

Menciptakan keunggulan bersaing dalam industri perhotelan dengan strategi diferensiasi : studi kasus pada boutique hotel X

Winda Sari Zikri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20453493&lokasi=lokal>

Abstrak

Pertumbuhan sektor pariwisata selama Pelita V dan tahun pertama Pelita VI ini berkembang dengan cepat sekali. Perkembangan luar biasa yang dicapai sektor ini apat turut mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai wilayah, khususnya daerah-daerah tujuan wisata (DTW) yang banyak diminati para wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik seperti Bali, Sumatra Utara, Jakarta, dan Jawa Barat.

Pada tahun 1994 yang lalu jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia mencapai 4 juta orang dan telah berhasil melampaui Sfisaran tertinggi sebesar 3,95 juta orang dengan meraih devisa sebesar US \$ 4,6 miliar. Hingga akhir Pelita VI mendatang (1998) diperkirakan Indonesia akan mampu menjaring 6,5 juta wisatawan dengan jumlah pemasukan sedikitnya US \$8,9 miliar.

Pendapatan masyarakat kota besar di Indonesia yang semakin meningkat dan perubahan jumlah hari kerja dari 6 hari menjadi 5 hari juga turut memiliki andil dalam meningkatnya jumlah wisatawan yang mengunjungi DTW di Indonesia. Semakin besarnya golongan menengah di Indonesia, ditambah dengan kehidupan kota besar yang serba cepat dan melelahkan, menyebabkan kebutuhan akan berlibur semakin dirasa penting oleh masyarakat kota besar.

Melihat gejala ini, maka jelas peluang dalam bisnis perhotelan semakin menarik untuk digarap. Peluang tersebut, tampaknya selama ini telah diantisipasi oleh investor. Dalam dua tahun terakhir ini terlihat investasi dalam sek.1or perhotelan memperlihatkan tendensi yang semakin meningkat. Ditjen Parpostel pada periode bulan Januari hingga Februari 1995 lalu mencatat 28 perusahaan berminat membangun hotel di wilayah Indonesia dengan lokasi terbanyak di Jawa Barat, disusul DKI Jakarta, serta Jawa Timur dan Bali. Sejalan dengan semakin banyaknya hotel yang dibangun, maka intensitas persaingan dalam industri perhotelan semakin ketat dalam menjaring tamu. Untuk dapat memenangkan persaingan diperlukan konsep yang berbeda (different) dalam membangun sebuah hotel.

Dalam karya akhir ini pentilis mengetengahkan konsep Boutique Hotel yaitu hotel dengan jumlah kamar sedikit (<100) tetapi memiliki keunikan pada disain interior dan mengutamakan pelayanan yang personal untuk para tamunya sehingga mereka merasakan suasana yang lain dari hotel lainnya. Dengan mengacu pada strategi diferensiasi yang merupakan salah satu strategi generik, maka dengan konsep boutique hotel ini hotel X yang akan dibangun di daerah Pelabuhan Ratu, Jawa Barat dapat memiliki keunggulan bersaing dalam industri perhotelan.

Penelitian ini dimulai dengan pengumpulan informasi melalui metode pengisian kuesioner dan tanya jawab dengan pihak manajemen Boutique Hotel yang telah berdiri, guna memperoleh gambaran operasi dari setiap fungsi organisasi. Metode kuesioner juga digunakan terhadap konsumen dari Boutique Hotel itu sendiri untuk mendapatkan persepsi mereka tentang Boutique Hotel dan hasil kuisisioner tersebut diolah dengan menggunakan metoda Multi Dimensional Scalling (MDS) dengan software MDPREF.

Studi literatur dan pengumpulan data baik dari media cetak, komputer (CD ROM), maupun sumber data sekunder lainnya dilakukan untuk mengidentiftkasi peluang dan ancaman yang terdapat dalam industri

perhotelan ini. Setelah komponen-komponen dalam lingkungan internal maupun eksternal diidentifikasi dilakukan pembobotan terhadap komponen-komponen tersebut berdasarkan kepentingannya masing-masing dalam mencapai tujuan organisasi, dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). Metode ini akan menggambarkan posisi Boutique Hotel X didalam diagram SWOT, yang selanjutnya digunakan sebagai bahan analisis penentuan strategi yang akan dijalankan. Analisis Keuangan juga dilakukan penulis untuk melihat feasibilitas dari proyek tersebut, dengan menggunakan asumsi-asumsi yang biasa digunakan dalam menganalisis feasibilitas sebuah hotel.

Dengan jumlah kamar 30 buah berbentuk bungalow /vila yang didisain unik dan mewah, pelayanan yang personal dan fasilitas yang baik, Boutique Hotel X diharap dapat menarik konsumen dari golongan menengah ke atas dengan sewa kamar rata-rata US\$ 250 pada tahun pertama pengoperasian (1998). Investasi sebesar US\$ 6,3 juta dengan struktur pendanaan 30 : 70 dan tingkat bunga 10% pertahun., memiliki payback periode selama 5 tahun dan IRR sebesar 24%.