

**ANALISIS RANCANGAN STRATEGI DIFERENSI
PADA JASA PERHOTELAN
(STUDI KASUS PADA HOEL SENSE BANDUNG)**

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



Nama : Bayu Hariyanto Putera

Nim : 43106110171

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Bayu Hariyanto Putera

NIM : 43106110-171

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, Pebruari 2010

Bayu Hariyanto Putera
43106110-171

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bayu Hariyanto Putera
NIM : 43106110-171
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Rancangan Strategi Diferensiasi Pada Jasa Perhotelan
(Studi Kasus Pada Hotel Sensa Bandung)
Tanggal Lulus Ujian : 23 Februari 2010

Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
(Daru Asih, SE., M.Si)
MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dra. Yuli Harwani R, MM)

(Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Analisis Rancangan Strategi Diferensiasi Pada Jasa Perhotelan
(Studi Kasus Pada Hotel Sensa Bandung)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :
Bayu Hariyanto Putera
43106110-171

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada Tanggal 23 Pebruari 2010

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/ Pembimbing Skripsi

(Daru Asih, SE., M.Si)

Anggota Dewan Penguji

(Tafiprios, SE., MM)

Anggota Dewan Penguji

(Hesti Maheswari, SE., MSi)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Wa Syukurillah, sembah sujud dan puji syukur yang tiada henti penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas izin dan kebesaran-Nya yang selalu mengiringi setiap tahap kehidupan. Limpahan karunia itu penulis rasakan lagi dengan terselesaikannya Skripsi yang berjudul **Analisis Rancangan Strategi Diferensiasi Pada Jasa Perhotelan (Studi Kasus di Hotel Sensa Bandung)**.

Skripsi merupakan salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Selama penulisan ini penulis tidak mampu hanya bersandar pada kemampuan kapasitas pribadi. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada :

1. Dra. Yuli Harwani, M.M, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, Jakarta
2. H. Arief Bowo Prayoga Kasmu SE. M.M, sebagai Ketua Jurusan Program Studi Manajemen – S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana, Jakarta
3. Daru Asih SE. M.Si, selaku pembimbing skripsi yang telah membantu penulis dalam mengolah fakta menjadi dinamika penulisan yang lengkap
4. Seluruh Civitas Akademik Kelas Karyawan, Program Studi Manajemen, Universitas Mercu Buana, Jakarta
5. Kedua orang tua, atas segala bentuk do'a dan dukungannya

6. Seluruh jajaran Direksi PT Karya Abadi Samarga atas segenap kesempatan yang diberikan kepada penulis.
7. Seluruh staff dan karyawan PT Karya Abadi Samarga atas segala bentuk kerjasama yang begitu kooperatif.
8. Seluruh jajaran Manajemen Hotel Sensa Bandung atas kesempatan yang diberikan kepada penulis.
9. Seluruh staff dan karyawan Manajemen Hotel Sensa Bandung atas segala bentuk kerjasamanya.

Selanjutnya rasa terimakasih tidak lupa penulis sampaikan kepada :

10. Keluarga H. Kusmayatna Kusumahdinata, atas dorongan semangat dan kepercayaannya kepada penulis
11. Diane Fatmawati Kusmayatna, untuk segala keikhlasan dan pengertiannya

Semoga Allah SWT memberikan barokah-Nya dan melipat gandakan dari apa yang telah di berikan kepada penulis. *Jazakumullah'khairran katsirra...*

Harapan penulis semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memperkaya ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya, dan bagi seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana, Jakarta pada umumnya.

Jakarta, Pebruari 2010

Penulis,

Bayu Hariyanto Putera

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1. Konsep Manajemen Pemasaran	9
2.1.1. Kebijakan Produk.....	10
2.1.2. Kebijakan Harga	11
2.1.3. Kebijakan Distribusi.	12
2.1.4. Kebijakan Promosi.....	14

2.2. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.1. Fungsi Pertukaran	16
2.2.2. Fungsi Distribusi Fisik.....	16
2.2.3. Fungsi Perantara.....	16
2.3. Strategi Pemasaran.....	17
2.3.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran	18
2.3.2. Strategi Untuk Setiap Posisi Bisnis.....	22
2.4. Perencanaan Strategik Dalam Pemasaran.....	29
2.4.1. Tahap Tanpa Perencanaan	29
2.4.2. Tahap Sistem Penganggaran.....	29
2.4.3. Tahap Perencanaan Tahunan	30
2.4.4. Tahap Perencanaan Strategis	31
2.5. Strategi Diferensiasi	35
2.5.1. Pilihan Kualitas	37
2.5.2. <i>Brand Awareness</i>	39
2.5.3. <i>Brand Asosiasi</i>	40
2.5.4. Orientasi Pelanggan	41
2.5.5. Kesetiaan Konsumen pada Merk	41
2.5.6. Perluasan Produk	43
2.5.7. Sifat Pelayanan.....	45
2.5.8. Keunggulan Teknologi.....	45
2.5.9. Saluran Distribusi.....	46
2.5.10. Perluasan Lini Produk.....	46
2.6. Segmentasi Pasar	47
2.7. Pendekatan Analisis Kualitatif.....	52
2.7.1. Pengertian Metode Kualitatif.....	52
2.7.2. Kegunaan Metode Kualitatif.....	61
2.7.3. Kompetensi Peneliti Kualitatif.....	63
2.8. Kerangka Pemikiran.....	64

