang promosi, diperlukannya pengembangan promosi secara online, tidak hanya terbatas pada promosi offline seperti yang saat ini dilakukan oleh manajemen BIEV. Lokasi BIEV sendiri menjadi sebuah strategi untuk menjadi daya tarik, dikarenakan lokasi BIEV dekat dengan Pelabuhan Batam-Bintan. Selanjutnya, strategi yang tidak kalah penting dalam peningkatan bisnis BIEV adalah memperbaiki dan menambahkan menu andalan restoran di BIEV. Kondisi internal dari BIEV terutama memiliki titik berat pada staf di BIEV. Staf di BIEV dapat melayani para tamu, disamping itu memiliki kelemahan berupa promosi melalui media massa, elektronik dan lainnya. Dari aspek lingkungan eksternal dari BIEV adalah perkembangan pembangunan.

I. PENDAHULUAN

Bintan Inti Executive Village (BIEV) adalah akomodasi yang dipersiapkan bagi para pekerja industri yang berada di kawasan PT. Bintan Inti Industrial Estate (BIIE). Tujuan utama dibangunnya BIEV tersebut melayani pekerja asing setingkat supervisor atau manager yang hanya beberapa saat menginap untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu. Biasanya paling lama 1-2 tahun. Pada masa lalu PT. BIIE sebagai pengelola kawasan industri, melayani mencapai 30-an industri dan 400.000-an tenaga kerja. Namun dengan semakin ketatnya per-saingan bisnis yang kompetitif, maka terjadi penurunan yang drastis menjadi belasan perusahaan saja dan sekitar 4.000-an tenaga kerja. Perjalanan manusia untuk kepentingan apapun membutuhkan akomodasi. Berbagai pelayanan yang ditawarkan dalam jasa tersebut baik itu pelayanan penuh ataupun tanpa pelayanan, sehingga kelas tersebut menentukan apakah masuk dalam penginapan budget atau mewah (Sukmawati et al., 2018). Demikian halnya dengan BIEV ada peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh Bintan Inti Executive Village untuk melakukan pengembangan bisnisnya tersebut. Atas dasar itu, maka bisnis penginapan ini sangat membutuhkan perancangan strategi pengembangan bisnis tepat agar lebih terarah dan tetap mampu mempertahankan eksistensinya. Terlebih lagi, saat ini angka pertumbuhan jumlah penginapan di Kabupaten Bintan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan (BPS Provinsi Kepri, 2019). Sehingga, tantangan besar

yang akan dihadapi di kemudian hari oleh bisnis penginapan persaingan yang ketat yang ditandai dengan kemunculan bisnis serupa disekitar daerah tersebut.

Bintan Inti Executive Village ini memiliki kekuatan nilai kompetitif, selain sebagai penyedia jasa bagi para *tenant,* juga desainnya bernuansa alam, sehingga tercipta kesan hunian yang rileks dan berbaur dengan alam. Sehingga tidak me-nimbulkan kesan yang kaku sebagai mana penginapan pada umumnya. Richardson & Fluker (2008) menekankan bahwa tujuan utama bisnis adalah meningkatkan perilaku dan sikap positif pelanggan. Untuk itu pemenuhan kepuasan dan ekspektasi pelanggan menjadi tujuan utama dengan menyediakan produk yang sesuai, dan harga yang sesuai. Penelitian ini akan berfokus pada perancangan strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi Bintan Inti Executive Village melalui identifikasi dan pertimbangan faktor internal dan eksternal dari bisnis tersebut. Analisis terkait dengan Bintan Inti Executive Village memiliki fokus pada internal perusahaan dimana penyusunan strategi yang efektif dilihat dari factor keunggulan strategis perusahaan untuk menentukan kekuatan kelemahannya sehingga kelemahan dapat meminimalkisir dan kegagalan dapat dicegah. Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk Bintan Inti Executive Village berdasarkan metode analisis SWOT? Manajemen merupakan sebuah proses dalam penyusunan perencanaan, pengorganisiran, mobilisasi dan pengendalian demi tercapainya tujuan dengan optimalisasi seluruh sumber daya yang ada (Septiningrum, 2021). Di dalamnya ada seni yang terkandung (Atik & Ratminto, 2012).

