

Strategi bersaing reservasi perhotelan unit usaha PT. Indotel

Luthfi Hifni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440258&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Keterbatasan pihak perhotelan dalam menjangkau potensi pasar yang lebih luas dimanfaatkan sebagai alasan utama untuk turut memasarkan unit ? unit kamar maupun Fasilitas lainnya yang dimiliki oleh tiap ? tiap hotel. Sehingga pada kondisi inilah timbul suatu jenis usaha yang menempatkan diri sebagai perantara antara produsen (hotel) dan konsumen.

INIDOTEL sebagai salah satu agen pemasaran perhotelan telah menyadari pentingnya pelayanan yang diberikan kepada konsumennya, termasuk pula ragam layanan yang ditawarkan. Tuntutan terhadap kelengkapan servis yang ditawarkan cenderung mengarah pada generalisasi pola bisnis dalam industri ini, yaitu sebagai agen perjalanan.

Namun hal ini tidak serta merta disikapi dengan melakukan perubahan sesuai tuntutan konsumen. Pihak perusahaan justru berusaha mempertahankan eksistensinya sebagai agen reservasi perhotelan murni (defence strategy). Termasuk mempertahankan ragam produk yang dimiliki, sistem operasi serta pencapaian pasar yang dituju.

Tulisan ini akan membahas sikap unit usaha INDOTEL dalam upaya mempertahankan posisinya sebagai reservasi hotel (hotel reservation), dimana pembahasan difokuskan hanya sampai pada tahap formulasi alternatif strategi pada tingkat korporasi bagi INDOTEL, dan tidak sampai pada tahap implementasi maupun pengawasan. Pokok ? pokok penting yang ditargetkan adalah:

Analisa terhadap strategi bertahan (defence strategy) yang selama ini dijalankan

Memberikan alternatif strategi bagi perusahaan

Mengembangkan kompetensi intl perusahaan

Kondisi lingkungan diluar perusahaan turut mempengaruhi kebijakan penentuan strategi yang akan diambil oleh perusahaan. Pola kecenderungan trend yang tengah terjadi maupun tekanan perubahan terhadap bisnis yang dijalani merupakan saah satu faktor yang tidak dapat dikendalikan dalam jangka pendek oleh manajemen perusahaan. Beberapa perubahan faktor lingkungan yang turut mempengaruhi diantaranya: globalisasi, ekonomi,

politik, hukum, kebijakan pemerintah. kemajuan teknologi, sosial budaya dan lingkungan hidup, keamanan. perubahan demografi, serta sumber daya manusia.

Dari analisa yang dilakukan terlihat bahwa, saat ini kondisi perusahaan telah berada dalam posisi competitive turbulence dan cenderung memasuki tahap mature pada bisnis life cycle. Sehingga diperlukan strategi khusus guna mengatasi masalah ini, seperti mengelola daya saing yang dimiliki atau bahkan bila perlu membentuk life cycle baru guna menghindari decline. Sayangnya, perubahan yang terjadi dalam lingkungan tidak diikuti dengan penyesuaian perencanaan dan penerapan strategi yang memadai / sesuai.

Manajemen perusahaan berpendapat masalah yang terjadi hanyalah pada sistem distribusi.

Pembahasan terhadap tekanan perubahan lingkungan eksternal dan disesuaikan dengan kondisi internal perusahaan, menghasilkan formulasi strategi pada tingkat korporasi terhadap kepentingan INDOTEL saat ini. Dimana formulasi strategi tersebut dipetakan dalam TOWS Matriks yang terbagi dalam empat kuadran yaitu kuadran I (Growth Strategy), kuadran II (Stability Strategy), kuadran III (Diversified Strategy) dan kuadran IV (Retrenchment Strategy).

Formulasi strategi digunakan untuk merencanakan alternatif strategi bagi perusahaan dimasa mendatang. Selanjutnya guna mengantisipasi kemungkinan kebutuhan di masa depan, digunakan metode skenario mengenai kondisi yang mungkin timbul. Termasuk pula beberapa alternatif strategi pada tingkat korporasi yang dapat digunakan dan disesuaikan dengan kondisi perusahaan. Adapun alternatif strategi yang dihasilkan adalah: Concentric Diversified Strategy dan kooperatif, Concentrated- Vertical & Horizontal Growth Strategy, Retrenchment Strategy dan kooperatif (captive company strategy, Stability Strategy (no change strategy), Stability Strategy (profit strategy).

Secara keseluruhan, analisa dan pembahasan yang dilakukan memberikan kesimpulan khusus bagi kepentingan INDOTEL yaitu:

? Strategi yang selama ini dijalankan oleh perusahaan menunjukkan bahwa penerapan strategi hanya berdasarkan kondisi situasional. Sedangkan penerapan strategi bertahan yang cenderung membatasi pengembangan usaha, baik ragam produk maupun proses operasional sangatlah tidak tepat diterapkan sebagai satu-satunya strategi bisnis.

Formulasi strategi dan alternatif strategi korporasi yang dihasilkan dalam analisa kondisi internal terhadap pengaruh eksternal, dikelompokkan dalam empat kuadran utama serta dijabarkan menjadi lima alternatif strategi dimasa depan.

? Jalur distribusi telah menjadi andalan utama yang membentuk kompetensi inti (core competence) dan ditunjang oleh 2 kekuatan utama yang menjadi keunggulan daya saing (competitive advantage) yaitu brand INDOTEL serta keuangan (dukungan dana pemegang saham).

