


# Aspek Pemasaran pada Bisnis *Her Haven Guest House* di Jakarta Pusat

Kevin Gustian Yulius & Richard Wilson

Program Studi Pengelolaan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan, Jl. M.H. Thamrin Boulevard No.1100, Kelapa Dua, Tangerang Regency, Banten 15811, Indonesia

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><b>Keyword:</b>  <i>Female Accommodation, Marketing, SWOT Analysis, Porter's Five Forces.</i></p>	<p><i>This study aims to access the potential market for the establishment of Her Haven Guest House, a specialized accommodation designed for female travellers which located in Central of Jakarta. A market survey being used for the research methodology, where the author distributed the questionnaires to the targeted respondents. The study focused on the market and marketing analysis, where the author used SWOT analysis and Porter's Five Forces. SWOT analysis being used to identify the strength, weakness, opportunities, and threat, while the Porter's Five Forces being used to identify the level of competitive in accommodation industry. This analysis is conducted to understand the opportunities and the competitive that need to be encounter by Her Haven Guest House. The outcomes of this study are expected to provide insight for the market potential that Her Haven Guest House could have. Additionally, the author hoping that this study might be used as reference for the potential investor seeking to invest in specialized accommodation for female.</i></p>
<p><b>Kata Kunci:</b>            Akomodasi Khusus Wanita, Pemasaran, Analisis SWOT, Porter's Five Forces.</p>	<p><b>SARI PATI</b></p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui potensi pasar pada pembangunan Her Haven Guest House, sebagai akomodasi yang diperuntukkan khusus untuk para wisatawan wanita yang berlokasi di daerah Jakarta Pusat. Metodologi penelitian yang digunakan berupa survei pasar dimana peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang dituju. Penelitian ini berisikan analisis pasar dan pemasaran dimana peneliti menggunakan analisis SWOT dan Porter's Five Forces. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat dalam industri bisnis yang ingin dilakukan, kemudian Porter's Five Forces digunakan untuk mengetahui tingkat ancaman dalam bisnis akomodasi. Analisis ini dilakukan untuk dapat mengetahui peluang dan pesaing yang akan dihadapi oleh Her Haven Guest House. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap potensi pasar yang akan dimiliki oleh Her Haven Guest House. Selain itu, diharapkan agar penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para calon investor atau pengusaha di industri akomodasi untuk melakukan investasi terhadap bisnis akomodasi khusus wanita.</p>
<p>Corresponding author:            kevin.yulius@uph.edu</p>  <p>Copyright © 2024 by Authors,            Published by Perwira.            This is an open access article            under the CC BY-SA License</p>	

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu industri yang sangat berkaitan dengan perjalanan wisata. Industri pariwisata mencakup banyak sekali bidang-bidang didalamnya seperti transportasi, akomodasi, agen perjalanan wisata, layanan makanan dan minuman, cinderamata, dan lainnya (Lohmann & Netto, 2016). Masing-masing bidang memiliki hubungan yang sama pentingnya agar dapat menciptakan pengalaman baru bagi para wisatawan.

Akomodasi adalah salah satu bagian dari industri pariwisata yang menyediakan jasa berupa tempat tinggal sementara. Tempat tinggal sementara yang sering dijumpai oleh para wisatawan di sekitar lokasi destinasi wisata meliputi hotel, motel, *guest house*, apartemen, asrama, *boarding house*, dan lainnya. Selain menyediakan penginapan, terdapat beberapa penginapan sementara yang juga menyediakan fasilitas penunjang lainnya seperti restoran, hiburan, dan paket perjalanan wisata (O'Halloran, 2016):

**Tabel 1. Jumlah Akomodasi di Indonesia 2019-2022**

<b>Jumlah akomodasi di Indonesia</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Akomodasi bintang	3.516	3.644	3.521	3.763
Akomodasi non bintang	25.727	27.179	24.086	25.979
Total	29.243	30.823	27.607	29.742

Sumber: Kemenparekraf (2023)

