

BAB 4

KESIMPULAN, REKOMENDASI DAN IMPLIKASI

4.1 Kesimpulan

Berikut ini merupakan kesimpulan yang didapatkan untuk menjawab pertanyaan pada identifikasi masalah dalam penelitian ini :

1. Bigland Sentul Hotel & Convention selama ini menerapkan strategi *Best Cost Provider*. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya, pihak hotel mengungkapkan bahwa Bigland Sentul Hotel & Convention menetapkan harga jual yang kompetitif, dimana harga tersebut tidak terlalu murah namun tidak terlalu mahal, yang diikuti dengan adanya peningkatan kualitas produk dan layanan sesuai standar internasional, sehingga dapat memberikan pelanggan nilai yang lebih besar daripada biaya yang mereka keluarkan. Selain itu, penerapan *Best Cost Provider* ini dibuktikan dengan adanya berbagai program promo menarik yang berbeda-beda setiap bulannya, adanya fasilitas unik seperti *rooftop swimming pool*, adanya pemberian hampers hari raya, adanya pemberian kue ulang tahun kepada pelanggan, dan adanya layanan *All You Can Eat* dengan harga murah yang jarang tersedia di hotel lain.
2. Strategi *Best Cost Provider* yang diterapkan Bigland Sentul Hotel & Convention selama ini dapat dikatakan efektif. Hal tersebut dibuktikan dengan berbagai pencapaiannya selama menggunakan strategi ini. Bigland Sentul Hotel & Convention dapat bertahan ditengah persaingan industri perhotelan

selama kurang lebih 6 tahun, dan mampu bertahan ditengah masa pandemic meskipun penjualannya pada tahun 2020 mengalami penurunan. Efektivitas penerapan strategi perusahaan pada tahun 2020 tidak sepenuhnya dapat dilihat dari volume penjualan, terlebih lagi pada penelitian ini belum diperoleh data penjualan tahun 2021. Maka dari itu, efektivitas tersebut dilihat dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan perusahaan pada tahun 2020 – 2021. Pada tahun tersebut perusahaan masih memperoleh pendapatan diluar penjualan kamar hotel, sehingga dapat menutupi kerugiannya pada saat awal pandemi. Bigland Sentul Hotel & Convention juga memperoleh respon pasar yang positif, hal tersebut terlihat dari rating yang cukup tinggi yaitu 4,1/5 pada aplikasi Tiket.com dan 8,6/10 pada aplikasi Traveloka. Pada masa pandemi ini agar strateginya dapat berjalan dengan lebih efektif maka perlu dilakukan peningkatan dan perbaikan yang sesuai dengan kondisi perusahaan.

4.2 Rekomendasi

Berikut ini merupakan rekomendasi yang dapat diberikan kepada Bigland Sentul Hotel & Convention berdasarkan hasil penelitian :

1. Meningkatkan fasilitas dan pelayanan dengan memaksimalkan penggunaan teknologi dan untuk dapat melakukan inovasi yang dapat menarik pelanggan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan untuk meningkatkan *switching cost*. Inovasi tersebut dapat dilakukan dengan menyediakan layanan *check in* otomatis dan kunci virtual, karena proses *check in* ini memerlukan waktu yang tidak sebentar. Selain itu, perusahaan juga dapat menggunakan teknologi untuk

membantu melakukan pembersihan hotel. Rekomendasi ini didasarkan pada protokol kesehatan yang ketat dari pemerintah, dan masyarakat saat ini menginginkan segala hal yang praktis. Oleh karena itu, kedua layanan tersebut akan membantu pelanggan untuk mengurangi kontak fisik dan mempercepat proses pelayanan sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya.

2. Meningkatkan pemasaran dengan memaksimalkan penggunaan pemasaran digital dan penggunaan *public figure* yang lebih efektif dengan mengikuti perkembangan pemasaran yang sedang diminati oleh masyarakat, serta membuat konten pemasaran yang adaptable. Perusahaan dapat membentuk *marketing intelligence* untuk dapat memperoleh informasi mengenai produk dan promosi yang sedang dilakukan oleh pesaing, sehingga dapat membuat promo yang lebih menarik daripada pesaing. Tidak hanya itu, perusahaan juga dapat mengikuti pameran yang berhubungan dengan perhotelan, liburan atau pariwisata untuk dapat menjangkau pelanggan dengan lebih luas. Rekomendasi ini didasarkan pada sumber daya manusia di departemen ini ada beberapa yang tidak terlalu menguasai digitalisasi.
3. Meningkatkan pelatihan karyawan untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dan lebih mengesankan dari sebelumnya. Hal ini dapat dilakukan melalui kerjasama dengan berbagai pusat pelatihan dan pengembangan yang dapat meningkatkan kualitas SDM. Rekomendasi ini didasarkan pada permasalahan sumber daya manusianya, dimana perusahaan menyatakan bahwa sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan saat ini belum mencukupi kebutuhannya, sehingga saat ini perusahaan menerapkan

sistem shift dan menggunakan tenaga kerja tidak tetap. Oleh karena itu, perusahaan dapat lebih meningkatkan pelatihan karyawannya, sehingga para karyawan dapat lebih menguasai pekerjaannya bahkan dapat menguasai pekerjaan lainnya sehingga dapat semakin produktif. Pada masa pandemi ini akan lebih baik untuk tidak menambah pekerja terlebih dahulu, karena biaya pengelolaan hotel sendiri sudah cukup tinggi.

