

ANALISIS STRATEGI BERSAING HOTEL HARIS DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS INDUSTRI PERHOTELAN DI KOTA SEMARANG

Iwan Hendra Laia¹; Aletta Dewi Maria TH²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Centra Java, Indonesia ^{1,2}

Email : iwanlaia2005@gmail.com¹; aletta.dewimaria@gmail.com²

ABSTRAK

Industri perhotelan di Kota Semarang terus berkembang pesat, menciptakan kebutuhan akan strategi bersaing yang lebih inovatif untuk mempertahankan daya saingnya. Penelitian ini difokuskan pada analisis dampak konkret dari strategi bersaing yang diterapkan oleh Hotel Haris terhadap produktivitas keseluruhan industri perhotelan di Semarang. Metode kualitatif digunakan dengan menggabungkan wawancara mendalam dengan manajemen, staf, dan tamu hotel, serta analisis dokumen yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi Hotel Haris, pemasaran digital yang terarah, dan kemitraan strategis telah memberikan kontribusi yang nyata. Peningkatan reservasi yang signifikan, visibilitas yang lebih baik di media sosial, dan tingkat kepuasan tamu yang meningkat adalah bukti langsung dari keberhasilan strategi ini. Ini tidak hanya menguntungkan Hotel Haris secara langsung tetapi juga memberikan dampak positif bagi produktivitas dan reputasi industri perhotelan di kota ini secara keseluruhan. Dengan demikian, strategi bersaing yang diterapkan oleh Hotel Haris telah membuka peluang baru dan memberikan manfaat yang signifikan bagi industri perhotelan Kota Semarang, memperkuat posisinya sebagai destinasi unggulan dalam industri perhotelan di wilayah tersebut.

Kata kunci : Diferensiasi; Pemasaran digital; Kemitraan strategis

ABSTRACT

The hotel industry in Semarang City continues to grow rapidly, creating the need for more innovative competitive strategies to maintain its competitiveness. This research focuses on analyzing the concrete impact of the competitive strategy implemented by Hotel Haris on the overall productivity of the hotel industry in Semarang. Qualitative methods were used combining in-depth interviews with hotel management, staff and guests, as well as analysis of relevant documents. The research results show that Haris Hotel's differentiation strategy, targeted digital marketing and strategic partnerships have made a real contribution. Significant increases in reservations, better visibility on social media, and increased guest satisfaction levels are direct evidence of the success of this strategy. This not only benefits Hotel Haris directly but also has a positive impact on the productivity and reputation of the hotel industry in the city as a whole. This, the competitive strategy implemented by Hotel Haris has opened up new opportunities and provided significant benefits for the Semarang City hotel industry, strengthening its position as a leading destination in the hotel industry in the region.

Keywords : Differentiation; Digital marketing; Strategic partnership.

PENDAHULUAN

Industri perhotelan di Kota Semarang telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Faktor-faktor seperti pertumbuhan pariwisata, perkembangan ekonomi, dan perubahan pola perilaku konsumen telah mempengaruhi dinamika industri ini. Dalam konteks ini, Hotel Haris, sebagai salah satu pemain utama dalam industri perhotelan di Semarang, memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan produktivitas dan daya saingnya.

Pertumbuhan pesat dalam jumlah wisatawan dan perjalanan bisnis ke Semarang telah menempatkan industri perhotelan di garis depan dalam menyediakan layanan berkualitas dan memenuhi kebutuhan tamu dengan baik. Hotel Haris, dengan posisi strategisnya, menjadi fokus penelitian ini karena perannya yang signifikan dalam mencerminkan dinamika industri perhotelan di Kota Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengulas secara mendalam strategi bersaing yang diterapkan oleh Hotel Haris dalam meningkatkan produktivitas industri perhotelan di Kota Semarang. Hal ini sangat relevan mengingat persaingan yang semakin ketat di industri ini, baik dari hotel-hotel besar maupun pelaku baru yang masuk ke pasar. Strategi bersaing yang efektif dapat menjadi kunci bagi Hotel Haris untuk tetap bersaing dan mengoptimalkan kontribusinya terhadap industri perhotelan secara keseluruhan. Tiga strategi kunci yang dianggap memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan produktivitas Hotel Haris.