Berdasarkan tabel 1, diketahui bahwa jumlah akomodasi dari tahun 2019 mencapai angka 29.243, kemudian pada tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 30.823. Di tahun 2021, pandemi COVID-19 menyebabkan industri pariwisata terkena dampak yang cukup parah sehingga membuat bidang akomodasi mengalami penurunan dimana jumlah akomodasi yang ada di Indonesia menjadi 27.607, kemudian ditahun 2022 jumlah akomodasi di Indonesia Kembali mengalami peningkatan menjadi 29.742 dimana angka tersebut sudah lebih besar dibandingkan pada tahun 2019. Hal ini menandakan bahwa industri pariwisata perlahan mulai membaik dan berdampak positif terhadap bidang akomodasi.

Akomodasi menurut Luo & Yang (2016) terbagi menjadi dua kategori yaitu akomodasi bintang dan akomodasi non bintang, akomodasi bintang merupakan akomodasi yang menyediakan pelayanan *full service*, sedangkan untuk

akomodasi non bintang adalah penginapan yang tidak terdaftar secara resmi. Di Indonesia terdapat peraturan yang mengawasi standar akomodasi yaitu Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia PM.53/HM.001/MPEK Tahun 2013 tentang Standar Usaha Hotel. Menurut peraturan yang tertera, akomodasi bintang merupakan akomodasi yang lulus uji usaha oleh Lembaga Sertifikasi Usaha bidang pariwisata, sementara untuk akomodasi yang belum lulus uji usaha dan akomodasi yang tidak terdaftar pada pemerintahan akan dikatakan sebagai akomodasi non bintang.

DKI Jakarta merupakan salah satu provinsi serta ibu kota dari negara Indonesia, DKI Jakarta memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang berpotensi, hal ini dikarenakan pertumbuhan ekonomi yang dimiliki oleh DKI Jakarta meningkat dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 triwulan ke 2. :

Tabel 2. Persentase Pertumbuhan Ekonomi DKI Jakarta

Persentase pertumbuhan	2020	2021	2022	2023 (Triwulan II)
	-2,39%	3,56%	5,01%	5,15%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan pandemi COVID-19 yang muncul di Indonesia, kemudian pada tahun 2021 ekonomi di Indonesia mulai membaik dengan angka pertumbuhan sebesar 3,56%. Kemudian pada tahun 2022 dan 2023 ekonomi di Indonesia terus meningkat sebanyak 5% pada setiap tahunnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa DKI Jakarta masih memiliki potensi yang besar untuk mendirikan suatu perusahaan.

Terdapat berbagai jenis pelaku perjalanan wisata dengan tujuan yang berbeda-beda seperti wisatawan keluarga, wisatawan budaya, wisatawan mandiri, wisatawan bisnis, dan wisatawan lainnya. Setiap jenis wisatawan memiliki berbagai pertimbangan dan kriteria yang berbeda-beda dalam menentukan suatu destinasi wisata (Pereira & Silva, 2018). Wisatawan mandiri merupakan sebutan bagi para wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sendirian, kebanyakan wisatawan mandiri adalah anak muda yang gemar melakukan eksplorasi terhadap destinasi wisata yang masih jarang dikunjungi atau diketahui para wisatawan lainnya. Biasanya wisatawan mandiri memiliki waktu yang lebih fleksibel dibandingkan dengan jenis wisatawan lainnya (Pereira & Silva, 2018). Seiring dengan perubahan tren, muncul istilah baru yaitu *solo female traveler*, istilah ini diperuntukkan untuk para wisatawan wanita yang melakukan perjalanan wisata secara mandiri tanpa

didampingi oleh teman maupun keluarga. Wisatawan wanita mandiri tidak hanya dilakukan oleh para wanita dewasa melainkan juga para wanita yang masih dalam usia remaja atau pelajar, namun tidak jarang ditemukan wisatawan wanita yang melakukan perjalanan wisata secara mandiri dengan tujuan untuk melakukan bisnis (Ghai & Chowdhri, 2022).