John A, Pearce II & Richard B. Robinson (2013) dalam (Husnul & Sumantri, 2020), dalam pen-dapatnya mengatakan manajemen strategis merupakan sekumpulan putusan dan tindakan yang arahnya pada formulasi dan implementasi rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan. Selaras dengan hal tersebut, Thomas Wheelen (2010) menyatakan bahwa, "manajemen strategi berkaitan dengan rangkaian keputusan manajerial diikuti oleh tindakan konkrit yang menentukan keberhasilan pencapaian tujuan sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Didalamnya mengandung proses menajemen itu sendiri." Sehingga demikian maka manajemen strategis merupakan sebuah usaha penginteg-rasian manajemen, produksi, keuangan, pemasaran, penelitian serta pengembangan, didalamnya terdapat sistem informasi dengan tujuan pencapaian rencana organisasi. Eksplorasi diikuti penciptaan peluang baru dan inovasi bagi pencapaian tujuan perusahaan.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam peningkatan BIEV. Priharto (2019) menegaskan bahwa, "penggunaan analisis SWOT bertujuan untuk mempertemukan analisis lingkungan internal perusahaan dan situasi ekternal yang mempengaruhi eksistensi perusahaan tersebut." Hasil yang diharapkan dapat mengoptimalkan kekuatan serta peluang positif perusahaan, dan mereduksi kelemahan dan ancaman. Sehingga diharapkan berimplikasi pada sebuah desain strategi yang tepat. Hasil dari analisis SWOT ini kemudian akan menjadi sebuah kerangka kebijakan strategis ke depan untuk jangka pendek dan panjang perusahaan. Teknik pengumpulan data melalui wawancara semi terstruktur, penyebaran kuesioner, observasi langsung dan diskusi terfokus. Tokoh kunci dalam penelitian ini adalah manajer pengelola BIEV, manajer eksekutif BIIE, tamu yang menginap di BIEV, chef dan jajaran supervisor BIEV. Hasil tersebut akan dimasukkan dalam komponen SWOT untuk mengetahui alternatif strategi pengembangan dengan:

1. Mengidentifikasi kekuatan-kelemahan (faktor internal) dan peluang-ancaman (faktor-eksternal) yang ada di Bintan Inti Executive Village
2. Menganalisis SWOT. Analisis ini dilakukan dengan menentukan faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan faktor eksternal (peluang-ancaman) yang ada di Bintan Inti Executive Village
3. Menyimpulkan hasil analisis SWOT tersebut dengan cara menyusun tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).
4. Menentukan posisi dari Bintan Inti Excutive Villa berdasarkan hasil skoring dan pembobotan dari faktor internal dan eksternal. Sehingga dapat diketahui poisisi situasi saat ini berada pada kuadran I, kuadran II, kuadran III atau kuadran IV.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Bintan Inti Executive Village merupakan fasilitas akomodasi yang disediakan oleh PT. BIIE bagi para pekerja *tenant* di lingkungan

perusahaan. Lokasi BIEV di Kecamatan Seri Kuala Lobam, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau. Biasanya fasilitas ini digunakan oleh para eksekutif atau supervisor yang dalam rangka mempersiapkan perusahaan atau pengawasan, bahkan melakukan sebuah proyek tertentu. Waktu tinggal mereka beragam dari bulan hingga tahunan, menyesuaikan dengan durasi pekerjaan selama kontrak. Di sisi lain, lokasi PT. BIIE yang strategis dekat dengan pusat kota Tanjung Uban, pelabuhan kapal Fery, bahkan memiliki dermaga kapal sendiri dalam rangka mempermudah proses pengiriman barang ke dalam maupun luar negeri. Saat ini nilai tambah yang diberikan adalah layanan trans-portasi udara dalam tahap pembangunan bandar udara di dalam lokasi kawasan industri. Executive village memiliki 47 kamar sebagai-mana yang tertera pada tabel 2, yang memiliki beberapa fasilitas lain diantaranya wifi, laundry, ruang pertemuan, gym, area olahraga dan tempat parkir.

