

INTISARI

Analisis strategi diferensiasi yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa tipe strategi diferensiasi yang diterapkan oleh Kapal Garden Hotel (KGH) berdasarkan lima tipe strategi kompetitif Thomson, et al, (2018). Sebagai bahan pendukung, pada penelitian ini dilakukan analisis segmen konsumen, analisis faktor-faktor pendorong diferensiasi, dan juga analisis kesenjangan persepsi. Analisis kesenjangan persepsi dilakukan guna mengetahui apakah terjadi kesenjangan persepsi antara pihak manajemen dan konsumen KGH terhadap diferensiasi yang terdapat pada perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang mana pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner. Instrumen kuisioner didapatkan dari fitur-fitur pembeda tipe strategi Thomson, et. al. (2018), segmentasi pada industri pariwisata menurut Bowie, et al (2016), dan juga faktor-faktor pendorong diferensiasi yang dianalisis menggunakan alat analisis rantai nilai. Adapun analisis kesenjangan persepsi yang dilakukan dengan membandingkan prosentase hasil pemetaan persepsi konsumen dan pemetaan kelompok strategis perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa KGH memiliki kecenderungan dalam penerapan tipe strategi difensiasi secara luas (*broad differentiation strategy*). Hal tersebut didukung oleh hasil analisis konsumen KGH yang cenderung menargetkan konsumen hotel bintang 3 secara luas. Selain itu, KGH melakukan diferensiasi pada produknya untuk ditujukan pada konsumen hotel bintang 3 bukan konsumen spesifik dari ceruk tertentu. Sedangkan pada hasil analisis kesenjangan persepsi ditemukan bahwa terjadi kesenjangan persepsi diferensiasi antara pihak manajemen KGH dan konsumennya.

Kata kunci: Strategi Diferensiasi, Faktor-faktor Pendorong Diferensiasi, Analisis Rantai Nilai, Analisis Kesenjangan, Peta Persepsi Konsumen, Peta Kelompok Strategis.

ABSTRACT

The differentiation strategy analysis carried out in this study aims to find out what types of differentiation strategies are applied by Kapal Garden Hotel (KGH) based on Thomson's, et al. (2018) five types of competitive strategies. As supporting material, an analysis of consumer segments, analysis of the factors driving differentiation, and also gap analysis is carried out in this study. The gap analysis is used to determine whether there is any differentiation perception gap the between the management and KGH consumers found in the company.

This research is a descriptive quantitative study in which data collection is obtained from the distribution of questionnaires. The questionnaire instruments were obtained from the distinguishing features of Thomson's, et. al. (2018) strategy types, segmentation in the tourism industry according to Bowie, et al (2016), and also the differentiation driving factors are analyzed using a value chain analysis tool. The perception gap analysis is done by comparing the percentage of the results of consumer perception mapping and corporate strategic group mapping.

The results of this study indicate that KGH has a tendency to apply broad differentiation strategy types. This is supported by the results of the KGH consumer analysis which tends to target 3-star hotel consumers widely. In addition, KGH differentiates its products to target 3-star hotel consumers rather than specific consumers of certain niches. Whereas the results of the perception gap analysis found that there was a perception gap between the management and KGH consumers.

Keywords: *Differentiation Strategy, Differentiation Driving Factors, Value Chain Analysis, Gap Analysis, Consumer Perception Maps, Strategic Group Maps.*