Kebanyakan wisatawan wanita memilih untuk melakukan perjalanan wisata secara mandiri dengan tujuan untuk menghilangkan kepenatan dan stres, mencari suasana baru, dan menambah wawasan terhadap tempat wisata yang dituju (Li, 2021). Selain bepergian sendiri, terdapat tren perjalanan wisata wanita yang bepergian secara bersama-sama atau lebih dikenal dengan sebutan *girlfriend getaway*, pasar dari *girlfriend getaway* memiliki preferensi yang berbeda dalam pilihan, perilaku, dan pertimbangan dibandingkan dengan wisatawan wanita lainnya (Lattimore et al., 2018).

Menurut Herjanto et al (2020), tindak kejahatan dan kekerasan terhadap wanita akan menimbulkan kekhawatiran terhadap suatu destinasi wisata sehingga para pelaku wisata perjalanan khususnya wanita menjadi risi untuk berkunjung. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh salah satu perusahaan asuransi wisata perjalanan yang bernama Insure My Trip, Jakarta merupakan salah satu kota yang memiliki hasil survei yang buruk, berikut adalah hasil dari survei yang didapat:.

Tabel 3. Hasil Survei Keamanan Kota Jakarta

Kota	Kekhawatiran Terhadap Serangan Berbasis Gender	Merasa Aman Saat Berjalan Sendirian Di Malam Hari	Nilai Rata-Rata
Jakarta	3,46 / 10	4,21 / 10	3,48 / 10

Sumber: Insure My Trip (2023)

Berdasarkan hasil survei di table 3, dapat dikatakan bahwa kota Jakarta merupakan salah satu kota yang tidak aman untuk dikunjungi oleh para wisatawan wanita, hal ini disebabkan dari kecilnya angka yang dihasilkan membuat para pelaku wisata perjalanan wanita menjadi khawatir terhadap keamanan dan kenyamanan pada kota Jakarta. Dengan adanya data pendukung menandakan bahwa wanita memerlukan akomodasi khusus untuk wanita. Menurut (Joshi, 2021) wisatawan wanita tidak hanya membutuhkan akomodasi yang aman tetapi juga nyaman untuk para wisatawan wanita menginap.

Berdasarkan dari data-data yang telah terkumpulkan, menunjukkan bahwa bisnis Her Haven Guest House memiliki potensi pasar yang kuat, terutama dengan penekanan terhadap keamanan dan kenyamanan wisatawan wanita. Dengan melakukan strategi analisis pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT dan *Porter's Five Forces* yang baik, menyediakan *amenities* yang berbeda dan berkualitas, dan melakukan promosi melalui media sosial tentu bisnis Her Haven Guest House akan dapat menjadi bisnis akomodasi yang baik dan memiliki dampak positif untuk bisnis akomodasi di kota Jakarta.

## METODE

Peneliti menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dimana peneliti menyebarkan survei kuesioner untuk dapat mengetahui potensi pasar, perilaku pasar, dan minat pasar terhadap Her Haven Guest House. Kemudian peneliti juga menggunakan data-data dari penelitian sebelumnya seperti publikasi pemerintah, buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan topik pembahasan agar hasil penelitian yang didapatkan akan lebih akurat. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis SWOT dimana analisis ini dilakukan untuk dapat mengetahui kekuatan,

kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan baik secara internal maupun secara eksternal (Dess et al., 2019). Analisis *Porter's Five Forces* juga digunakan oleh peneliti untuk dapat mengetahui lima jenis kekuatan yang memiliki dampak besar terhadap keberlangsungan dari suatu perusahaan (Kinicki & Williams, 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Her Haven Guest House merupakan suatu bisnis akomodasi yang diperuntukkan khusus untuk para wanita, dimana seluruh karyawan yang bekerja di area dalam Her Haven Guest House semuanya berjenis kelamin wanita. Akomodasi ini dikategorikan sebagai akomodasi non bintang dikarenakan berbentuk *guest house*. Her Haven Guest House akan berlokasi di pusat kota Jakarta tepatnya di Jalan Kalibaru Timur IV, dimana lokasi tersebut dapat dikatakan strategis dikarenakan berada di pusat kota, dekat dengan destinasi wisata, dan dapat diakses menggunakan kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi.