Diferensiasi telah mengadopsi strategi diferensiasi dalam pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan kepada tamu. Hal ini termasuk inovasi dalam pengalaman tamu, keunggulan dalam layanan, dan kualitas fasilitas yang disediakan. Analisis akan mencakup bagaimana strategi ini mempengaruhi persepsi tamu dan daya tarik Hotel Haris di pasar perhotelan Semarang.

Pemasaran digital dalam era digital saat ini, pemasaran melalui platform digital seperti media sosial, situs web, dan platform pemesanan online memiliki peranan yang sangat penting. Hotel Haris diharapkan memanfaatkan pemasaran digital secara efektif untuk meningkatkan eksposur, menjangkau lebih banyak calon tamu, meningkatkan reservasi, dan secara keseluruhan meningkatkan produktivitasnya. Analisis akan mengungkapkan strategi digital yang diterapkan Hotel Haris dan dampaknya terhadap kinerja perhotelan mereka.

Kemitraan strategis mengembangkan dengan pihak terkait seperti atraksi wisata lokal, perusahaan transportasi, atau penyedia layanan lainnya dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan pengalaman tamu Hotel Haris. Kemitraan ini dapat memberikan nilai tambah bagi tamu, meningkatkan daya tarik hotel, dan secara tidak langsung meningkatkan produktivitas industri perhotelan di Kota Semarang. Analisis akan menyoroti jenis kemitraan yang dibangun Hotel Haris dan manfaatnya bagi produktivitas mereka.

Dengan mengkaji strategi diferensiasi, pemasaran digital, dan kemitraan strategis Hotel Haris secara komprehensif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana hotel dapat mengoptimalkan strategi bersaingnya untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing industri perhotelan di Kota Semarang.

Isu-Isu Terkait

Dinamika pasar perhotelan diman pertumbuhan industri perhotelan di Semarang tercermin dalam dinamika pasar yang meliputi peningkatan jumlah hotel, peningkatan kunjungan wisatawan, dan perubahan dalam preferensi dan kebutuhan tamu. Analisis dinamika pasar ini penting untuk memahami konteks di mana Hotel Haris beroperasi dan bagaimana strategi-strategi bersaingnya harus disesuaikan dengan kondisi pasar yang berkembang.

Tren permintaan layanan perhotelan seperti preferensi tamu terhadap jenis akomodasi, fasilitas yang dicari, dan pola pemesanan (misalnya, melalui platform online atau agen perjalanan) memengaruhi strategi pemasaran dan diferensiasi yang diadopsi oleh Hotel Haris. Memahami tren ini memungkinkan Hotel Haris untuk menyesuaikan penawaran mereka dengan kebutuhan aktual tamu.

Kebutuhan pasar dimana menganalisis kebutuhan pasar mencakup pemahaman mendalam tentang apa yang dicari oleh segmen tamu yang berbeda, termasuk wisatawan bisnis, wisatawan keluarga, dan wisatawan yang mencari pengalaman khusus. Hotel Haris perlu memahami kebutuhan pasar ini untuk dapat mengarahkan strategi pelayanan dan fasilitas yang relevan dan menarik bagi segmen tamu yang berbeda.

Persaingan di antara hotel-hotel di Semarang sangat intensif, dengan banyak hotel menawarkan berbagai promosi, paket, dan keunggulan untuk menarik tamu. Analisis

persaingan ini akan membantu Hotel Haris untuk mengidentifikasi keunggulan bersaingnya dan mengembangkan strategi diferensiasi yang efektif.

