

STRATEGIC AGILITY DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF

PERUSAHAAN : STUDI KASUS PT. ALODIA TOUR INDONESIA

Tesis

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S-2

Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh:

Muhamad Charis Syaifudin Husain

(21/485076/PEK/27556)

Kepada:

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2024

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Strategic Agility* PT. Alodia Tour Indonesia dalam membangun keunggulan kompetitifnya. Industri pariwisata mengalami perubahan yang dinamis dan cepat, sehingga perusahaan pariwisata harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. *Strategic Agility* adalah kemampuan perusahaan untuk secara cepat dan efektif merespons perubahan lingkungan bisnisnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci di PT. Alodia Tour Indonesia dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Alodia Tour Indonesia memiliki *strategic agility* yang tinggi. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan perusahaan untuk: (i) Mengidentifikasi dan memahami perubahan lingkungan bisnis dengan cepat. (ii) Mengembangkan strategi baru untuk merespons perubahan tersebut. (iii) Menerapkan strategi baru dengan cepat dan efektif. (iv) Belajar dari pengalaman dan meningkatkan kinerja.

Strategic Agility PT. Alodia Tour Indonesia telah membantu perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitifnya. Hal ini dibuktikan dengan Peningkatan pangsa pasar, Peningkatan profitabilitas, Peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan beberapa implikasi bagi teori dan praktik manajemen. Pertama, penelitian ini menunjukkan bahwa *strategic agility* adalah faktor penting bagi perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitifnya di industri yang dinamis, sebagaimana yang dianalisis dengan SWOT maupun *Porter's Five Forces*. Kedua, penelitian ini memberikan kerangka kerja untuk memahami dan menilai *Strategic Agility* perusahaan. Ketiga, penelitian ini memberikan saran bagi perusahaan untuk meningkatkan *Strategic Agility* mereka.

Kata kunci: *Strategic Agility*, SWOT, *Porter's Five Forces*, keunggulan kompetitif, industri pariwisata, PT. Alodia Tour Indonesia.

ABSTRACT

This research aims to analyze Strategic Agility PT. Alodia Tour Indonesia in building its competitive advantage. The tourism industry is experiencing dynamic and rapid changes, so tourism companies must have the ability to adapt to these changes. Strategic Agility is a company's ability to quickly and effectively respond to changes in its business environment.

This research uses a qualitative approach. Data was collected through in-depth interviews with key informants at PT. Alodia Tour Indonesia and document analysis. The research results show that PT. Alodia Tour Indonesia has strategic agility tall one. This is proven by the company's ability to: (i) Identify and understand changes in the business environment quickly. (ii) Develop new strategies to respond to these changes. (iii) Implement new strategies quickly and effectively. (iv) Learn from experience and improve performance.

Strategic Agility PT. Alodia Tour Indonesia has helped companies to build their competitive advantages. This is proven by increasing market share, increasing profitability, increasing customer satisfaction. This research provides several implications for management theory and practice. First, this research shows that strategic agility is an important factor for companies to build their competitive advantage in a dynamic industry, as analyzed using SWOT and Porter's Five Forces. Second, this research provides a framework for understanding and assessing Strategic Agility company. Third, this research provides suggestions for companies to improve Strategic Agility they.

Kata kunci: Strategic Agility, SWOT, Porter's Five Forces, competitive advantage, tourism industry, PT. Alodia Tour Indonesia