## Analisis SWOT

Menurut Dess et al (2019), sebelum melakukan pemasaran terhadap suatu perusahaan, diperlukan terlebih dahulu analisis terhadap bagian internal dan eksternal dari perusahaan. Analisis yang cocok untuk digunakan adalah analisis SWOT, dimana analisis ini terdiri dari kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Berikut merupakan hasil analisis yang telah dilakukan:

### a. Kekuatan

Kekuatan merupakan salah satu kondisi internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Kondisi ini bersifat positif bagi perusahaan seperti sumber daya dan produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan (Dess et al., 2019).

1. Menyediakan penginapan yang diperuntukkan khusus untuk para wisatawan wanita.
2. Mengaplikasikan desain modern minimalis terhadap bangunan dan desain interior.
3. Memberikan kualitas pelayanan yang baik.
4. Memberikan *amenities* dalam kamar dengan kualitas yang baik.

#### b. Kelemahan

Berdasarkan Dess et al (2019), kelemahan merupakan salah satu kondisi internal yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Kondisi ini berdampak buruk bagi perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap kinerja operasional perusahaan.

1. Merupakan perusahaan baru yang masih jarang diketahui oleh kalangan masyarakat.
2. Memerlukan modal yang besar untuk memulai bisnis akomodasi.
3. Merupakan perusahaan baru yang masih belum memiliki pengalaman dan pengetahuan yang cukup.

#### c. Peluang

peluang adalah salah satu kondisi eksternal yang dimiliki oleh perusahaan, kondisi ini memiliki pengaruh yang baik terhadap perusahaan (Dess et al., 2019).

1. Memiliki lokasi yang strategis sehingga pelanggan dapat dengan mudah dijangkau menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum.
2. Berkembangnya teknologi digital membuat pemasaran menjadi lebih mudah dan cepat sehingga dapat mempermudah dan mempermudah pemasaran.

#### d. Ancaman

Ancaman adalah salah satu kondisi eksternal yang dimiliki oleh perusahaan, kondisi ini memiliki pengaruh yang buruk terhadap perusahaan (Dess et al., 2019).

1. Persaingan harga dengan kompetitor yang menawarkan harga lebih murah dibanding perusahaan.

2. Calon pembeli yang sulit untuk beralih kepada produk atau perusahaan lain.

Berdasarkan hasil analisis dari SWOT yang telah ada, berikut adalah beberapa strategi yang akan dilakukan untuk dapat mencegah kemungkinan buruk yang akan dihadapi:

##### a. *Strength-Opportunities Strategies*

Berdasarkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh Her Haven Guest House, Perusahaan telah menyusun strategi untuk dapat memanfaatkan segala peluang yang dimiliki dengan cara:

1. Melakukan pemasaran terhadap akomodasi khusus wanita dengan lokasi yang strategis.
2. Memanfaatkan kualitas layanan dan perkembangan teknologi untuk menciptakan kesadaran merek.

##### b. *Weakness-Opportunities Strategies*

Berdasarkan kelemahan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan, Her Haven Guest House telah menyusun strategi yang dapat dilakukan untuk mengurangi kelemahan yang dimiliki dengan cara:

1. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan pemasaran agar nama Her Haven Guest House dapat lebih mudah dikenal.
2. Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik minat investor menaruh modal tambahan.

##### c. *Strength-Threat Strategies*

Berdasarkan kekuatan dan ancaman yang dimiliki, Her Haven Guest House telah menyusun strategi agar dapat mencegah ancaman dengan cara:

1. Memanfaatkan akomodasi khusus wanita dengan pelayanan yang

berkualitas untuk dapat bersaing dengan kompetitor.

2. Memanfaatkan *amenities* yang berbeda untuk dapat menarik konsumen dari pesaing.

d. *Weakness-Treat Strategies*

Berdasarkan kelemahan dan ancaman yang dimiliki, Her Haven Guest House telah menyusun strategi agar dapat mencegah ancaman dan kelemahan yang akan muncul dengan cara:

1. Memberikan diskon terhadap para konsumen sebesar 20% pada saat Grand Opening selama satu bulan.
2. Mempekerjakan karyawan yang berpengalaman agar dapat bersaing dengan kompetitor (Yulius et al., 2019).

