



ABSTRAK TESIS

Nomor Mahasiswa : 2010011847

Nama Mahasiswa : Eva Trianawati

Program/Angkatan : MME / XLVIII

Judul Tesis : **Strategi Bisnis Hotel Treva International Tahun 2012-2016**

Pokok Permasalahan:

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi bisnis hotel Treva International 2012-2016 seiring dengan perkembangan perekonomian Indonesia yang semakin membaik dan menunjang perkembangan industri perhotelan. Hotel Treva Internasional merupakan salah satu hotel bintang tiga yang terletak kawasan Menteng Jakarta Pusat memiliki visi “menjadi hotel bintang tiga terbaik dengan standar bintang empat pada segmen pasar MICE (*meeting, incentives, conference and exhibitions*) yang memberikan laba dan *return* investasi di atas rata-rata industri perhotelan di Indonesia pada tahun 2016”.

Guna mencapai visi tersebut diperlukan strategi yang tepat. Untuk itu penelitian ini menggunakan analisa Eksternal berupa analisis lingkungan makro dan lingkungan industri, analisis Internal menggunakan analisis fungsional, analisis SWOT, penentuan sasaran, analisis/ review visi, misi dan penyusunan rencana implementasi. Berdasarkan hasil penelitian, strategi bisnis hotel Treva International 2012-2016 adalah strategi pertumbuhan melalui penetrasi pasar (Ansoff), adapun berdasarkan strategi generik Porter berupa strategi keunggulan biaya untuk pasar yang luas yang meliputi:

Melakukan promosi dengan menekankan keunggulan (terkait kelengkapan fasilitas dan tarif yang bersaing) untuk menghadapi jasa substitusi dan pendatang baru; Meningkatkan kinerja pemasaran dan pemanfaatan teknologi guna mempertahankan *market share* yang ada saat ini; Melakukan perubahan, perbaikan dan inovasi dengan memanfaatkan kedekatan hubungan dengan pemasok serta perkembangan teknologi informasi; Memanfaatkan fasilitas yang lebih lengkap untuk memberikan rasa kenyamanan guna mengatasi perang tarif; Melakukan inovasi produk-produk baru

secara kreatif dan variatif secara berkesinambungan untuk mencegah/ mengurangi tergerusnya pasar akibat ancaman produk/ jasa substitusi dan pendatang baru; Meninjau kembali *policy*/ aturan manajemen mengenai *special rate* agar lebih fleksibel dan profesional guna mengatasi perang tarif; Memanfaatkan hubungan baik dengan pemasok untuk melakukan perbaikan baik eksterior hotel maupun pemanfaatan Teknologi Informasi; Meningkatkan kinerja pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi; Melakukan peningkatan kapabilitas karyawan dengan program pelatihan dan pengembangan, sehingga meningkatkan pelayanan terhadap para tamu hotel dan memberikan *service excellent* bagi para tamu serta perbaikan eksterior hotel untuk mengurangi ancaman produk substitusi dan pendatang baru; Melakukan penyesuaian teknologi secara bertahap dibarengi dengan pelatihan karyawan untuk memperkecil tekanan perang tarif.

Tag : Strategi Bisnis, Hotel, Analisis Lingkungan Makro, Analisis Lingkungan Industri, Analisis Fungsional, Strategi Pertumbuhan, Matriks Produk-Pasar (Ansoff), Penetrasi Pasar, Strategi Generik (Porter), Pasar Luas Keunggulan Biaya