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	70
3.1. Kajian Objek Penelitian	70
3.1.1. Sejarah Perusahaan	71
3.1.2. Lokasi Perusahaan	72
3.1.3. Struktur Organisasi.	72
3.1.4. Sistem Karyawan	73
3.2. Desain Penelitian	75
3.3. Variable dan Skala Pengukuran	77
3.4. Instrumen dan Sumber Data.....	78
3.5. Teknik Pengambilan Sampling.....	79
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	81
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data Metode Wawancara.....	82
3.6.2. Teknik Pengumpulan Data Metode Dokumentasi.....	84
3.6.3. Teknik Pengumpulan Data Metode Triangulasi.....	84
3.7. Analisis Data.....	86
3.6.1. Data Reduksi.....	87
3.6.2. Data <i>Display</i> (Penyajian Data).....	87
3.6.3. <i>Conclusion Drawing/Verification</i>	88
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	89
4.1. Hasil Analisa.....	89
4.1.1. Hasil Analisa Metode Observasi.....	90
4.1.2. Hasil Analisa Metode Teknik Wawancara	91
4.1.3. Hasil Analisa Metode Teknik Dokumentasi	95
4.2. Pembahasan.....	95
4.2.1. Mendefinisikan Visi dan Misi Perusahaan	98
4.2.2. Audit Eksternal dan Internal	100
4.2.3. Menterjemaahkan Visi dan Misi ke dalam Tujuan Strategi Perusahaan.....	102
4.2.4. Formulasi Strategi Diferensiasi Untuk Mencapai Tujuan Perusahaan	104
4.2.5. Implementasi Strategi	127

4.2.6. Evaluasi.....	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	134
5.1. Kesimpulan	134
5.2. Saran	135
DAFTAR PUSTAKA.....	136
LAMPIRAN.....	138



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perkiraan Perkembangan Wisatawan di Kota Bandung	2
Tabel 2.1 Strategi Untuk setiap Posisi Bisnis	23
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif	55
Tabel 4.1 Hasil Pengamatan Teknik Observasi di Hotel Sensa Bandung	90
Tabel 4.2 Hasil Pengamatan Teknik Wawancara di Hotel Sensa Bandung.....	92
Tabel 4.3 Rancangan Visi dan Misi Pada Hotel Sensa Bandung.....	99
Tabel 4.4 Rancangan Analisis SWOT Hotel Sensa Bandung.....	101
Tabel 4.5 Rancangan Tujuan Strategik Perusahaan.....	103



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Kerja (Tahapan Perancangan Strategi Hotel Sensa Bandung).....	69
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Hotel Sensa Bandung.....	74
Gambar 3.2. Desain Penelitian Kualitatif	76
Gambar 3.3. Instrumen Penelitian Kualitatif	79
Gambar 3.4. Teknik Snowball Sampling.....	80
Gambar 3.5. Teknik Pengumpulan Data Metode Penelitian Kualitatif	82
Gambar 3.6. Teknik Pengumpulan Data Metode Wawancara.....	83
Gambar 3.7. Teknik Pengumpulan Data Metode Dokumentasi	84
Gambar 3.8. Teknik Pengumpulan Data Metode Triangulasi	85
Gambar 3.9. Analisis Data Dalam Metode Penelitian Kualitatif.....	86
Gambar 4.1. Ilustrasi : Reduksi Data, Data Display dan Verification.....	97
Gambar 4.2. Rancangan Strategi Diferensiasi Hotel Sensa Bandung.....	106
Gambar 4.3. Strategi Diferensiasi Produk Hotel Sensa Bandung.....	107
Gambar 4.4. Rancangan Strategi Diferensiasi Personil Hotel Sensa Bandung.....	111
Gambar 4.5. Konsep <i>Knowledge Management</i>	114
Gambar 4.6. Rancangan Strategi Diferensiasi Saluran Hotel Sensa Bandung.....	121
Gambar 4.7. Rancangan Strategi Diferensiasi Citra Hotel Sensa Bandung.....	125

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Terbuka.....	138
Lampiran 2. Fact Sheet Hotel Sensa Bandung.....	140
Lampiran 3. Hotel Sensa Bandung	142
Lampiran 4. Contoh Material Promosi	146



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kondisi sebenarnya (*existing*) yang ada di perusahaan, ditinjau dari konteks strategi diferensiasi di Hotel Sensa Bandung. Bagaimana rancangan strategi diferensiasi yang akan diterapkan di Hotel Sensa Bandung.

Pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Dalam penelitian kualitatif dapat di ambil teknik pengambilan sampling dengan *non probability sampling menggunakan Snowball Sampling*.

Berdasarkan pengamatan secara parsitipatif, wawancara mendalam dan teknik dokumentasi, didapatkan kondisi eksisting perusahaan sebagai berikut : Manajemen Hotel Sensa ingin menerapkan strategi kompetitif yang mengedepankan keunikan pada produk/ jasa yang ditawarkan. Namun demikian, Hotel Sensa belum memiliki rancangan strategi diferensiasi yang terstruktur. Sehingga selanjutnya akan dibuat rancangan strategi diferensiasi pada jasa pemasaran Hotel Sensa Bandung.

Tahapan yang dilakukan untuk menghasilkan strategi diferensiasi adalah sebagai berikut : mendefinisikan visi dan misi, mengaudit kondisi eksternal dan internal perusahaan, menterjemahkan visi dan misi ke dalam tujuan strategik, memformulasikan strategi untuk mencapai tujuan, implementasi dari rancangan strategi serta evaluasi. Strategi diferensiasi yang diterapkan di Hotel Sensa Bandung adalah Strategi diferensiasi produk, diferensiasi personil, diferensiasi citra dan diferensiasi saluran.

Kata kunci: jasa pemasaran, strategi diferensiasi, diferensiasi produk, diferensiasi personil, diferensiasi citra, diferensiasi saluran