**Porter's Five Forces**

Berdasarkan Kinicki & Williams (2019), dalam suatu industri terdapat lima jenis kekuatan yang dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu perusahaan, diantaranya adalah pesaing yang sudah ada, hambatan masuk ke dalam industri, hambatan pemasok, hambatan pembeli, dan produk atau jasa pengganti. Berikut merupakan hasil analisis dari *Porter's five forces* pada perusahaan Her Haven Guest House:

a. *Rivalry among existing competitors*

Dalam suatu industri, persaingan sering kali terjadi dikarenakan adanya persaingan harga, peluncuran produk baru, pertempuran iklan, dan meningkatkan layanan pelanggan. Persaingan tersebut akan berlangsung jika suatu perusahaan mulai merasakan adanya ancaman yang terjadi terhadap perusahaan (Dess et al., 2019). Berikut merupakan faktor yang dapat berpengaruh terhadap suatu perusahaan:

1. Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang sama membuat suatu perusahaan tidak memiliki perbedaan yang signifikan terhadap perusahaan lain

2. Perkembangan industri yang lambat membuat para perusahaan saling memperebutkan pasar untuk meningkatkan hasil penjualan
3. Terdapat biaya tetap yang tinggi sehingga membuat perusahaan meningkatkan kapasitas agar dapat memperkecil biaya tetap
4. Meningkatkan kapasitas dengan skala yang besar dapat mempengaruhi keseimbangan operasional suatu perusahaan
5. Kurangnya perbedaan atas produk yang ditawarkan membuat konsumen memilih suatu produk atau jasa berdasarkan harga yang ditawarkan
6. Biaya hambatan keluar yang besar dimana suatu perusahaan yang ingin keluar dari suatu industri memerlukan biaya yang tidak sedikit. Biaya tersebut biasanya berupa utang atau kompensasi terhadap mitra atas hubungan kerja sama

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dikatakan bahwa ancaman terhadap kompetitor yang sudah ada memiliki tingkat pengaruh yang rendah. Hal ini dikarenakan Her Haven Guest House memiliki perbedaan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan, selain itu dengan memikirkan strategi segmentasi, target, dan posisi pasar maka dapat lebih menarik pasar yang sesuai.

b. *Threat of new entrants*

Munculnya pesaing baru akan berdampak buruk terhadap pendapatan suatu perusahaan. Pada umumnya, pesaing baru akan memberikan potongan harga agar dapat memberikan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaingnya. Munculnya pesaing baru akan menjadi sedikit apabila sulit untuk masuk ke dalam suatu industri (Dess et al., 2019). Berikut merupakan faktor yang dapat mempengaruhi masuknya pesaing baru:

1. Skala ekonomi

Biaya produksi yang kecil akibat dari skala produksi yang besar tentu akan menjadi tantangan bagi para pesaing baru untuk dapat

bersaing secara harga. Her Haven Guest House akan memanfaatkan biaya operasional dengan baik agar mendapatkan biaya operasional yang kecil dan efisien.

## 2. Perbedaan produk dan layanan

Perusahaan yang sudah berdiri lama tentu akan memiliki pelanggan yang setia, namun hal tersebut tidak akan bertahan lama jika terdapat pesaing yang menawarkan produk yang lebih menarik. Her Haven Guest House menyediakan akomodasi khusus untuk para wisatawan wanita sehingga dapat menarik pasar wanita.

## 3. Kebutuhan modal

Banyaknya modal yang diperlukan untuk dapat masuk ke dalam suatu industri tentu akan menjadi tantangan bagi para pesaing baru. Her Haven Guest House memerlukan modal yang tidak sedikit, oleh karenanya jumlah pesaing baru yang akan masuk ke dalam industri akomodasi tidak banyak.