Tabel 1. Daftar Harga Kamar Bintan Inti Executive Villa

Type Kamar	Kapasitas	Harga
Studio	1 Kamar	Rp 700.000,-
Semi-Detached	3 Kamar	Rp 1.500.000,-
4-Storey Condo	3 Kamar	Rp 1.200.000,-
Shop House Apartment	3 Kamar	Rp 700.000,-
Guest House	1 Kamar	Rp 250.000,-

Analisis faktor internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Bintan Inti Excutive Villa. Sedangkan analisis faktor eksternal merupakan peluang dan ancaman yang dimiliki Bintan Inti Excutive Villa. Analisis faktor internal dan eksternal Bintan Inti Excutive Villa sebagai berikut:

1. Faktor yang menjadi kekuatan Bintan Inti Excutive Villa adalah sebagai berikut:
   a) Pelayanan yang baik dan ramah, staf Bintan Inti Excutive Villa yang sopan dan ramah serta memuaskan sesuai keinginan pengunjung, sehingga pengunjung suatu saat akan menginap kembali.
   b) Villa mandiri tanpa subsidi, Bintan Inti Excutive Villa masih tetap bertahan dan mandiri tanpa subsidi dana dari pemerintahan Kabupaten Bintan.
   c) Harga yang cukup terjangkau, harga yang kompetitif dan terjangkau bagi kalangan wisatawan internasional hingga wisatawan domestik.
   d) Fasilitas yang lengkap dan memadai, yang dimana memiliki kolam renang dan restoran atau longue yang dapat digunakan untuk rapat maupun kegiatan lainnya.
   e) Fasilitas gym yang memadai.
   f) Sumber daya manusia sesuai kualifikasi, latar belakang pendidikan atau skill SDM telah sesuai dengan klasifikasi pekerjaan yang diampu sehingga kualitas dan kuan-titas yang dimiliki SDM cukup baik.
   g) Privasi tamu, *village* memiliki tujuan untuk memberikan privasi pada tamu yang menginap.

2. Kelemahan Bintan Inti Excutive Villa

   Bintan Inti Excutive Villa dalam melakukan usahanya mempunyai kelemahan yang dapat menghambat perkembangan usahanya. Adapun yang menjadi kelemahan Bintan Inti Excutive Villa, antara lain:
   a) Teknologi yang kurang *up to date*. Pemakaian komputer untuk mempercepat pelayanan serta menghemat waktu dan biaya, serta memanfaatkan media online/internet sebagai alat komunikasi yang interaktif.
   b) Reservasi belum bisa online, belum adanya penggunaan sistem dan teknologi canggih (*online reservation*).
   c) Tidak adanya kegiatan promosi, belum adanya promosi yang dilakukan dalam bentuk periklanan media massa, media elektronik dan pembuatan brosur serta pagelaran pameran.
   d) Executive villa terbatas hanya untuk *tenant* sekitar, belum adanya pengunjung lain yang menginap di Bintan Inti Executive Villa.
   e) Promosi menu makanan villa yang kurang, belum adanya promosi yang dilakukan untuk menunjukkan Bintan Inti Excutive Villa memiliki menu khas.

3. Peluang Bintan Inti Excutive Villa

   Peluang dalam analisis SWOT merupakan suatu faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh Bintan Inti Excutive Villa untuk dapat mengembangkan usahanya. Adapun yang menjadi peluang adalah sebagai berikut:
   a) Perkembangan pembangunan di lingkungan Lobam.

b) Adanya perusahaan industri yang dapat dijadikan pelanggan untuk menginap di villa.
c) Lokasi strategi, lokasi Bintan Inti Executive Villa sangat strategis di tengah kota, dekat dengan perusahaan industri, pelabuhan Tanjung Uban dan kota Tanjung Uban.

