Strategi Persaingan Usaha Industri Perhotelan Bintang 1 dan Non Bintang di Kota Bandung

Business competitiveness Strategy for 1 and Non star Hospitality industry in Bandung City

[1]Dhalia Asyafi Karimah, [2]Aan Julia, [3]Noviani

Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116
Email: [1]dhaliaasyafik@gmail.com, [2]aan.unisba@gmail.com

Abstract As a good economic condition, Bandung has encouraged the development of the hotel sector, including the presence of boarding businesses and apartment. The tightened competition between them has an impact on decreasing occupancy rates and the number of visitors at 1-star and non-star hotels. Business competition is not only dealing with fellow competitors of similar hotels, but also with the presence of potential competitors, the existence of substitute goods, suppliers of goods, as well as dealing with consumer preferences for him. To find out the competition, this qualitative descriptive research, using an analysis with the Porter's Five Force Model and strengthened using SWOT Analysis. As the results are the competition between companies, competition with potential competitors and consumer preferences shows a high level. While the existence of substitute goods and suppliers of goods is relatively low. Strengths and weaknesses like price, location, differentiation product, promotion among business actors, while the threat in competition arises from the role of the government, the potential competitors, the substitute goods, and the consumers. To improves and facing that competition, the hotels must improve the quality of service and make the different service who make the uniqueness to the threat of potential competitors.

Keywords: Business Competition Strategy, Porter's Five Force Model, SWOT Analysis.

Abstrak Tingginya perekonomian di Kota Bandung telah mendorong berkembangnya sector perhotelan, termasuk hadirnya usaha kos dan pemilik apartemen yang telah memperketat persaingan diantara mereka. Persaingan yang semakin ketat berdampak pada penurunan tingkat hunian dan jumlah pengunjung di hotel bintang 1 dan non bintang. Persaingan usaha tidak hanya berhadapan dengan pesaing sesama hotel sejenis, tetapi juga dengan keberadaan pesaing potensial, adanya barang pengganti, para pemasok barang, serta berhadapan dengan preferensi konsumen terhadap dirinya. Untuk mengetahui persaingan usaha hotel bintang 1 dan non bintang tersebut, dalam penelitian deskriptif ini, akan dijawab menggunakan dianalisis dengan *Porter's Five Force Model* dan diperkuat menggunakan Analisis SWOT. Dari hasil *Five Force Model* didapat bahwa persaingan antar perusahaan, persaingan dengan pesaing potensial serta preferensi konsumen menunjukkan tingkat persaingan tinggi. Sedangkan keberadaan barang pengganti dan pemasok barang relative rendah. Kekuatan dan kelemahan ditunjukkan dari kondisi persaingan diantara pelaku usaha, sedangkan ancaman dalam persaingan muncul dari peran pemerintah, keberadaan pesaing potensial, banyaknya barang pengganti, Sedangkan peluang adalah konsumen yang memutuskan menggunakan jasa hotel melalui informasi yang dilihat dalam promosi internet, daya tawar pemasok yang relative rendah. Maka dari itu pihak hotel meningkatkan kualitas layanan agar memiliki keunikan yang senantiasa dicari oleh konsumen.

Kata Kunci: Strategi Persaingan Usaha, Five Force Model Porter, Analisis SWOT

A. Pendahuluan

Bandung merupakan salah satu Kota Bandung sebagai ibukota Jawa Barat merupakan kota yang strategis untuk para pelaku ekonomi. Perkembangan ekonomi di Kota Bandung menunjukan angka yang selalu berada diatas rata-rata pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat, sebagaimana terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan LPE Kota Bandung dengan Jawa Barat Tahun 2012-2017

Tahun	Kota Bandung(%)	Provinsi Jawa Barat (%)
2012	8,53	6,21
2013	7,84	6,3
2014	7,72	5,06
2015	7,64	5,04
2016	7,79	5,67
2017	7,21	5,20

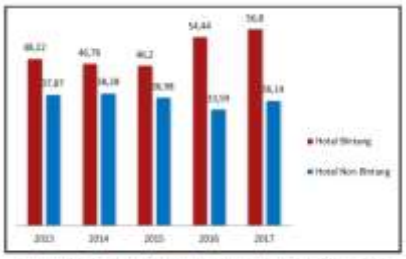
Sumber : BPS Kota Bandung dan BPS Jawa Barat