## 4. Biaya peralihan

Hubungan yang baik antara konsumen dan perusahaan akan membuat biaya peralihan menjadi tinggi, namun jika terdapat perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang lebih menarik tentu akan membuat konsumen ingin mencoba produk dari perusahaan yang lain. Her Haven Guest House merupakan akomodasi non bintang yang menawarkan penginapan yang berkualitas dan eksklusif untuk para wisatawan wanita sehingga dapat membuat para konsumen wanita beralih ke Her Haven Guest House.

## 5. Akses terhadap distributor

Para perusahaan yang sudah berdiri sejak lama tentu akan memiliki akses terhadap distributor yang jauh lebih lengkap dibandingkan dengan para pesaing baru, hal ini tentu dapat menjadi salah satu tantangan bagi para pendatang baru. Her Haven Guest House akan menjalin hubungan kerja sama dengan *Online Travel Agent* agar calon konsumen dapat lebih mudah melakukan reservasi.

Berdasarkan faktor-faktor di atas, dapat dikatakan bahwa ancaman terhadap pesaing baru dapat dikatakan rendah, hal ini dikarenakan Her Haven Guest House telah memikirkan strategi dan proyeksi keuangan dengan baik.

### c. *Bargaining power of suppliers*

Pemasok memiliki kekuatan untuk dapat menaikkan harga dari suatu produk atau jasa serta dapat menurunkan kualitas dari produk atau jasa yang ditawarkan (Dess et al., 2019). Berikut adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kekuatan pemasok:

1. Pemasok memiliki pesaing yang sedikit.
2. Pemasok menawarkan produk atau jasa yang berkualitas.
3. Perusahaan sangat bergantung terhadap satu pemasok.
4. Pemasok memiliki barang yang berbeda dengan pemasok lainnya.
5. Pemasok tidak bergantung terhadap satu perusahaan.

Berdasarkan faktor-faktor di atas, dapat dikatakan bahwa ancaman terhadap kekuatan pemasok berada dalam kategori moderat, hal ini dikarenakan Her Haven Guest House dapat mengurangi beberapa ancaman faktor yang ada dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan para pemasok, selain itu dengan adanya surat perjanjian tertulis maka pemasok tidak dapat bertindak semena-mena.

### d. *Bargaining power of buyers*

Pelanggan memiliki kekuatan untuk dapat menurunkan harga dari suatu produk terhadap perusahaan. Dess et al (2019) menjelaskan bahwa pelanggan dapat menurunkan harga suatu produk jika:

1. Pelanggan membeli suatu produk dalam jumlah yang besar.
2. Produk yang ditawarkan sama dengan perusahaan lainnya sehingga pelanggan dapat dengan mudah mencari perusahaan lain.

3. Pelanggan tidak terlalu memperhatikan kualitas produk atau jasa yang ditawarkan melainkan mencari harga termurah.
4. Pelanggan tidak hanya bergantung terhadap satu perusahaan sehingga dapat mencari perusahaan lain.
5. Pelanggan dengan tingkat keuntungan yang rendah akan mencari produk yang murah, sedangkan pelanggan dengan tingkat keuntungan yang tinggi tidak mementingkan biaya produk.

Berdasarkan faktor-faktor di atas, dapat dikatakan bahwa ancaman terhadap kekuatan pelanggan berada dalam kategori moderat, hal ini dikarenakan Her Haven Guest House menawarkan produk yang berbeda dengan perusahaan lainnya, namun jenis produk yang ditawarkan merupakan akomodasi non bintang.

e. *Threat of substitute product and services*

Produk pengganti merupakan suatu ancaman bagi seluruh perusahaan dalam industri mana pun, hal ini dikarenakan perusahaan lain dapat dengan mudah membuat produk atau jasa yang sama. Sehingga pelanggan dapat beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya dengan produk sejenis. Perusahaan lain yang menawarkan produk dengan kualitas yang lebih baik dan harga yang lebih terjangkau dapat menjadi ancaman bagi perusahaan (Dess et al., 2019). Sehingga faktor pengganti terhadap produk atau jasa dapat dikategorikan sebagai tinggi.