4. Ancaman Bintan Inti Excutive Villa

Ancaman dalam analisi SWOT merupakan faktor eksternal yang bisa menjadi hambatan bagi perkembangan Bintan Inti Excutive Villa. Adapun yang menjadi ancaman bagi Bintan Inti Excutive Villa sebagai berikut:

a) Perkembangan pembangunan akomodasi penginapan/villa/hotel di kota Tanjung Uban dan sekitarnya.
b) Terhambatnya proyek industri di Lobam.

Penyusunan strategi pemasaran Bintan Inti Executive Villa berdasarkan analisis SWOT dimulai dengan mencari faktor internal yang menjadi kekuatan-kelemahan dan faktor eksternal yang menjadi peluang-ancaman. Tahapan berikutnya perumusan alternatif strategi yang dapat digunakan dalam strategi yang dapat digunakan dalam strategi pemasaran Bintan Inti Excutive Villa. Hasil analisis SWOT dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Analisis Matriks SWOT untuk Bintan Inti Executive Villa

IFAS / EFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	- Pelayanan yang baik dan ramah - Villa mandiri tanpa subsidi - Harga yang cukup terjangkau - Fasilitas eksklusif di dalam kawasan industri BIE - SDM sesuai klasifikasi - Privasi tamu terjaga - Tersedia restoran	- Teknologi yang kurang up to date - Reservasi belum bisa online - Executive Villa terbatas hanya untuk tenant sekitar - Tidak adanya promosi - Promosi makanan yang kurang
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
- Perkembangan pembangunan di lingkungan Lobam - Adanya perusahaan industri - Lokasi strategi - Customer luar kawasan? - Promosi produk diluar kawasan - Bundling untuk tenant baru - Project baru tenant yang memungkinkan menambah jumlah manusia dalam kawasan - Travel agent - Air bnb reservation	- Promosi secara offline yang diperlukan untuk mengenalkan executive villa - Penyempurnaan strategi secara kontinu - Menetapkan harga yang terjangkau untuk kalangan internasional dan domestik - Meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih - Mempertahankan image villa sebagai villa privasi	- Promosi melalui internet - Meningkatkan fasilitas Executive Villa - Dengan lokasi yang strategis sangat pas dibuka untuk umum
Ancaman (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
- Perkembangan pembangunan akomodasi penginapan/villa/hotel - Terhambatnya proyek industri di Lobam - Online booking?	- Mempertahankan pengunjung untuk tetap mendapatkan suasana privasi di lingkungan villa - Memberikan pelayanan yang terbaik - Lokasi yang strategis menjadi daya tarik utama bagi tamu	- Melakukan pengembangan strategi promosi di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar - Memperbaiki dan menambahkan menu andalan restoran

Analisis faktor dari internal dari Bintan Inti Executive Villa dan konsep villa yang unik dan berbeda dari *village* lain di Kabupaten Bintan, pelayanan ramah dan sopan dari staf *village*, harga yang terjangkau dengan fasilitas yang lengkap dan memadai serta faktor internal lainnya dengan matriks IFAS sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks IFAS Bintan Inti Executive Villa Lobam

	Faktor Internal Utama	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Pelayanan yang baik dan ramah	0,09	3	0,28
2	Villa mandiri tanpa subsidi	0,09	2	0,19
3	Harga yang cukup terjangkau	0,06	3	0,19
4	Fasilitas yang lengkap dan memadai	0,08	4	0,31
5	Fasilitas gym yang memadai	0,06	2	0,13
6	SDM sesuai kualifikasi	0,08	4	0,31
7	Privasi tamu	0,09	3	0,28
	Total			**1,69**
Kelemahan				
1	Teknologi yang kurang up to date	0,06	2	0,13
2	Reservasi belum bisa online	0,09	2	0,19
3	Tidak adanya kegiatan promosi	0,09	3	0,28
4	Executive Villa terbatas hanya untuk tenant sekitar	0,09	2	0,19
5	Promosi menu makanan yang kurang	0,09	2	0,19
	Total	1		**0,97**
	Kekuatan-Kelemahan			**0,72**

Total skor atau nilai dari kekuatan BIEV adalah 1,69. Sedangkan nilai dari hasil penilaian kelemahan sebesar 0,97. Total nilai IFAS adalah 0.72. Berikut penilaian dari faktor eksternal BIEV adalah sebagai berikut, peluang yang ada dari penilaian bernilai 2,14, dan ancaman sebesar 0,89, jadi total EFAS dari BIEV sebesar 1,25.