Tingginya laju perekonomian kota Bandung salah satunya didorong sektor perdagangan, hotel dan restoran. Tingginya arus wisata ke kota Bandung, mendorong kebutuhan hotel yang semakin banyak. Berkembangnya jumlah hotel diikuti oleh tingkat hunian hotel terlihat dalam table Semakin tinggi wisatawan berkunjung ke Kota Bandung, semakin banyak waktu yang di habiskan untuk menikmati wisata di Kota Bandung. Dengan demikian, nilai perekonomian akan bertambah, yang diikuti tingkat hunian hotel berarti semakin banyak. Peningkatan yang signifikan terjadi pada hotel bintang 3, pada tahun 2013 sebanyak 35 buah dan pada tahun 2017 menjadi 42 buah, namun sebaliknya penurunan signifikan justru terjadi pada hotel non bintang, dimana pada tahun 2015 sebesar 253 dan pada tahun 2017 turun menjadi 218 buah. Meningkatnya jumlah hotel ternyata tidak diikuti oleh tingkat okupansi yang semakin meningkat, hal tersebut didorong munculnya berbagai hotel dadakan, yaitu kamar kost dan apartemen yang ditawarkan untuk sewa harian.

Menurut Ketua Perhimpunan Hotel Non Bintang (PHNB), Sutrisno Iwantono, berkembangnya hotel dadakan mengakibatkan tingkat okupansi tidak pernah 100% dan bahkan sangat rendah. Penurunan tersebut disebabkan harga yang mereka tawarkan relatif lebih murah karena hotel dadakan tersebut tidak dikenakan pajak dan retribusi sebagaimana yang ditanggung pengelola hotel resmi. Tingkat okupansi hotel bintang 1 dan non bintang dapat dilihat dari gambar 1 berikut.

Gambar 1. di atas memperlihatkan tingkat okupansi hotel non bintang dan bintang mengalami okupansi yang sangat rendah, bahkan hotel bintangpun tidak mencapai 60% dalam 1 tahun. Selain itu hotel non bintang dalam 1 tahun terakhir tingkat okupansinya hanya 36,14% dari jumlah kamar yang tersedia. Hal tersebut memunculkan banyaknya persaingan, sehingga pihak hotel harus memiliki strategi bersaing yang baik agar mampu bertahan di industri perhotelan ini.

Gambar 1. Grafik Tingkat Okupansi Hotel Bintang dan Non Bintang



Gambar 1.1 Grafik Tingkat Okupansi Hotel Bintang dan Non Bintang
Sumber : BPS Kota Bandung

Melihat fenomena di atas, maka dalam penelitian ini ingin mengetahui: a. kondisi persaingan usaha industri perhotelan bintang 1 dan non bintang di Kota Bandung berdasarkan Five Force Model: b.kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman perhotelan bintang 1 dan non bintang di Kota Bandung; c. strategi persaingan usaha perhotelan bintang 1 dan non bintang di Kota Bandung.

B. Landasan Teori

Untuk mendukung perkembangan industry pariwisata, jasa perhotelan merupakan aspek penting dalam penyediaan akomodasi bagi para traveller sebagai tempat menginap, yang juga dilengkapi dengan pelayanan restoran, kegiatan hiburan lainnya. ((Purba, 2017); (Trianto & Sunyoto, 2017). Dengan jumlah kamar yang memadai maka mendorong jumlah wisatawan yang datang semakin banyak, sehingga permintaan kamar hotel semakin meningkat. Kenyamanan hotel yang baik mendorong wisatawan untuk tinggal lebih lama atau ingin kembali lagi, sehingga bisnis perhotelan menjadi suatu hal yang menarik secara ekonomi. Kondisi tersebut mendorong masuknya pelaku usaha lain dalam industry perhotelan atau sehingga persaingan untuk mendapatkan pelanggan telah memicu berbagai upaya para pelaku usaha untuk mempertahankan posisi

atau menarik sebanyak mungkin pelanggan dalam persaingan usaha. (Windriayaningrum, 2013)

Ada dua bentuk persaingan usaha yaitu persaingan sehat dan yang tidak sehat (Suharil & Makarao, 2010).

a. Persaingan Sehat (*perfect compotititon*)

