

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan penelitian, G.H. Universal dapat dikatakan mencapai *competitive advantage*, namun hanya menjalankan strategi diferensiasi melalui fitur produk, *full-service*, lokasi, inovasi jasa, periklanan kreatif, *innovative positioning* dan *intensive promotion*, dimana hal-hal tersebut memunculkan biaya tinggi. Keadaan tersebut mengakibatkan G.H. Universal tidak mampu menjalankan strategi *low-cost* sehingga *competitive advantage* tidak sepenuhnya tercapai. Oleh karena itu, posisi G.H. Universal masih rentan terhadap pendatang baru yang lebih unggul dalam *competitive advantage* yang masuk ke dalam industri persaingan.

Ketidakmampuan G.H. Universal untuk menjalankan strategi *low-cost* juga tidak sesuai dengan konsep *Blue Ocean Strategy* karena *alignment* antara diferensiasi dengan *low-cost* menghasilkan inovasi nilai yang memberikan lompatan nilai bagi perusahaan dan konsumen. Dalam hal ini, G.H. Universal masih berada di dalam konsep persaingan generik yang ditunjukkan oleh Porter, yang memungkinkan posisinya sama dengan hotel bintang yang selevel dan terus berada di dalam area *Red Ocean*.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Akademik

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, G.H. Universal disarankan untuk melakukan evaluasi agar dapat menjalankan strategi diferensiasi dan *low-cost* untuk mencapai *competitive advantage*. Perbaikan langkah strategis ini juga dilakukan agar sesuai dengan konsep *Blue Ocean Strategy* yang memiliki tujuan menghilangkan adanya *trade-off* antara *diferensiasi* dan *low-cost* untuk mencapai *sustainable growth and performance*. Untuk menjalankan strategi *low-cost*, G.H. Universal disarankan untuk mengidentifikasi biaya yang dapat dikurangi dan dihilangkan.

Untuk penciptaan ruang *market* baru, G.H. Universal disarankan untuk mengenal dan menggali *market* mancanegara selain menjaga konsumen domestik. Untuk segi harga, G.H. Universal dapat menentukan *special rate* dan meninggalkan *price war* tanpa *downgrade* ke level bintang empat atau tiga. *Special rate* tersebut disarankan mencakup nilai yang diinginkan konsumen di luar kompetisi generik. Hal ini diharapkan dapat memperbaiki tingkat okupansi G.H. Universal. Dengan terkoreksinya tingkat okupansi, G.H. Universal diharapkan dapat menjalankan strategi *low-cost* sekaligus menjalankan strategi diferensiasi.

6.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian menggunakan konsep *Blue Ocean Strategy* masih sangat jarang dan terbatas, khususnya pada industri perhotelan sehingga penelitian selanjutnya

diharapkan dapat lebih spesifik dan mendalam. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan *mix methods* untuk mempertajam hasil penelitian tentang *strategic entrepreneurship* pada industri perhotelan dengan konsep *Blue Ocean Strategy* yang menghasilkan lompatan nilai bagi perusahaan maupun konsumen.