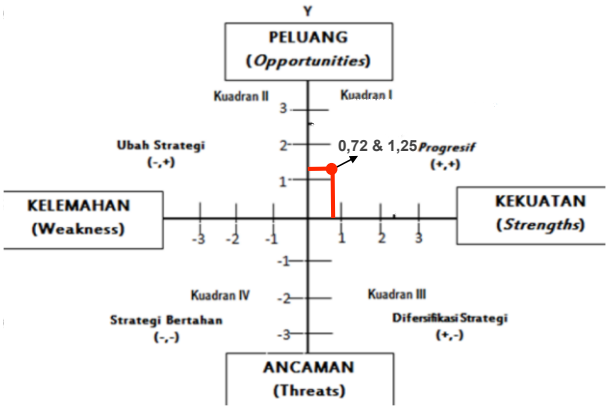
Tabel 4. Matriks EFAS Bintan Inti Executive Villa Lobam

	Faktor Eksternal Utama	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1	Perkembangan pembangunan di lingkungan Lobam	0,21	3	0,64
2	Adanya perusahaan industri	0,21	3	0,64
3	Lokasi strategi	0,21	4	0,86
Total				2,14
Ancaman				
1	Perkembangan pembangunan akomodasi penginapan/villa/hotel	0,18	2	0,36
2	Terhambatnya proyek industri di Lobam	0,18	3	0,54
Total		**1**		0,89
Peluang-Ancaman				**1,25**

B. Pembahasan

Dari penilaian IFAS dan EFAS didapatkan bahwa posisi BIEV saat ini berada pada kuadran I yaitu memiliki nilai positif (Gambar 2), meskipun masih sangat membutuhkan

perbaikan mendasar khusunya pada faktor kelemahan meningkatkan peluangnnya. Proyeksi BIEV selama ini masih dalam rangka hanya memenuhi kebutuhan tenant, belum sepenuhnya diperuktukkan bagi tamu umum dari luar. Faktor ini yang menjadi akar dari kelemahan tersebut, dengan demikian posisi BIEV hanya pasif mengandalkan tamu dari *tenant* yang ada. Berbeda jika memang dipasarkan untuk umum, maka strategi yang digunakan akan berbeda.



Gambar 2. Hasil Analisa SWOT BIEV

Nilai EFAS dari peluang yang dapat diraih oleh BIEV memiliki nilai tertinggi sebesar 2,14. Hal ini mengindikasikan lingkungan eksternal perusahaan sangat mendukung perkembangan BIEV. Namun yang menjadi perhatian adalah potensi acaman terhadap unit usaha sejenis yang mulai bermunculan ditambah lagi pen-ciptaan ekosistem mendukung percepatan lokasi PT. BIIE sebagai kawasan industri yang memiliki nilai tambah, sehingga perusahaan mau berinventasi dengan membangun perusahaan didalamnya.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Pada Bintan Inti Executive Village dengan Menggunakan Metode Analisa SWOT, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. BIEV memiliki nilai tambah dalam berbagai aspek seperti yang dibahas di atas. Selain itu, alam sekitar yang masih asri terjaga dan masih banyaknya potensi yang bisa dikembangkan dalam rangka penunjang akomodasi bagi daerah tujuan wisata di sekitarnya.
2. Kondisi lingkungan internal terdiri dari manajemen Bintan Inti Executive Villa yang telah berkinerja dengan baik juga dan staf yang memiliki keunikan yaitu melayani para tamu tetapi memiliki kelemahan yaitu kurangnya promosi melalui media massa, elektronik dan lainnya. Sedangkan lingkungan eksternal yang dihadapi Bintan Inti Executive Villa adalah perkembangan pembangunan
3. Strategi yang paling tepat untuk digunakan dan diimplementasikan oleh Bintan Inti Executive Villa adalah strategi pengembangan strategi. Strategi pengembangan ini sangat cocok untuk diimplementasikan karena Bintan Inti Executive Villa perlu meningkatkan promosi dengan cara memperbaiki promosi dan dengan memodifikasi jasa akomodasi yang sudah ada saat ini