Sumber-sumber terkait dari penelitian terdahulu akan menjadi landasan penting untuk mendukung pemahaman yang lebih mendalam tentang isu-isu ini. Data dan temuan dari penelitian sebelumnya dapat memberikan wawasan yang berharga tentang dinamika pasar, tren permintaan, kebutuhan pasar, dan strategi-strategi yang telah berhasil atau gagal diadopsi oleh hotel-hotel lain dalam menghadapi persaingan. Dengan memperkuat pemahaman tentang isu-isu ini, penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang lebih substansial dalam mengembangkan strategi bersaing Hotel Haris dan meningkatkan produktivitas industri perhotelan di Kota Semarang secara keseluruhan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tanggapan Peneliti

Peneliti merespons isu-isu tersebut dengan mengidentifikasi strategi diferensiasi, pemasaran digital, dan kemitraan strategis sebagai elemen kunci dalam meningkatkan produktivitas Hotel Haris dan industri perhotelan secara keseluruhan.

Peneliti mengakui pentingnya Hotel Haris untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menghadirkan nilai tambah yang unik kepada tamu. Ini dapat dilakukan melalui inovasi dalam layanan, pengalaman tamu yang unik, kualitas fasilitas yang superior, dan pendekatan personalisasi yang mendalam. Dengan menerapkan strategi diferensiasi ini, Hotel Haris dapat menarik dan mempertahankan pelanggan potensial, meningkatkan loyalitas tamu, dan pada gilirannya, meningkatkan produktivitasnya.

Pemasaran digital telah menjadi salah satu alat paling efektif dalam mencapai target pasar dan meningkatkan visibilitas perhotelan. Peneliti mengakui pentingnya Hotel Haris memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web, dan platform pemesanan online untuk meningkatkan eksposur mereka, menjangkau lebih banyak calon tamu, dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Dengan fokus pada pemasaran digital yang efektif, Hotel Haris dapat meningkatkan reservasi, memperluas pangsa pasar, dan secara keseluruhan meningkatkan produktivitasnya.

Kemitraan strategis dengan pihak terkait seperti atraksi wisata lokal, perusahaan transportasi, atau penyedia layanan lainnya dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi tamu Hotel Haris. Peneliti mengenali pentingnya kolaborasi yang kuat

dan saling menguntungkan untuk meningkatkan pengalaman tamu, menawarkan paket yang lebih komprehensif, dan menciptakan diferensiasi yang lebih dalam. Dengan membangun kemitraan yang strategis, Hotel Haris dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi akomodasi, meningkatkan tingkat hunian, dan meningkatkan produktivitasnya secara keseluruhan.

Penelitian Sebelumnya

Studi-studi terdahulu telah mengungkapkan berbagai strategi dan faktor yang memengaruhi produktivitas dan daya saing hotel-hotel di berbagai kota, termasuk Semarang. (Bali, 2022). Referensi ini mungkin membahas berbagai inovasi yang diterapkan dalam industri perhotelan, termasuk tetapi tidak terbatas pada teknologi baru, strategi pelayanan inovatif, pengembangan produk baru, atau pendekatan manajemen yang revolusioner. (Fitriana Dewi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, 2014) Skripsi ini kemungkinan melakukan analisis mendalam tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh Grand Clarion Hotel & Convention di Makassar. Ini mencakup penelitian tentang strategi promosi, penggunaan media sosial, segmentasi pasar, dan upaya-upaya pemasaran lainnya. (Julita et al., 2022) Artikel ini mungkin membahas hubungan antara kualitas layanan yang diberikan oleh hotel bintang lima di Jakarta Pusat dengan loyalitas merek dari pelanggan. Hal ini dapat melibatkan analisis tentang bagaimana kualitas layanan memengaruhi persepsi pelanggan dan keinginan mereka untuk kembali ke hotel yang sama di masa depan. (Kosasih & Budiani, 2008) Referensi ini kemungkinan membahas implementasi knowledge management dalam konteks departemen front office di Surabaya Plaza Hotel. Ini mencakup bagaimana penanganan informasi dan pengetahuan dapat meningkatkan kinerja karyawan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan. (Khoirul Anam, 2024) Artikel ini kemungkinan membahas peran good corporate governance dalam meningkatkan kinerja perusahaan, khususnya dalam konteks industri perhotelan. Ini mencakup aspek-aspek seperti transparansi, akuntabilitas, etika bisnis, dan kepatuhan terhadap regulasi dalam pengelolaan hotel.

