

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta sejak dahulu sudah terkenal akan kota pariwisata setelah pulau Bali, disamping tempat-tempat atau bangunan-bangunan yang memiliki nilai sejarah dan budaya yang tinggi. Di samping itu juga sebagai kota pelajar. Dalam dunia bisnis di Indonesia sekarang ini, sektor pariwisata memegang peranan penting. Hal ini dapat dilihat karena pariwisata dapat memberikan devisa bagi negara. Dengan dibangun hotel-hotel merupakan sarana pendukung dalam menunjang sektor pariwisata.

Dalam menentukan strategi bersaing perusahaan mengetahui keadaan perusahaan secara menyeluruh yaitu posisi bisnis yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahannya strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungan bisnisnya. Aspek utama di lingkungan bisnis adalah industri-industri perusahaan bersaing karena penentuan strategi bagi perusahaan belum tentu sesuai bagi perusahaan lain, meskipun dalam bidang yang sejenis. Apabila perusahaan kurang memahami lingkungan bisnis maka dapat dikawatirkan perusahaan akan tidak mampu menghadapi situasi, baik yang terjadi dalam perusahaan maupun yang terjadi di luar perusahaan. Dengan langkah ini dapat diharapkan manajemen perusahaan akan memiliki gambaran yang lebih jelas dalam menyiapkan strategi bisnis yang diperlukan untuk mengantisipasi implikasi

... memahami lingkungan bisnis maka setiap perusahaan

harus mempunyai strategi bersaing yang efektif guna menghadapi para pesaingnya.

Ketika kekuatan perusahaan melebihi kelemahan-kelemahan yang dimiliki maka perusahaan akan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Perusahaan juga harus mampu mencari peluang bisnis dan ancaman bisnis yang dihadapinya. Dengan demikian keberhasilan dan kegagalan di suatu bisnis sangat ditentukan oleh kualitas strategi yang dibuat dan harus mampu memanfaatkan peluang bisnis yang ada serta mampu bersaing dengan perusahaan pesaing.

Strategi menurut Chandler (1962) : Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Untuk menghadapi para pesaing, maka diperlukan strategi-strategi pemasaran tertentu.

Dewasa ini banyak sekali bermunculan usaha-usaha sejenis yang mengakibatkan semakin tajamnya persaingan antar perusahaan sebagai penuntut para pihak yang berkompetenn di bidang usahanya, untuk lebih berpikir ekstra keras agar dapat mempertahankan eksistensinya sebagai sebuah perusahaan dan mengembangkan usahanya.

Agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan tersebut harus mempunyai misi dan tujuan yang jelas, sehingga perusahaan akan dapat berhasil dalam kegiatan usaha dan dapat bersaing dalam mengikuti perkembangan teknologi yang semakin berkembang. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya tidak terlepas dari strategi bersaing yang efektif karena strategi yang efektif dan efisien dalam perusahaan

mendorong terciptanya tujuan perusahaan jangka panjang / perusahaan jangka pendek.

Dalam beberapa tahun ini industri perhotelan di Indonesia khususnya Yogyakarta mengalami banyak kemunduran, terutama tingkat hunian kamar. Apalagi dengan adanya kasus di Bali, pariwisata mancanegara yang datang mengalami penurunan. Hal ini dapat terjadi karena memang situasi negara Indonesia sedang banyak mengalami perubahan (reformasi), namun hal ini tidak membuat penurunan investor untuk menanamkan modalnya pada sektor industri ini yang mengakibatkan persaingan diantara hotel-hotel semakin meningkat. Para pengusaha biasanya mengantisipasi dengan meningkatkan jasa infrastuktur; seperti penambahan fasilitas baru, akomodasi bagi pelatihan bagi karyawan. Ada beberapa alasan mengapa perusahaan mengambil langkah dalam menentukan strategi pemasaran. Beberapa alasan tersebut karena didorong oleh semakin kuatnya peluang persaingan dari usaha sejenis dalam merebut pangsa pasar yang ada.

Perkembangan pembangunan akomodasi hotel ini akan semakin mempermudah para pariwisata dalam memilih hotel sesuai dengan selera dan keinginan konsumen. Dalam penentuan strategi pemasaran perusahaan harus mampu memandang jauh kedepan tentang perkembangan lingkungan yang ada dan memanfaatkan kesempatan dari luar dan dalam perusahaan semaksimal mungkin agar dapat bersaing dengan jasa-jasa perhotelan lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS STRATEGI BERSAING PADA**

PERKEMBANGAN JASA-JASA HOTEL HOTEL YOGYAKARTA”

B. Batasan Masalah

Agar permasalahan dalam penelitian ini tidak terlalu luas maka penelitian ini akan memberikan batasan penelitian sebagai berikut :

1. Obyek yang diteliti adalah Quality Hotel Yogyakarta merupakan jasa perhotelan.
2. Lingkungan internal yang meliputi :
 - a. Pangsa pasar
 - b. Sumber Daya Manusia
 - c. Harga
 - d. Pelayanan (*service*)
 - e. Promosi & pemasaran
 - f. Lokasi perusahaan
3. Lingkungan eksternal yang meliputi :
 - a. Pertumbuhan pasar
 - b. Daya beli konsumen
 - c. Struktur persaingan
 - d. Kondisi politik nasional
 - e. Depresiasi mata uang asing
 - f. Kebijakan pemerintah
 - g. Penduduk
4. Untuk mengetahui posisi bisnis analisis yang digunakan adalah MDTI (Matrik Daya Tarik Industri) dan analisis SWOT.
5. Pesaing utama dari Quality Hotel adalah Hotel Inna Garuda yang merupakan hotel berbintang empat.
6. Membatasi penelitian ini hanya untuk menentukan posisi dan strategi bisnis perusahaan jasa Quality Hotel dari tahun 2005 – 2008 mendatang dan produk

C. Rumusan Masalah

Strategi merupakan suatu rencana dan tindakan yang dinamis atau berubah-ubah secara keseluruhan. Pokok masalah dalam penelitian ini adalah strategi apa yang tepat digunakan Quality Hotel dalam menghadapi persaingan ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui posisi bisnis dan strategi yang dijalankan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan
2. Untuk mengetahui dan menentukan alternatif strategi yang tepat untuk diterapkan Quality Hotel dalam menghadapi persaingan

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan berfikir dan belajar tentang pemasaran pada umumnya, strategi pemasaran khususnya dengan membandingkan aspek teoritis dan aspek praktis dalam ilmu manajemen.

2. Bagi Quality Hotel Yogyakarta

Sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam pengambilan keputusan, penentuan persaingan untuk mengetahui peluang dan prospek hotel Quality secara potensial.

3. Bagi akademik

Dari bahasan ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu ekonomi manajemen bidang pemasaran perusahaan.