4. Memperbaiki keluhan-keluhan pelanggan, salah satunya memperbaiki cita rasa makanan dan menambah varian menu dengan membuat menu baru yang unik dan tidak dimiliki hotel lain sehingga dapat menarik perhatian pelanggan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meminta chef hotel untuk melakukan eksplorasi, melihat referensi, dan melakukan modifikasi menu, atau perusahaan juga dapat melakukan kerjasama dengan chef dari sekolah kuliner untuk meningkatkan cita rasa dan varian makanannya. Rekomendasi ini didasarkan pada keluhan dari pelanggan yang disampaikan secara langsung ataupun melalui aplikasi pemesanan online.

4.3 Implikasi

Berdasarkan kesimpulan dan rekomendasi di atas, jika strategi *Best Cost Provider* ini dipertahankan tentunya akan memberi pengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan karena fokus strategi ini adalah pemberian yang lebih besar daripada harga yang dibayarkan konsumen. Berikut ini merupakan implikasi dari penerapan strategi ini :

1. Bigland Sentul Hotel & Convention dapat lebih meningkatkan kepercayaan konsumen dengan adanya berbagai perbaikan dan peningkatan. Tidak hanya itu, dengan adanya *feedback* membangun yang diberikan oleh para pelanggan, Bigland Sentul Hotel & Convention dapat memperbaiki kualitas dan meningkatkan nilai perusahaannya sehingga dapat memberikan kesan yang lebih baik. Dengan kondisi tersebut, Bigland Sentul Hotel & Convention dapat semakin mempererat hubungannya dengan para pelanggan sehingga loyalitas pelanggan dapat meningkat.
2. Meningkatkan pendapatan perusahaan, peningkatan ini didukung dengan adanya kehadiran pelanggan-pelanggan baru, peningkatan loyalitas pelanggan lama, dan bertambahnya ikatan kerjasama dengan berbagai instansi pemerintahan serta perusahaan swasta dalam menyediakan layanan hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Asdemir, O., Fernando, G. D., & Tripathy, A. (2013). Market Perception Of Firm Strategy. *Managerial Finance*, 39(2), 90-115.
- Badan Pusat Statistik. (2020, Juli 3). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia 2019*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2020/07/03/4206448bd185bf883b73d414/statistik-hotel-dan-akomodasi-lainnya-di-indonesia-2019.html>
- Badan Pusat Statistik. (2021, Juni 30). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia 2020*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2021/06/30/f82e59c5b5ede42bf72caf1e5/statistik-hotel-dan-akomodasi-lainnya-di-indonesia-2020.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. (2020, April 27). *Kabupaten Bogor Dalam Angka 2020*. Retrieved from <https://bogorkab.bps.go.id/publication/2020/04/27/801a42dcb801f39f4e20910d/kabupaten-bogor-dalam-angka-2020.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2021, Februari 26). *Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2021*. Retrieved from <https://jabar.bps.go.id/publication/2021/02/26/4d3f7ec6c519dda0b9785d45/provinsi-jawa-barat-dalam-angka-2021.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (n.d.). *Jumlah Hotel Bintang Menurut Kabupaten/Kota 2017-2019*. Retrieved from <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/207/1/jumlah-hotel-bintang-menurut-kabupaten-kota.html>
- Bordean, Ovidiu-Niculae, Borza, Anca & Glaser-Segura, Daniel. (2011). A Comparative Approach Of The Generic Strategies Within The Hotel Industry: Romania Vs. USA. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, 6(4), 501-514.
- David, Fred R. (2011). *Strategic Management*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Dirgantoro. (2004). *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Gramedia.
- Gibson, James L., Ivancevich, J. M., Donnelly, Jr., & Konopaske, R. (2012). *Organizations: Behaviour, Structure, Processes, 14th ed*. New York: McGraw-Hill.
- Heilman, Savannah C. & Kennedy-Phillips, Lance. (2011). Making Assessment Easier with the Organizational Effectiveness Model. *15(6)*, 29-32.

- Insidelombok.id. (2019, November 21). *BPS NTB: Tamu Menginap di Hotel 1,5 Juta Orang Hingga September*. Retrieved from <https://insidelombok.id/pariwisatabudaya/bps-ntb-tamu-menginap-di-hotel-15-juta-orang-hingga-September/>
- Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia. (2021, Februari 2). *Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang 2019 vs 2020*. Retrieved from <https://kemenparekraf.go.id/statistik-akomodasi/Tingkat-Penghunian-Kamar-Hotel-Bintang-Tahun-2020>
- Kotler, Philip & Keller, Kevin L. (2012). *Marketing Management 14th ed.* New Jersey: Pearson Education Inc.
- Mahmudi. (2005). *Manajemen Keuangan Daerah*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Matovic, Ivana Marinovic. (2020). *Pestel Analysis of External Environment as a Success Factor of Startup Business*. Belgrade: Addiko Bank AD.
- Porter, Michael E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques For Analyzing Industries And Competitors With A New Introduction*. New York: Free Press.
- Prajogo, Daniel I. (2007). The Relationship Between Competitive Strategies And Product Quality. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), 69-83.
- Robbins, Stephen P. & Coulter, Mary K. (2012). *Management, 11th ed.* New Jersey: Pearson Education inc.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta1.
- Thompson, Arthur A., Peteraf, Margaret A., Gamble, John E. & Strickland, A.J. (2009). *Crafting & Executing Strategy 17th ed.* New York: McGraw Hill LLC.
- Wheelen, T. L. & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management And Business Policy: Toward Global Sustainability, 13th ed.* New Jersey: Pearson Education Inc.