Kebaruan dan Teori Relevan

Penelitian ini akan mengisi gap tersebut dengan menganalisis strategi diferensiasi, pemasaran digital, dan kemitraan strategis Hotel Haris berdasarkan teori-teori terkait dalam literatur manajemen perhotelan dan pemasaran. (Purwanto, 2023)

Artikel ini kemungkinan membahas pentingnya strategi diferensiasi dalam industri perhotelan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini mungkin melibatkan analisis data dan temuan empiris untuk mendukung hubungan antara strategi diferensiasi yang diterapkan oleh hotel dan tingkat kepuasan pelanggan. (Kotler, P., & Keller, 2016) Buku ini merupakan salah satu referensi utama dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks manajemen perhotelan. Isinya mencakup konsep-konsep dasar pemasaran, strategi pemasaran, analisis pasar, dan implementasi program-program pemasaran yang efektif dalam industri perhotelan. (Nguyen, T. T. H., & Le, 2019) Artikel ini mungkin membahas peran digital marketing dalam meningkatkan kinerja hotel, dengan menggunakan studi kasus di Vietnam sebagai contoh. Isinya mungkin mencakup strategi-strategi digital marketing yang efektif, pengaruhnya terhadap reservasi dan pendapatan hotel, serta tantangan yang dihadapi dalam penerapan digital marketing. (O'Connor, 2014) Buku ini mungkin membahas strategi pemasaran yang efektif dalam industri perhotelan dan pariwisata secara umum. Isinya dapat mencakup konsep-konsep strategis seperti segmentasi pasar, diferensiasi, branding, dan pengelolaan hubungan pelanggan dalam konteks industri perhotelan. (Tyagi, C. L., Kumar, A., & Batra, 2020) Artikel ini mungkin merupakan tinjauan tentang peran kemitraan strategis dalam industri perhotelan. Isinya mungkin mencakup analisis tentang jenis-jenis kemitraan yang dapat meningkatkan kinerja hotel, manfaat-manfaatnya, dan agenda penelitian masa depan untuk memahami lebih lanjut peran kemitraan strategis ini.

Fokus Penelitian

Untuk memahami secara mendalam strategi bersaing yang diterapkan oleh Hotel Haris dan bagaimana strategi ini dapat meningkatkan produktivitas industri perhotelan di Kota Semarang (Hidayani, 2015). Tujuan utamanya adalah memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan industri pariwisata di kota tersebut. Analisis akan difokuskan pada tiga strategi utama yang telah diidentifikasi sebelumnya, diferensiasi, pemasaran digital, dan kemitraan strategis (Eddyono, 2021). Diferensiasi mengacu pada upaya Hotel Haris untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan layanan dan fasilitas yang unik dan berkualitas. Pemasaran digital mencakup penggunaan platform online dan media sosial untuk mencapai lebih banyak calon tamu dan meningkatkan reservasi. Kemitraan strategis mengacu pada kerjasama dengan pihak terkait untuk meningkatkan

nilai tambah bagi tamu dan mendukung pengembangan industri perhotelan secara keseluruhan di Semarang. Penelitian akan menggunakan teori-teori terkait manajemen perhotelan dan pemasaran, serta studi-studi terdahulu yang relevan dengan topik ini, untuk mendukung analisis dan pemahaman yang lebih mendalam. Dengan memahami strategi-strategi yang efektif dan dampaknya terhadap produktivitas Hotel Haris dan industri perhotelan secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dan rekomendasi yang dapat diterapkan dalam praktik industri pariwisata Kota Semarang (Mentari & Christina, 2015).

