

ABSTRAK

*Evaluasi Strategi Bersaing Dalam
Bisnis Perhotelan Di Masa Krisis Moneter
Studi Kasus pada Radisson Yogya Plaza Hotel*

MUMPUNI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2000

Penelitian ini ingin menjawab dua permasalahan pokok, yaitu (1) apakah dilakukan perubahan strategi bersaing ketika terjadi krisis moneter (2) apakah strategi bersaing yang dijalankan ketika terjadi krisis moneter efektif.

Penelitian dilaksanakan di Radisson Yogya Plaza Hotel, Jl. Gejayan, Complex Colombo Yogyakarta 55281 – Indonesia. Hotel berbintang empat ini dikelola oleh 2 perusahaan yaitu Salim Goup dan PT. Adichandra Gahawisata. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, dokumentasi dan kuesioner, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan kuantitatif.

Untuk menjawab permasalahan yang pertama dilakukan analisis kualitatif. Analisis kualitatif ini dilakukan dengan cara : (1) mengidentifikasi strategi generik yang dijalankan perusahaan sebelum dan ketika krisis beserta risiko-risikonya (2) menganalisis kuesioner yang telah dijawab oleh Hotel Radisson sehingga dapat diketahui ada / tidaknya perubahan pada masa krisis moneter maupun ketika krisis moneter. Untuk menjawab permasalahan yang kedua dilakukan dengan cara : melihat perbedaan rata-rata tingkat hunian kamar sebelum dan ketika krisis moneter dengan menggunakan uji statistik untuk uji perbedaan berpasangan.

Kesimpulan yang diperoleh adalah (1) Radisson Yogya Plaza Hotel tidak melakukan perubahan strategi baik sebelum maupun ketika krisis melainkan menggabungkan 2 strategi sekaligus yaitu : Strategi keunggulan biaya menyeluruh dan strategi diferensiasi. (2) Strategi bersaing yang dijalankan oleh Hotel Radisson itu efektif karena tidak terdapat perbedaan dalam rata-rata hitung jumlah tingkat hunian kamar baik sebelum maupun ketika krisis, hal ini bisa dilihat dari nilai tersebut 1,331744 berada antara $-2,013$ dan $+2,013$ dengan taraf nyata $0,05$ sehingga memberikan bukti bahwa baik sebelum maupun ketika krisis rata-rata jumlah tingkat hunian kamar sama-sama tinggi.

ABSTRACT

*Competitive Strategic Evaluation in
Hotel Business in Monetary Crisis Era
Case Study at Radisson Yogya Plaza Hotel*

MUMPUNI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2000

This research wants to answer two main problems, they are (1) Competitive strategic changes done when monetary crisis happened, (2) Competitive strategic effective when monetary crisis happened.

The research held at Radisson Yogya Plaza Hotel, Jl. Gejayan, Complex Colombo Yogyakarta 55281 – Indonesia. This four star hotel is managed by two companies, they are Salim Group and PT. Adi Chandra Gahawisata. The technique of collected data is used by interview, documentation and questioner, where as technique of analysed data is qualitative analyzed technique and quantitative.

To answer the first problem is used qualitative analysis. Qualitative analysis is done by : (1) identify generic strategy which is managed by company before and at the time of crisis included the risks. (2) The analyze is answered by RadissonHotel, so can be found whether there is a changing or no at monetary crisis era and when monetary crisis happened. The second problem is looking at the difference of the average of room residence level before and at the time of monetary crisis by using statistical test for pairs difference test.

The conclusions are (1) Radisson Yogya Hotel do not make the strategic changes before or when the crisis but combine two strategies; they are: the whole speciality costs strategy and difference strategy. (2) Competitive strategy which is done by Radisson Hotel is effective because there is no differences in the total costing average of residence room level before or when the crisis happened, these can be seen from the points 1,331744 come between $-2,013$ and $+2,013$ with the significant level $0,05$ so give the prove that before or at the time of crisis the total average of residence room level have the same height.