1. Tercapainya efisiensi baik dalam kegiatan usaha dan perdagangan.
2. Konsumendijamin tingkat kesejahteraan dan telindunginya kepentingan konsumen.
3. Terbukanya pasar yang luas dan menjaga tidak adanya penumpukan konsentrasi kekuatan ekonomi pada kelompok tertentu.

b. Persaingan Tidak Sehat *(Unperfect Competition)*

Persaingan yang tidak sehat merupakan persaingan diantara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa melakukan hal yang tidak jujur atau melawan hukum uang dapat menghambat persaingan usaha. (Suharil & Makarao, 2010)

Menurut Porter ada lima faktor persaingan bisnis (Porter *five forces*) yang dapat menentukan kemampuan bersaing yang terdiri dari persaingan di dalam industi itu sendiri, adanya ancaman dari pendatang baru dalam industry tersebut, adanya kekuatan daya tawar pemasok, pembeli dan produk pengganti (Arsyad & Kusuma, 2014)

Menurut (Thompson, et al., 2008) strategi perusahaan adalah bagaimana perusahaan menentukan cara untuk meraih posisi pasar,melakukan kegiatan operasi perusahaan, menarik dan memberikan pelayana terbaik untuk konsumen, bersaing untuk meraih kesuksesan serta tercapainya tujuan perusahaan. Untuk menyatukan definisi tentang strategi ini, ada dua pandangan yang bertentangan yaitu pandangan yang lebih menitikberatkan struktur industri (market driven), dan pandangan yang menitikberatkan pada faktor sumber daya perusahaan (factor driven). Strategi perusahaan tersebut secara konsep diperluas oleh Mintzberg menjadi 5 konsep kemudian seperti *Strategy as a plan, Strategy as a play, Strategy as a pattern, Strategy as a position, Strategy as a perspective* (Ismail, 2012).

Strategi persaingan yang digunakan bisa merupakan kombinasi dari berbagai strategi yang ada atau yang dikenal dengan bauran pemasaran. Kotler dan Armstrong mendefinisikan bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai kumpulan alat pemasaran taktis yang dapat dikombinasikan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya dalam sasaran pasar. (Wibowo, et al., 2015). didalamnya tergabung 72 kos harian dan 4 apartemen harian.

Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan realibilitasnya, dan hasil bahwa dari hasil jawaban kuesioner yang diisi oleh responden mampu menjelaskan bahwa dari ke 43 pertanyaan dalam penelitian ini seluruhnya valid. Maka data dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar analisis yang dilakukan oleh peneliti. Sedangkan uji realibilitas ini ditunjukan untuk mengetahui item pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti realibel atau tidak. Uji realibitas ini menggunakan SPSS versi 16. Dari nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,959 maka diketahui bahwa variabel tersebut reliabel atau konsisten. Artinya bahwa butir pertanyaan dalam kuesioner dapat digunakan dalam penelitian ini.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian tentang strategi persaingan usaha yang dihadapi hotel bintang 1 dan non bintang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 152 responden dimana terdiri dari 76 konsumen hotel dan 76 konsumen pesaing seperti apartemen harian juga kos-kosan harian. Kemudian untuk strateginya itu sendiri dilakukan kepada 76 hotel dimana didalamnya 27 hotel

bintang 1 dan 49 hotel non bintang, serta 76 pesaing dimana didalamnya tergabung 72 kos harian dan 4 apartemen harian.

Instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan realibilitasnya, dan hasil bahwa dari hasil jawaban kuesioner yang diisi oleh responden mampu menjelaskan bahwa dari ke 43 pertanyaan dalam penelitian ini seluruhnya valid. Maka data dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar analisis yang dilakukan oleh peneliti. Sedangkan uji realibilitas ini ditunjukan untuk mengetahui item pertanyaan yang telah disusun oleh peneliti realibel atau tidak. Uji realibitas ini menggunakan SPSS versi 16. Dari nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,959 maka diketahui bahwa variabel tersebut reliabel atau konsisten. Artinya bahwa butir pertanyaan dalam kuesioner dapat digunakan dalam penelitian ini.