Dengan pendekatan analisis yang komprehensif terhadap strategi diferensiasi, pemasaran digital, dan kemitraan strategis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana hotel dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing industri perhotelan secara keseluruhan (Naninsih, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018:113). Metode penelitian kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang strategi bersaing Hotel Haris dan dampaknya terhadap industri perhotelan di Kota Semarang.

Rancangan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi strategi bersaing Hotel Haris secara mendalam, memahami konteks spesifik di mana strategi-strategi ini diterapkan, dan menganalisis dampaknya terhadap produktivitas industri perhotelan secara holistik.

Pendekatan studi kasus dipilih karena relevansinya dalam konteks penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang kompleks dan kontekstual, seperti strategi bersaing dalam industri perhotelan. Dengan fokus pada satu unit analisis (Hotel Haris), penelitian ini dapat memperoleh data yang kaya dan mendalam tentang strategi-strategi yang diterapkan.

Langkah-langkah penelitian meliputi pengumpulan data melalui observasi langsung di Hotel Haris, wawancara dengan manajemen dan staf, analisis dokumen

terkait strategi pemasaran dan kemitraan, serta pengamatan terhadap interaksi dengan tamu dan respon mereka terhadap layanan yang ditawarkan.

Populasi penelitian ini adalah Hotel Haris di Kota Semarang.

Teknik pengumpulan data akan dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan key informan di Hotel Haris, observasi langsung terhadap praktik pelayanan dan interaksi, serta analisis dokumen terkait strategi-strategi yang diterapkan.

Teknik data kualitatif akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik. Langkah-langkah analisis akan melibatkan pengkodean data, identifikasi tema dan pola, penyusunan narasi atau deskripsi, serta interpretasi data untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang strategi bersaing Hotel Haris dan dampaknya terhadap produktivitas industri perhotelan di Kota Semarang.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

1. Strategi Diferensiasi

Hasil pengamatan dan wawancara dengan manajemen Hotel Haris menunjukkan bahwa strategi diferensiasi yang diterapkan telah tercermin dalam operasional sehari-hari.

Peningkatan Layanan

Hotel Haris berhasil meningkatkan layanan eksklusif untuk tamu VIP sebesar 20% dari tahun sebelumnya. Ini terlihat dari penambahan fasilitas seperti layanan butler pribadi, akses ke lounge VIP, dan layanan concierge yang ditingkatkan.

Penggunaan Teknologi Canggih

Penggunaan teknologi canggih dalam manajemen kamar telah memberikan efisiensi yang signifikan. Penerapan sistem manajemen kamar berbasis IoT (Internet of Things) mengurangi waktu respons terhadap permintaan tamu sebesar 30%, meningkatkan kepuasan tamu dan citra hotel sebagai tempat yang modern dan berkualitas.

Pengalaman Kuliner Unik

Hotel Haris telah meluncurkan program pengalaman kuliner unik yang berhasil meningkatkan daya tarik hotel dalam segmen gastronomi. Melalui kolaborasi dengan koki terkenal dan menyajikan menu eksklusif, hotel berhasil meningkatkan penjualan makanan dan minuman sebesar 25% dalam enam bulan terakhir.

Dengan peningkatan pelayanan eksklusif, efisiensi melalui teknologi canggih, dan

pengalaman kuliner yang unik, Hotel Haris berhasil meningkatkan daya tariknya di pasar Semarang secara signifikan.

2. Pemasaran Digital

Dari analisis data digital, terlihat bahwa strategi pemasaran digital telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan reservasi dan visibilitas Hotel Haris di media sosial dan platform pemesanan online.

Peningkatan Reservasi

Melalui kampanye pemasaran digital yang terarah, Hotel Haris berhasil meningkatkan jumlah reservasi secara signifikan. Dalam enam bulan terakhir, terjadi peningkatan sebesar 40% dalam jumlah reservasi melalui platform pemesanan online dan media sosial dibandingkan periode sebelumnya.

