



INTISARI

Kawasan wisata Ancol merupakan market leader di bidang industri wisata. Ditengah-tengah persaingan industri wisata yang semakin ketat dimana semakin banyak munculnya pemain-pemain baru dan juga diperketat dengan alternatif berekreasi lainnya, PT TIJA harus bisa tetap tumbuh berkelanjutan agar tidak kembali mengalami masa-masa suram seperti pada periode tahun 2000-2005.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi yang dilakukan oleh PT TIJA dalam meningkatkan kinerja perusahaannya hingga bisa bangkit kembali dari keterpurukannya, dan juga mengevaluasi strategi perusahaan dalam mencapai keunggulan bersaing yang terus berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan analisis *Five Forces* dari Porter dalam melihat tingkat persaingan industri wisata, dan *Key Performance Indicators* (KPIs) yang ditentukan oleh PT TIJA untuk melihat tingkat keberhasilan kinerja perusahaan.

Dari hasil analisis penulis dapat disimpulkan bahwa dalam perjalanan menuju Ancol *Spectacular*, untuk tahapan pertama yaitu Ancol *Reborn* (2006–2008), secara umum perusahaan sudah bisa mencapai apa yang ditargetkan pada tahapan tersebut. Dari segi jumlah pengunjung dan laba bersih tiap tahun mengalami peningkatan. Namun program-program yang telah dicanangkan pada tahapan tersebut tidak dijalankan secara penuh karena pengukuran masih kurang diperhatikan. Target-target yang ditetapkan lebih fokus pada pengukuran keuangan dan jumlah pengunjung. PT TIJA belum memiliki pengukuran kinerja secara menyeluruh seperti pada pengukuran *balance scorecard*.

Agar kawasan wisata Ancol tetap mempunyai daya saing yang terus tumbuh berkelanjutan, selain selalu melakukan inovasi, PT TIJA mengandalkan pada *core competence* yang dimilikinya yaitu sebagai kawasan wisata terpadu di ibu kota yang mempunyai panorama pantai yang indah. Sebagai *market leader* pada industri wisata, pengelola tidak khawatir dengan pemain-pemain lama dan pemain-pemain baru di industri wisata termasuk dengan pemain global. Namun demikian meskipun Ancol bertahan sebagai market leader, PT TIJA harus senantiasa melihat lingkungan eksternal yang secara dinamis terus berubah.

Kata kunci: *market leader*, daya saing terus tumbuh berkelanjutan, kinerja perusahaan, analisis *five Porter*, *core competence*

ABSTRACT

Ancol tour region is the market leader in the field of tourism industry. Competition amidst the growing tourism industry where the more stringent the emergence of new players and also be tightened with other recreation alternatives. PT TIJA must be fixed so as not to grow sustainable return bleak times like the period 2000-2005.

The purpose of this study is to identify strategies by PT TIJA in improving company performance so PT TIJA can bounce back from dropping, and also evaluate the company's strategy to achieve competitive advantage that continuously.

This study uses analysis of Porter's Five Forces look at the level of competition in the travel industry, and Key Performance Indicators (KPIs) which is determined by the PT TIJA to see how successfully the company's performance.

From the author of the analysis results can be concluded that the way to Ancol Spectacular, for the first stage of Ancol Reborn (2006-2008), in general the company was able to achieve what is targeted at those stages. In terms of the number of visitors and net income increased each year. But the programs have been implemented at this stage is not implemented fully due to the measurement is still less attention. Targets set more focus on financial measures and the number of visitors. PT TIJA not have a comprehensive performance measurement as the measurement of balance scorecard.

In order Ancol tour region still has the competitive advantage that continues to grow sustainable, beside always to innovate, PT TIJA rely on it has core competence that is as integrated tourist areas in the capital which has a beautiful beach view. As a market leader in the travel industry, the company are not concerned with old players and new players in the tourism industry, including with the global players. However, despite Ancol survive as the market leader, PT TIJA should always look at the external environment is changing dynamically.

Keywords: *market leader, sustaining competitive advantage, company performance, five Porter analysis, core competence*