Analisis Five Forces Model

Dari hasil penelitian didapat bahwa dalam persaingan antar perusahaan didapat persaingan antar perusahaan itu sangatlah ketat, kemudian dalam pesaing potensial ada bebarapa indikator yang sangat mengancam tetapi dalam segi modal indikator tersebut memiliki ancaman yang rendah. Kemudian munculnya produk pengganti merupakan ancaman yang besar bagi para pelaku usaha hotel bintang 1 dan non bintang dikarenakan konsumen sudah mulai mengetahuikeberdaan kos-kosan harian juga aparrtemen harian yang merupakan produk pengganti hotel. Kemudian bagi hotel bintang 1 dan non bintang daya tawar pemasok itu sendiri memiliki persaingan yang rendah dikarenakan banyaknya pasar pemasok sehingga mereka tidak terpaku pada satu pemasok saja. Dan yang terakhir daya tawar konsumen yang tinggi yaitu pada indikator lokasi juga harga. Mayoritas konsumen selalu menginginkan lokasi yang strategis dengan harga yang murah hal ini menyulitkan bagi para pelaku usaha industri perhotelan. Dalam hal ini dalam setiap persaingan usahanya maka didapat analisis *Five Force* yang digunakan untuk menganalisa lingkungan eksternal dan juga internal perusahaan berdasarkan lima indikator Porter sebagai berikut

Tabel 2. Hasil Five Force Analysis

No	Indikator	Analisis	Kesimpulan
Persaingan Antar Perusahaan			
1.	Jumlah pesaing	Jumlah pesaing berjumlah 76 hotel, dimana merupakan jumlah yang cukup banyak	Persaingan Tinggi
2.	Lokasi	Rata-rata hotel bintang 1 dan non bintang memiliki lokasi yang cukup berdekatan dengan lokasi yang strategis tetapi ada juga hotel yang berada pada lokasi yang kurang strategis	Persaingan Tinggi
3.	Harga Sewa	Harga dan setiap pelaku usaha bervariasi namun relatif sama	Persaingan Tinggi
4.	Fasilitas	Rata-rata setiap hotel memiliki fasilitas yang hampir sama	Persaingan Tinggi
5.	Promosi	Mayoritas dari hotel bintang 1 dan non bintang sudah menggunakan jasa e-commerce dan adanya perubahan promosi dari dulu dari tahun ke tahun	Persaingan Tinggi
6.	Diferensiasi Produk	Jenis sewaan kamar yang ditawarkan oleh hotel bintang 1 dan non bintang cenderung sama dan tidak ada perbedaan yang signifikan	Persaingan Tinggi
Pesaing Potensial			
6.	Peluang Pasar	Peluang dalam penginapan di Kota Bandung cukup besar dikarenakan semakin banyaknya hotel-hotel dan penyalahgunaan fungsi dari kos-kosan juga apartemen yang melakukan inovasi dengan menyewakan harian.	Ancaman Tinggi
7.	Modal	Kebutuhan modal untuk mendirikan hotel besar	Ancaman Rendah
8.	Peran Pemerintah	Kurangnya kebijakan pemerintah dalam peraturan terhadap penambahan fungsi dan juga terhadap hotel-hotel baru	Ancaman Tinggi
Produk Pengganti			
9.	Tingkat Kebutuhan Terhadap Produk Pengganti	Para konsumen menyukai konsumsi apartemen harian dan kos-kosan harian	Ancaman Tinggi
Daya Tawar Konsumen			
10.	Promosi (Promotion)	Para konsumen menyu promosi dan iklan hotel bintang 1 dan non bintang cukup baik dalambal promosi dibandingkan dengan Kos-kosan harian dan apartemen harian	Daya Tawar Konsumen Rendah
11.	Produk dan Pelayanan (Product and Service)	Konsumen merasa cukup dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel bintang 1 dan non bintang jika dibandingkan dengan apartemen harian juga Kos-kosan harian di Kota Bandung	Daya Tawar Konsumen Sedang
12.	Tempat (Place)	Lokasi yang strategis dan mudah di jangkau, lahan parkir hotel bintang satu dan non bintang cukup aman	Daya Tawar Konsumen Tinggi
13.	Harga (Price)	Pemilik hotel bintang 1 dan non bintang harus bisa mengakomodir kebutuhan para konsumen diantaranya penginapan yang nyaman, harga yang	Daya Tawar Konsumen
Daya Tawar Pemasok			
15.	Bahan Baku	Pihak hotel memiliki beragam pemasok tidak hanya bergantung pada satu pemasok saja	Daya Tawar Pemasok Rendah