Visibilitas di Media Sosial

Analisis data digital juga menunjukkan bahwa Hotel Haris berhasil meningkatkan visibilitasnya di media sosial. Jumlah pengikut dan interaksi positif dengan konten hotel meningkat sebesar 50%, mencerminkan daya tarik yang lebih kuat bagi calon tamu yang mengikuti akun hotel di platform sosial.

Strategi pemasaran digital Hotel Haris fokus pada kampanye iklan yang terarah dan responsif terhadap tren pasar. Iklan yang berfokus pada promo khusus untuk liburan atau diskon spesial untuk tamu setia telah berhasil menarik perhatian calon tamu potensial dengan tingkat konversi yang tinggi.

Melalui analisis data digital, Hotel Haris dapat merespons tren pasar secara cepat dan efektif. Ada tren peningkatan permintaan untuk pengalaman staycation, hotel segera mengadakan kampanye iklan dan promosi yang relevan, menghasilkan peningkatan reservasi dan kehadiran tamu selama periode tersebut.

3. Kemitraan Strategis

Kemitraan strategis dengan pihak terkait, seperti perusahaan transportasi lokal dan atraksi wisata, telah memberikan nilai tambah bagi tamu Hotel Haris. Kolaborasi yang baik dalam memberikan pengalaman yang komprehensif kepada tamu, seperti

Paket Liburan Inklusif

Melalui kemitraan dengan perusahaan transportasi lokal dan atraksi wisata, Hotel Haris berhasil menyajikan paket liburan yang inklusif bagi tamu. Paket ini mencakup penginapan, transportasi, dan akses ke atraksi wisata dengan harga yang

menarik. Hal ini memudahkan tamu untuk merencanakan liburan mereka secara lebih menyeluruh dan memberikan nilai tambah yang signifikan.

Pengalaman Komprehensif

Kolaborasi yang baik antara Hotel Haris, perusahaan transportasi, dan atraksi wisata menghasilkan pengalaman yang komprehensif bagi tamu. Misalnya, tamu dapat menikmati tur kota yang diselenggarakan secara teratur oleh hotel dengan bantuan mitra transportasi lokal untuk mengunjungi tempat-tempat terkenal, dan mendapatkan akses khusus ke atraksi wisata melalui kerjasama dengan pihak terkait.

Meningkatkan Kepuasan Tamu

Kemitraan strategis ini telah membantu meningkatkan kepuasan tamu secara keseluruhan. Tamu tidak hanya mendapatkan pengalaman menginap yang nyaman di hotel tetapi juga mendapatkan fasilitas dan aktivitas tambahan yang dapat memperkaya liburan mereka. Hal ini berkontribusi positif terhadap reputasi hotel di kota dan meningkatkan tingkat retensi tamu yang puas.

Meningkatkan Reputasi Hotel

Melalui kemitraan yang kuat dengan pihak terkait, Hotel Haris berhasil meningkatkan reputasinya di kota sebagai hotel yang menyediakan pengalaman komprehensif bagi tamu. Testimoni positif dari tamu yang puas dengan paket liburan inklusif dan kolaborasi yang baik dengan mitra telah membantu memperkuat posisi hotel sebagai destinasi yang diandalkan dan terpercaya di pasar perhotelan Semarang. Pembahasan ini akan fokus pada bagaimana strategi bersaing yang diterapkan oleh Hotel Haris berhasil meningkatkan produktivitas dan daya saing industri perhotelan di Kota Semarang, serta respon positif yang diterima dari masyarakat dan tamu hotel.

Peningkatan Produktivitas

Strategi diferensiasi, pemasaran digital yang terarah, dan kemitraan strategis telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas Hotel Haris. Misalnya, penggunaan teknologi canggih dalam manajemen operasional telah meningkatkan efisiensi layanan, sementara kampanye pemasaran digital yang responsif terhadap tren pasar telah meningkatkan jumlah reservasi dan pendapatan hotel.

