

DAFTAR ISI

	Halaman
DEWAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PERUSAHAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
RINGKASAN (<i>ABSTRACT</i>)	vii
i	
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
v	
DAFTAR GAMBAR	x
v	
DAFTAR LAMPIRAN	x
vi	
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1

1.2. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah	10
1.3. Perumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
1.6. Obyek Penelitian	13
1.7. Sistematika Penulisan	13
BAB 2. LANDASAN TEORI	15
2.1. Bisnis Perhotelan	15
2.1.1. Dfinisi Hotel	15
2.1.2. Penggolongan Kelas Hotel	16
2.2. Strategi	18
2.3. Manajemen Strategi	19
2.4. Hirarki Strategi	22
2.5. Organisasi dan Lingkungan	23
2.6. Pengamatan Lingkungan Eksternal	24
2.6.1. Lingkungan Sosial	25
2.6.2. Lingkungan Industri	25
2.7. Pengamatan Lingkungan Internal	28
2.7.1. Struktur	29
2.7.2. Budaya	30
2.7.3. Pemasaran	31
2.7.4. Keuangan	32
2.7.5. Penelitian dan Pengembangan	32
2.7.6. Operasi	32
2.7.7. Sumber Daya Manusia	33
2.8. Matriks EFAS dan IFAS	33
2.9. Analisis SWOT	34
2.10. Matriks TOWS	35
2.11. Strategi Bisnis	39
2.12. Strategi Pertumbuhan (<i>Growth Strategy</i>)	40

BAB 3. METODE PENELITIAN	43
3.1. Kerangka Penelitian	43
3.2. Metodologi Penelitian	43
3.2.1. Sumber Data	44
3.2.2. Metode Pengumpulan Data	44
3.2.3. Metode Analisis Data	47
BAB 4. ANALISIS EKSTERNAL	53
4.1. Kondisi Lingkungan Makro	53
4.1.1. Kondisi Politik dan Keamanan	53
4.1.2. Perekonomian Indonesia	54
4.1.3. Pengembangan Infrastruktur dan Teknologi	55
4.1.4. Sosial dan Budaya Masyarakat	55
4.2. Kondisi Lingkungan Industri	57
4.2.1. Industri Perhotelan	57
4.2.2. Pendatang Baru Bisnis Perhotelan	66
4.2.3. Pesaing Hotel Treva International	68
4.2.4. Daya Tawar Pemasok	71
4.2.5. Daya Tawar Pelanggan	71
4.2.6. Produk Substitusi	72
4.3. Peluang dan Ancaman	73
BAB 5. ANALISIS INTERNAL	76
5.1. Gambaran Umum Perusahaan	76
5.2. Misi, Visi dan <i>Value</i> Perusahaan	78
5.3. Struktur Organisasi Hotel Treva International	80
5.4. Tingkat Hunian Hotel Treva International	81
5.5. Manajemen Perusahaan	86
5.6. Sistem Informasi dan Komunikasi	86
5.7. Kondisi Keuangan	87
5.8. Manajemen Sumber Daya Manusia	95

5.9. Analisis Terhadap Faktor Strategik Internal	98
5.9.1. Fasilitas	98
5.9.2. Departemen <i>Food and Beverage</i>	98
5.9.3. Arsitektur Hotel	99
5.9.4. Tarif Sewa	99
5.9.5. Tata Kelola Hotel	100
5.9.6. Penggunaan Teknologi	101
5.9.7. Pemasaran	101
BAB 6. PERUMUSAN SASARAN, PENETAPAN STRATEGI DAN	
RENCANA IMPLEMENTASI	104
6.1. Faktor-Faktor Strategik	104
6.1.1. Faktor-faktor Strategik Eksternal	104
6.1.2. Faktor-faktor Strategik Internal	106
6.2. Evaluasi Misi, Visi dan <i>Value</i> Perusahaan	107
6.3. Perumusan Sasaran	111
6.4. Alternatif Strategi dan Matriks TOWS	113
6.5. Strategi Generik	117
6.6. Kriteria Pemilihan Strategi	122
6.7. Strategi Bisnis Hotel Treva International 2012-2016	123
6.8. Rencana Implementasi	126
6.8.1. Pemasaran	126
6.8.2. Sarana dan Prasarana	128
6.8.3. Peningkatan Kapabilitas Karyawan	129
BAB 7. KESIMPULAN DAN SARAN	131
7.1. Kesimpulan	131
7.2. Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Realisasi Pendapatan dan Target Pendapatan Hotel Treva International Tahun 2007-2016	6
Tabel 3.1. Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data	46
Tabel 4.1. Kunjungan Wisatawan Ke Jakarta	64
Tabel 4.2. Hotel dan Tingkat Hunian di Sekitar Hotel Treva International	69
Tabel 4.3. Peluang dan Ancaman Hotel Treva International	74
Tabel 5.1. Tingkat Hunian Hotel Treva International Tahun 2005–2011	82
Tabel 5.2. Market Segment Hotel Treva International Tahun 2007-2011	84
Tabel 5.3. Laporan Keuangan Hotel Treva International	88
Tabel 5.4. Karakteristik Sumber Daya Manusia	95
Tabel 5.5. Masa Kerja Karyawan Hotel Treva International Tahun 2011	96

Tabel 5.6. Kekuatan dan Kelemahan Hotel Treva International	102
Tabel 6.1. Faktor-faktor Strategik Eksternal	105
Tabel 6.2. Faktor-faktor Strategik Internal	107
Tabel 6.3. Sasaran Hotel Treva International 2012-2016	111
Tabel 6.4. Matriks TOWS	116
Tabel 6.5. Pemilihan Strategi Bisnis Hotel Treva International	124
Tabel 6.6. Rencana Implementasi Strategi Bisnis Hotel Treva International Tahun 2012 – 2016	130

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Realisasi Pendapatan dan Target Pendapatan Hotel Treva International Tahun 2007 - 2016	7
Gambar 2.1. Model Dasar Dari Proses Manajemen Strategik	20
Gambar 2.2. Konsep Dasar Manajemen Strategis (Wheelen <i>and</i> Hunger, 2006)	21
Gambar 2.3. Organisasi dan Lingkungan	23
Gambar 2.4. Matriks TOWS	38
Gambar 2.5. Strategi Bersaing Generik Porter	40
Gambar 2.6. Matriks Produk-Pasar (Ansoff, 1957)	41
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran Penulisan Tesis	43
Gambar 5.1. Struktur Organisasi Hotel Treva International	81
Gambar 5.2. Prosentase Kamar yang Terisi Selama Tahun 2005 – 2011	83

Gambar 5.3. Segmen Pasar Hotel Treva International	85
Gambar 5.4. Perkembangan Pendapatan Hotel Treva Tahun 2005-2011	89
Gambar 5.5. Perkembangan Komposisi Pendapatan Tahun 2005-2011	90
Gambar 5.6. Komposisi Rata-rata Pendapatan Lainnya Tahun 2005-2011 ...	91
Gambar 5.7. Perkembangan Biaya Pengeluaran Hotel Treva Tahun 2005- 2011	92
Gambar 5.8. Perkembangan Komposisi Biaya Langsung Tahun 2005-2011 ...	93
Gambar 5.9. Komposisi Rata-rata Biaya Lain-Lain Tahun 2005-2011	94
Gambar 5.10. Komposisi Biaya Tidak Langsung Tahun 2005-2011	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penentuan Bobot Faktor Strategik Eksternal dengan cara *Paired Comparison*.

Lampiran 2. Penentuan Bobot Faktor Strategik Internal dengan cara *Paired Comparison*.