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Strategi Persaingan Menghadapi Peluang dan Ancaman dari Usaha Industri Perhotelan Serta Para Pesaing

Untuk menentukan strategi persaingan usaha hotel bintang1 dan non bintang dalam menghadapi keberadaan apartemen dan kost harian maka melalui analisis SWOT dapat diketahui berbagai kekuatan, kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi dalam bisnis tersebut. Dari hasil wawancara dengan responden diperoleh bahwa kondisi yang dihadapi dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan Matriks Analisis SWOT diatas, maka dapat diajukan beberapa alternatif strategi persaingan usaha pada industri perhotelan bintang 1 dan non bintang di Kota Bandung, yaitu:

Strategi S-O

Tabel 3. Hasil Wawancara Responden

IFAS	STRENGTH (S) 1) Pelayanan memuaskan dan Pelayanan 24 jam 2) Promosi dan iklan yang baik juga bervariasi 3) Kemudahan dalam penyewaan hotel 4) Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, lahan parkir yang aman 5) Citra hotel yang baik 6) Kebersihan Hotel yang terjaga	WEAKNESS (W) 1) Kurangnya penggunaan teknologi pada fasilitas hotel 2) Kurangnya ciri khas dari bangunan dan fasilitas yang lengkap serta unik 3) Fasilitas yang kurang lengkap 4) Pelayanan yang kurang cepat 5) Jenis sewaan kamar cenderung sama dan tidak ada perbedaan yang signifikan 6) Harga yang relatif sama
EFAS	OPPORTUNITIES (O) 1) Daya beli konsumen yang cukup baik 2) Beragam pemasok yang tidak hanya bergantung pada satu pemasok saja menjadikan daya tawar pemasok rendah 3) Adanya fenomena internet	THREATS (T) 1) Terus berkembangnya pesaing potensial yang meningkatkan persaingan 2) Peran pemerintah yang kurang memadai 3) Fasilitas yang beragam

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Alternatif S-O yang dirumuskan adalah:

1. Meningkatkan mutu dan standar kualitas pelayanan.
2. Peningkatan upaya promosi yang bervariasi diberbagai media agar lebih dikenal luas dipasaran
3. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kerjasama yang lebih baik dengan para pemasok dan menambah kuantitas pemasok
4. Meningkatkan citra hotel dalam mendapatkan *review* konsumen dan dalam penguasaan teknologi internet
5. Menerapkan kebersihan hotel dengan menggunakan teknologi
6. Meningkatkan kemudahan Penyewaan hotel menggunakan internet.

Strategi W-O

Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah:

1. Peningkatan penggunaan teknologi untuk menunjung fasilitas yang lebih modern
2. Melengkapi fasilitas yang kurang demi menunjang kebutuhan konsumen
3. Mengoptimalkan pemanfaatan internet dan teknologi untuk meningkatkan pelayanan yang cepat

Strategi S-T

Alternatif S-T yang dapat dirumuskan adalah:

1. Harga sewa yang ditawarkan harus sesuai dengan layanan dan kualitas yang ditawarkan
2. Mempertahankan kualitas pelayanan yang terbaik serta mempertahankan harga yang kompetitif dihasilkan
4. Meningkatkan kenyamanan hunian agar pelanggan mau datang lagi pada periode berikutnya.

Strategi W-T

Alternatif strategi yang dapat dirumuskan adalah:

1. Promosi diskon harga yang menarik pada momen tertentu untuk meningkatkan okupansi hunian secara berkala
2. Menjalin kerjasama dengan berbagai institusi guna

meningkatkan jumla konsumen
3. Melakukan differensiasi jasa layanan pada fasilitas dan penggunaan teknologi.

