

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah keberhasilan perusahaan dalam melakukan strategi adaptasi dalam menghadapi COVID-19 dengan cara:

- a. Berfokus untuk tetap bertahan dengan cara melakukan pemotongan biaya untuk penghematan serta pengurangan karyawan.
- b. Menggunakan sistem *online* dalam melakukan kegiatan perusahaan.
- c. Mencari sumber penghasilan baru dengan membentuk anak perusahaan bernama PT. Oikos Perkasa yang menjual peralatan medis seperti masker, hand sanitizer, tisu hingga jasa test PCR dan Antigen.
- d. Membuat inovasi yaitu menawarkan paket travel yang sudah termasuk karantina.

Adapun dampak dari keberhasilan strategi adaptasi PT. Astrindo Satrya Kharisma adalah peningkatan *sales performance* pada tahun 2020 dan 2021 sebesar 220% hingga 280% jika dibandingkan dengan tahun pandemi yaitu 2019. Kenaikan *sales performance* mengakibatkan terjadinya *profit* yang meningkat.

Selain itu, faktor yang mempengaruhi pembuatan strategi adaptasi yang

digunakan oleh PT. Astrindo Satrya Kharisma adalah penurunan *profit* secara drastis dan adanya perubahan dari pemerintah yang sering berganti sesuai dengan kondisi pandemi COVID-19 seperti lockdown, PSBB, serta PPKM.

4.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi perusahaan antara lain:

- a. Mengeksplorasi sistem *online* maupun *hybrid*, sehingga tidak terbatas hanya digunakan saat rapat. Seperti menggunakan program berbasis *online* (Monday.com, Google Slide, Google Sheet) untuk membuat dan mengawasi kegiatan perusahaan sehingga kinerja karyawan tetap terjaga walau dilakukan secara *online*.
- b. Melakukan pendekatan baru terhadap konsumen dalam kegiatan pemasarannya dengan cara mencoba *digital marketing* melalui *social media*. Contoh *platform* yang dapat digunakan adalah *Instagram*, *TikTok* dan *FacebookAds*.
- c. Melakukan pengelolaan sumber dana dari perusahaan baru yang didirikan agar perusahaan baru tersebut mampu bertahan jangka panjang. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat inovasi yang menyesuaikan terhadap kondisi pasca pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, F. N., & Widiyanto, N. (2021). Pandemi covid-19 Dan Adaptasi Pelaku Pariwisata di Dataran tinggi dieng. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, 15(01).
<https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v15i01.152>
- Aji, R. R., Pramono, R. W. D., & Rahmi, D. H. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Wilayah Di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Planoearth*, 3(2), 57. <https://doi.org/10.31764/jpe.v3i2.600>
- Badan Pusat Statistik. (2020). Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Desember 2019. *Berita Resmi Statistik*, 13, 1–16.
- Bahri, S., dan Zamzam, H. F. (2015). *Model penelitian kuantitatif berbasis SEM-Amos*. Deepublish.
- Bhutta, K.S. and Huq, F. (1999), “Benchmarking best practices: an integrated approach”, *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 6 No. 3, pp. 254-268.
- Camp, R.C. (1989), *Benchmarking: The Search for Industry Best Practices That Lead to Superior Performance*, Quality Press/ASQC, Milwaukee, WI.
- Corbett, L.M. (1998), “Benchmarking manufacturing performance in Australia and New Zealand”, *Benchmarking for Quality Management & Technology*, Vol. 5 No. 4, pp. 271-282.
- Eads, A. (2022, June). *Strategic adaptability: Definition, benefits and tips / indeed.com*. Strategic Adaptation: Definitions, Benefits, and Tips.

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/strategic-adaptability>.

Elmuti, D. and Kathawala, Y. (1997), “An overview of benchmarking process: a tool for continuous improvement and competitive advantage”, *Benchmarking for Quality Management & Technology*, Vol. 4 No. 4, pp. 229-243.

Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press.

Fenitra, R. M., Abbas, A., Ekowati, D., & Suhairidi, F. (2022). Strategic intent and strategic leadership: A review perspective for post-covid-19 tourism and Hospitality Industry Recovery. *The Emerald Handbook of Destination Recovery in Tourism and Hospitality*, 23–44. <https://doi.org/10.1108/978-1-80262-073-320221003>.

Fong, S.W., Cheng, E.W.L. and Ho, D.C.K. (1998), “Benchmarking: a general reading for management practitioners”, *Management Decisions*, MCB University Press, Bingley, pp. 407-418.

Freytag, P.V. and Hollensen, S. (2001), “The process of benchmarking, benchlearning and benchaction”, *The TQM Magazine*, Vol. 13 No. 1, pp. 25-33.

Hakim, L. N. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 4(2), 165-172.

Hinton, M., Francis, G. and Holloway, J. (2000), “Best practice benchmarking in the UK”, *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 7 No. 1, pp. 52-61.

- Jain, R., Rathore, A.P.S. and Yadav, O.P. (2008), “The propagation of benchmarking concepts in Indian manufacturing industry”, *Benchmarking: An international Journal*, Vol. 15 No. 1, pp. 101-117.
- Jarrar, Y.F. and Zairi, M. (2001), “Future trends in benchmarking for competitive advantage: a global survey”, *Total Quality Management*, Vol. 12 Nos 7/8, pp. 906-912.
- Jurevicius, O. (2021, November 11). *Benchmarking: The ultimate guide - SM insight*. Strategic Management Insight. Retrieved March 19, 2022, from <https://strategicmanagementinsight.com/tools/benchmarking/>
- Kemenparekraf. (2020). Rencana Strategis Kemenparekraf 2020 - 2024. Kemenparekraf, 1–136.
- Nagai, H., & Kurahashi, S. (2022). Measures to prevent and control the spread of novel coronavirus disease (COVID-19) infection in tourism locations. *SICE Journal of Control, Measurement, and System Integration*, 15(2), 1–12.
- Nizar, M. A. (2015). Tourism Effect on Economic Growth in Indonesia. Munich Personal RePEc Archive (MPRA), 7(65628), 1–25. <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/65628>.
- Panwar, A., Nepal, B., Jain, R., & Prakash Yadav, O. (2013). Implementation of benchmarking concepts in Indian automobile industry – an empirical study. *Benchmarking: An International Journal*, 20(6), 777–804. <https://doi.org/10.1108/bij-03-2012-0015>
- period. *Sustainability*, 13(12), 1–19.

- Ridlo, U. (2023). *Metode Penelitian Studi Kasus: Teori dan Praktik*. Publica Indonesia Utama.
- Schindehutte, M., & Morris, M. H. (2001). Understanding strategic adaptation in small firms. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 7(3), 84–107. <https://doi.org/10.1108/eum0000000005532>
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman. M. Z., Nasiruddin, M., Aziz, A., Abu, M. H., Halili, N. A., & Azuddin, M. A. (2020). Matterport : Virtual Tour as A New Marketing Approach in Real Estate Business During Pandemic. 502(Imdes), 1–6.
- Surwiyanta. A. (2003). Dampak pengembangan pariwisata terhadap kehidupan budaya dan ekonomi. In *Media Wisata* (Vol. 2, Issue 1, pp. 33–42).
- UNWTO (2022). Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. Retrieved from <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (accessed 6 June 2022).
- Utami, M. O., Yarmunida, M., & Fryanti, Y. E. (2022). Strategi Adaptasi Biro tour and travel Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Perusahaan tour and travel Haji Dan Umrah pt aqm Kota Bengkulu). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.1991>

Varzaru, A. A., Bocean, C. G., & Cazacu, M. (2021). Rethinking tourism industry in pandemic COVID-19.