## IMPLIKASI MANAJERIAL

Berkaitan dengan Studi Kelayakan Bisnis Her Haven Guest House, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat digunakan seperti: keputusan untuk menetapkan harga akomodasi yang bersaing, memberikan pelayanan yang berkualitas, menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen, memiliki strategi pemasaran khusus untuk menarik pasar

wisatawan wanita, melakukan rekrutmen terhadap pekerja yang sudah memiliki pengalaman, memberikan pelatihan kepada karyawan secara berkala, menggunakan teknologi terbaru pada bagian reservasi dan keamanan akomodasi, berhubungan baik dengan komunitas wanita, dan memiliki program akomodasi yang berkaitan dengan wanita.

## KESIMPULAN

### Simpulan

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan hasil analisis dari SWOT dan *Porter's Five Forces* yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa bisnis Her Haven Guest House layak untuk direalisasikan, hal ini dikarenakan masih jarang ditemukan akomodasi non bintang yang dibuat khusus untuk para wanita. Selain itu, dengan adanya data yang menunjukkan bahwa kota Jakarta merupakan kota yang tidak aman bagi para wisatawan wanita membuat pembangunan dari Her Haven Guest House menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk dapat menurunkan keresahan para wisatawan wanita yang ingin melakukan perjalanan wisata ke kota Jakarta.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti ingin memberikan beberapa saran untuk para peneliti selanjutnya agar peneliti selanjutnya dapat memperoleh hasil penelitian yang lebih baik. Adapun saran yang peneliti sampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat lebih memperdalam faktor-faktor mengenai hal apa saja yang dibutuhkan oleh para wanita selama menginap.
2. Diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat memberikan waktu yang lebih dalam proses pengumpulan data sehingga data-data yang dihasilkan dapat lebih bervariasi sehingga hasil dari penelitian dapat lebih luas.



## REFERENSI

- Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Lee, S. H. (2019). *Strategic Management Text & Cases* (9th ed.). Mc Graw Hill.
- Ghai, A., & Chowdhri, S. (2022). Study On Hotel Trends Designed For Single Lady Travelers. *PUSA Journal of Hospitality and Applied Sciences*, 8(1), 47–61. <https://doi.org/10.48165/pjhas.2022.8.1.4>
- Herjanto, H., Chilicki, A., Anantamongkolkul, C., & McGuinness, E. (2020). Hotel Selection Criteria of Solo Traveling Females. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 18(2).
- Insure My Trip. (2023). *The Best Cities For Solo Female Travelers*. <https://www.insuremytrip.com/travel-advice/travel-inspiration/best-cities-solo-female-travel/>
- Joshi, M. (2021). To study women's only floor -a new changing trend in hotel industry. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management (IJSREM)*, 5(7).
- Kinicki, A., & Williams, B. K. (2019). *Management* (9th ed.). Mc Graw Hill Education.
- Lattimore, C. K., Prayag, G., & Disegna, M. (2018). Me, My Girls, and the Ideal Hotel: Segmenting Motivations of the Girlfriend Getaway Market Using Fuzzy C-Medoids for Fuzzy Data. *SAGE*, 1(19).
- Li, J. (2021). Study on Trend of Solo Female Travelers in Bangkok. *Pisco Med Publishing*, 10(5).
- Lohmann, G., & Netto, A. P. (2016). *Tourism Theory Concepts, Models and Systems* (C. Parfitt, A. Lainsbury, & S. Wilford, Eds.; 3rd ed.). CABI.
- Luo, H., & Yang, Y. (2016). Intra-metropolitan location choice of star-rated and non-rated budget hotels: The role of agglomeration economies. *International Journal of Hospitality Management*, 59, 72–83.
- O'Halloran, R. M. (2016). Accommodation. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism* (pp. 3–5). Springer Reference.
- Pereira, A., & Silva, C. (2018). Women Solo Travellers: Motivations and Experiences. *Millenium*.
- Yulius, K. G., Hezekiel, J., Hans, S., & Vivian, V. (2019). Pengaruh Pelaksanaan Program Pelatihan Kerja Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai Di Hotel Fairmont Sanur Beach Bali Bagian Room Division. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(2), 150. <https://doi.org/10.30647/jip.v24i2.1308>