D. Kesimpulan

1. Hasil Five Force Model terlihat tingkat persaingan yang tinggi dalam pasar dengan hotel yang lain, Peluang pasar, peran pemerintah, tingkat kebutuhan terhadap produk pengganti, tempat dan harga merupakan ancaman besar. Kemudian kebutuhan modal merupakan ancaman yang rendah Persaingan promosi, daya tawar pemasok merupakan persaingan yang rendah. Sedangkan produk dan pelayanan termasuk kedalam persaingan yang sedang. Kepada instansi pemerintahan: Melakukan peninjauan kembali terkait penambahan fungsi penginapan yang ada, serta penerapan batasan harga dari setiap
2. Dari hasil analisis SWOT didapatkan yaitu: (1) meningkatkan kualitas pelayanan dengan standariasi mutu pelayanan; (2) meningkatkan promosi dengan memanfaatkan teknologi (3) meningkatkan citra hotel dalam segi review dari konsumen; (4) meningkatkan fasilitas sarana dan prasana bagi konsumen; (5) kerjasama dengan pemasok ; (6) optimalisasi pemanfaatan teknolgi dan internet dalam inovasi pelayanan; (7) menjaga loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kenyamanan hunian dan (8) kerjasama dengan institusi .
3. Maka dari itu pihak hotel perlu menerapkan strategi seperti pemberlakuan diskon secara berkala, penghematan biaya oprasional, peningkatan teknologi seperti pembuatan lift, acces kunci yang modern, pembayaran yang mudah, kemudian peningkatan system informasi

E. Saran

Kepada hotel bintang 1 dan non bintang di Kota Bandung:

1. Meningkatkan kualitas dan fasilitas agar sesuai dengan harga yang diberikan kepada konsumen
2. Melakukan peremajaan bangunan, penambahan teknologi terkini seperti *lift, acces card.*
5. Meningkatkan strategi promosi dan sistem informasi yang mudah juga lebih baik tentunya dengan menggunakan bantuan teknologi informasi atau internet usaha hotel berdasarkan klasifikasinya dan pembedaan harga yang sudah bekerja sama dengan platfom dan yang tidak bekerjasama dengan platfom

Daftar Pustaka

Abdillah, m. B., Damiri, D. M., Aulia Hakim, R. M. & Zahra, F., 2017. BUSINESS STRATEGY ANALYSIS ON SMEs BAMBOO CRAFTS. AdBispreneur, Volume 2 No 3.

Amin, A., 2017. https://www.kompasiana.com/affanamin/58da6073b492739d1ef4e646/perkembangan-perekonomian-daerah-kota-bandung?page=all. Perkembangan perekonomian daerah kota bandung.

Arsyad, L. & Kusuma, S. E., 2014. Ekonomi Industri Prndekatan Struktu, Perilaku, dan Kinera. 1 penyunt. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Basyir, A., 2014. pengaruh sector pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi.http://asyharnotes.blogspot.com/2014/11/pengaruh-sektor-pariwisata-terhadap.html, 30 november.

Dahlan, A., 2015. Pengertian Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Empirik. 01 Oktober.

Hanggara, V., 2009. (http://vickyhanggara.blog.friendster.com/2009/pengertian-tingkat hunianhotel/). Pengertian Tingkat Hunian Hotel.

Ismail, S., 2012. Manajemen Strategik. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.

Prakoso, K., 2012. Anaisis faktor-faktor eksternal pada perusahaan Nestle Indonesia dengan bantuan atau pendekatan teori ”5 kekuatan bersaing M. Porter. 01 Oktober.

Purba, J. W. P., 2017. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Pangsa Pasar Perusahaan.

Ramdhan, D. H., 2018. Analisis Beban Kerja Psikologis pada Pegawai Restoran Wingstop Dengan Metode Nasa-TLX. Jurna Pasti, Volume XII.

Suharil & Makarao, M. T., 2010. Hukum Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat di Indonesia. Bogor: Ghalia Indonesia.

Thompson, J. A., A.J, S. I. & J.E, G., 2008. Crafting and Executing Strategy.16 penyunt. Boston: Richard D. Irwin.Inc..

Trianto, B. & Sunyoto, 2017. Pengaruh Strategi Marketing Terhadap Citra Perusahaan Lorin Solo Hotel Surakarta. Ekonhomi Bisnis dan Kewirausahaan, Volume VI.

Wibowo, D. H., Arifin, Z. & Sunarti, 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. Jurnal Administrasi Bisnis(JAB), Volume 29.

Windriayaningrum, L. A., 2013. Pengaruh Tingkat Hunian Hotel, Jumlah Wisatawan, dan Jumlah Obyek Wisata Terhadap Pendapatan Sektor Pariwisata di Kab.Kudus Tahun 1981-2011. p. 25