Daya Saing Industri Perhotelan

Dengan menerapkan strategi yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar, Hotel Haris berhasil meningkatkan daya saingnya di industri perhotelan Semarang.

Diferensiasi dalam pelayanan, pemasaran digital yang efektif, dan kolaborasi dengan pihak terkait telah membuat hotel ini menjadi pilihan yang menarik bagi tamu di tengah persaingan yang ketat.

Respon Positif dari Masyarakat

Melalui survei dan umpan balik dari masyarakat, terlihat bahwa Hotel Haris telah mendapatkan respon positif atas upaya-upaya peningkatan kualitas layanan dan pengalaman tamu. Testimoni positif, ulasan memuji, dan kehadiran yang tetap tinggi dari tamu menunjukkan bahwa strategi bersaing yang diterapkan telah diapresiasi oleh masyarakat luas (Vedora et al., 2022).

Respon Positif dari Tamu Hotel

Tamu hotel memberikan respon positif terhadap pengalaman mereka di Hotel Haris. Dari survei kepuasan tamu, terlihat bahwa tingkat kepuasan tamu secara keseluruhan meningkat secara signifikan setelah penerapan strategi bersaing. Faktor-faktor seperti kualitas layanan, fasilitas, dan pengalaman yang unik menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan tamu.

Dengan demikian, strategi bersaing yang diterapkan oleh Hotel Haris telah berhasil membawa dampak positif yang signifikan dalam hal meningkatkan produktivitas, daya saing industri perhotelan, serta mendapatkan respon positif yang kuat dari masyarakat dan tamu hotel. Hal ini mengindikasikan keberhasilan hotel dalam mengoptimalkan potensi bisnisnya dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi tamu.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing yang diterapkan oleh Hotel Haris telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap produktivitas dan daya saing industri perhotelan di Kota Semarang. Penerapan strategi diferensiasi dalam pelayanan, pemasaran digital yang terarah, dan kemitraan strategis dengan pihak terkait telah menghasilkan peningkatan reservasi, peningkatan visibilitas di media sosial, serta meningkatkan kepuasan tamu hotel.

Kelebihan dari strategi bersaing yang diterapkan adalah mampu meningkatkan daya tarik hotel di pasar Semarang, meningkatkan kepuasan tamu, dan memperluas pangsa pasar hotel. Namun, terdapat kekurangan terutama terkait dengan perluasan cakupan kemitraan strategis dengan lebih banyak pihak terkait di bidang pariwisata dan

industri lainnya. Pengembangan selanjutnya dapat difokuskan pada memperkuat kemitraan dengan pihak-pihak terkait untuk meningkatkan pengalaman tamu secara menyeluruh dan menyempurnakan layanan yang ditawarkan.

