

Strategi bersaing apartemen hilton menghadapi persaingan dan perubahan lingkungan eksternal

Windy Bharata, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461007&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Industri properti di Indonesia pernah mengalami masa boom pada sekitar tahun 1995 - 1996. Khusus di Jakarta bilamana sampai akhir tahun 1994 sudah tersedia I terbangun secara akumulatif sebanyak 6.340 di berbagai wilayah, maka pada tahun berikutnya (1995) bertambah menjadi 14.887 unit. Ini berarti pasokan unit apartemen mengalami kenaikan sebesar 130%.

Masa perkembangan bisnis apartemen menjadi terhambat, ketika Indonesia mengalami krisis moneter. Krisis berlanjut menjadi krisis sosial ketika terjadi kerusuhan besar pada bulan Mei 1998 di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk kerusuhan etnis di Maluku, Kalimantan dan Papua. Keadaan ini tentunya membuat WNA menjadi merasa tidak aman dan sebagian besar PMA memutuskan untuk membatalkan atau menarik investasinya dari Indonesia.

Pada iklim ekonomi yang masih lesu, pangsa pasar yang tidak berkembang, maka strategi bersaing sangat menentukan kelangsungan usaha di bidang Apartemen ini. Competitive Advantage (keunggulan daya saing) harus bisa ditemukan dan dimanfaatkan untuk memperbesar pangsa pasar. Analisa Internal seperti analisa SWOT, dan Analisa Industri menjadi hal yang harus dilakukan agar dihasilkan masukan untuk menentukan kebijakan perusahaan.

Dalam tthesis ini dibahas bagaimana kondisi persangan bisnis apartemen dan bagaimana apartemen Hilton menempatkan posisinya. Sdanjutnya untuk menghadapi persaingan yang sangat ketat terse but strategi apa yang sebaiknya dilakukan oleh apartemen Hilton