B. Saran

Berdasarkan analisis SWOT diperoleh beberapa strategi pengembangan Bintan Inti Executive Villa adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO
   Memerlukan promosi secara offline untuk mengenalkan executive villa, menyempurnakan strategi kontinu, menetapkan harga yang terjangkau untuk kalangan internasional dan domestic, meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih dan mempertahankan image villa sebagai villa privasi
2. Strategi WO
   Meningkatkan promosi melalui internet, meningkatkan fasilitas executive villa dan mmebuka executive villa untuk umum dengan mengandalkan lokasi yang strategis
3. Strategi ST
   Mempertahankan pengunjung untuk tetap mendapatkan suasana privasi di lingkungan villa, memberikan pelayanan yang terbaik dan dengan lokasi yang strategis menjadikan daya tarik utama bagi tamu menginap
4. Strategi WT
   Melakukan pengembangan strategi promosi di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar dna memperbaiki serta menambahkan menu andalan restoran.

DAFTAR RUJUKAN

Arifudin, Opan, Rahman Tanjung, and Yayan Sofyan. (2020). *Manajemen Strategik Teori*

Dan Imlementasi. Pertama. Purwokerto: Pena Persada.

Atik & Ratminto. (2012). Manajemen Pelayanan. Yogyakarta : Pustaka Belajar.

BPS Provinsi Kepri. (2019). *Laporan Kunjungan Wisatawan Mancanegara KEPRI 2019*.

Husnul, N. R. I., & Sumantri, I. I. (2020). STRATEGIC MANAGEMENT OF PAMULANG UNIVERSITY AS THE MOST FAVOURABLE UNIVERSITY BY INDONESIAN SOCIETY IN 4.0 INDUSTRIAL ERA. *Indonesian Journal of Education and Learning*, *4*(1), 387–398. https://doi.org/10.31002/ijel.v4I1i.3136

Kaban, Sebrina Kaban. (2017). "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Hotel the One Legian, Bali." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya* 55.

Muhlisin, Hendry Wijaya, and Risna Dewi. (2020). "Peranan Analisis Swot Sebagai Dasar Di Dalam Merancang Strategi Pengembangan Hotel (Studi Kasus Pada Hotel Ranggonang Sekayu)." *Adminika* 6(2):95–110.

Septiningrum, L. D. (2021). Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food and Beverage Di Era Pandemi Covid 19. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).*, *8*(1), 32–49. https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i1.32638

Priharto, Sugi. (2019). Analisis SWOT untuk Bisnis. Jakarta : PT Cipta Piranti Sejahtera.

Richardson, J. I., & Fluker, M. (2008). *Understanding and Managing Tourism.* Frenchs Forest, NSW, Australia: Pearson.

Sukmawati, Ni Made Rai, Ni Made Ernawati, and Nyoman Mastiani Nadra. (2018). "Luxury Tourism: A Perspective of Facilities and Amenities." *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events* 2(1):32. doi: 10.31940/ijaste.v2i1.900.

Thomas Wheelen. (2010). Strategic Management and Business Policy Achieving Sustainbility. Twelfth Edition: Pearson.

Usman, Miftahuddin, and Farah Alfanur. (2015). "Perencanaan Pengembangan Strategi Bisnis Pada Hotel (Penginapan) Amura Pratama Guest House Di Kota Bandung Dengan Menggunakan Metode Analisa SWOT Matriks Dan IE Matriks." Universitas Telkom.

Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah. Bandung: ITB.