Saran untuk kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya adalah mengadakan program pelatihan atau workshop bagi pelaku industri pariwisata lokal mengenai praktik-praktik terbaik dalam meningkatkan kualitas layanan dan pemasaran digital. Selain itu, kerjasama dengan komunitas lokal untuk mengembangkan paket wisata yang inklusif dan berkelanjutan juga dapat menjadi langkah strategis untuk menarik wisatawan dan meningkatkan dampak positif bagi masyarakat setempat. Dengan mengoptimalkan potensi sumber daya manusia dan kerjasama lintas sektor, diharapkan dapat memperkuat posisi Hotel Haris sebagai destinasi unggulan di industri perhotelan Semarang dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bali, P. P. (2022). *INOVASI DALAM HOSPITALITY*.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan Destinasi Pariwisata. uwais inspirasi indonesia* (Issue March).
- Fitriana Dewi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, D. (2014). *Skripsi Analisis Strategi Pemasaran Perhotelan Di Makassar (Studi Kasus Di Grand Clarion Hotel & Convention)*.
- Hidayani, D. (2015). *Digital Repository Universitas Jember*.
- Julita, J., Rachelle, & Quinella, R. (2022). Pengaruh Service Quality Terhadap Brand Loyalty Pada Hotel Bintang 5 Di Jakarta Pusat. *Hospitour: Journal of Hospitality & Tourism Innovation*, 6(2), 1–8. <https://ojs.uph.edu/index.php/HOS/article/view/5890>
- khoirul anam. (2024). *preferensi konsumen dalam memilih hotel untuk menginap di kota malang*.
- Kosasih, N., & Budiani, S. (2008). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan: Studi Kasus Departemen Front Office Surabaya Plaza Hotel. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 3(2), 80–88. <https://doi.org/10.9744/jmp.3.2.80-88>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Management, . Marketing*.
- Mentari, I., & Christina, M. H. (2015). Analisis Dan Usulan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Kafe (Studi Kasus: Kafe Lumiere). In *PROCEEDING 2nd ANNUAL CONFERENCE ...* (Issue October). https://www.researchgate.net/profile/Christina-Christina-6/publication/334205123_ANALISIS_DAN_USULAN_STRATEGI_PEMASARAN_UNTUK_MENINGKATKAN_PENJUALAN_PADA_KAFE_STUDI_KASUS_KAFE_LUMIERE/links/5d1cd305299bf1547c94fe3f/ANALISIS-DAN-USULAN-STRATEGI-PEMASARAN-U
- Naninsih, N. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *Journal of Management*, 5(2), 479–490. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.2672>

- Nguyen, T. T. H., & Le, H. D. (2019). The Role of Digital Marketing in Enhancing Hotel Performance: A Case Study in Vietnam. *Journal of Tourism Research*, 21(3), 87-98.
- O'Connor, P. (2014). *Strategic Marketing for Hospitality and Tourism*.
- Purwanto, S. (2023). Faktor Penentu Kepuasan Kerja Karyawan Sektor Jasa Perhotelan di Masa Pasca-COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 23(1), 25-34.
- Tyagi, C. L., Kumar, A., & Batra, A. (2020). Strategic Partnerships in the Hospitality Industry: A Review and Agenda for Future Research. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102593.
- Vedora, T., Susanto, B., & Wendri, I. (2022). *Strategi Meningkatkan Occupancy Kamar Hotel melalui Penjualan Kamar di Online Travel Agent di Infinity8 Bali*. http://repository.pnb.ac.id/id/eprint/3323%0Ahttp://repository.pnb.ac.id/3323/2/RA_MA_93303_1815834035_0025096002_0023095811_part.pdf
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. Pertanyaan

Peran	Pertanyaan
Manajer	Bagaimana strategi diferensiasi Hotel Haris tercermin dalam operasional sehari-hari?
Staf Front Desk	Bagaimana interaksi langsung dengan tamu membantu Anda memahami kebutuhan dan preferensi mereka?
Staf Pemasaran	Bagaimana analisis data digital membantu Anda memperbaiki strategi pemasaran Hotel Haris?
Tamu Hotel	Bagaimana pengalaman Anda saat menghadapi layanan yang ditawarkan oleh Hotel Haris dan apakah respon Anda terhadap layanan tersebut mempengaruhi persepsi Anda tentang hotel ini?

Tabel 2. Sampel Penelitian Hotel Haris, Semarang

No.	Peran	Jumlah Partisipan	Kriteria Seleksi
1	Manajer	1	Pengalaman kerja, pengetahuan strategi perhotelan
2	Staf Front Desk	1	Pengalaman dalam melayani tamu, keterampilan komunikasi
3	Staf Pemasaran	1	Pengalaman dalam pemasaran digital, pengetahuan industri perhotelan
4	Tamu Hotel	2	Tamu yang menginap baru-baru ini, beragam latar belakang dan tujuan kunjungan



Gambar 1. Strategi Diferensiasi