

Analisis sistem pengendalian manajemen dalam meningkatkan daya saing

Alya Elfira Fernanda^{1*}, Karina Yuliani², Budi Utomo³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri, Salatiga.

*Email: alyael.as.febi@gmail.com

Abstrak

Sistem pengendalian manajemen merupakan cara mengontrol kinerja perusahaan. Dasar dari terciptanya keseimbangan dan kesesuaian untuk mencapai keefektifan serta keefisienan agar mencapai keuntungan maksimal bagi perusahaan. Dalam pengendalian manajemen tidak hanya mengatasi masalah dari dalam perusahaan itu sendiri tetapi juga dari luar misalnya daya saing. Dengan daya saing yang tinggi perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan operasinya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana sistem pengendalian manajemen serta strategi pemasarannya yang diterapkan pada perhotelan di daerah Solo untuk meningkatkan daya saingnya. Menggunakan metode kualitatif deskriptif peneliti mengetahui bahwa pengendalian manajemen terjadi dengan baik di hotel daerah Solo. Memberi fasilitas yang lengkap, memberi harga yang kompetitif dan menerapkan Dynamic Rate, memberikan pelayanan prima, membuat promo-promo dan paket menginap, membuat iklan banner, Sales Call, mengikuti Event untuk promosi, serta bekerja sama dengan Online Travel Agent berarti hotel telah menerapkan pengendalian manajemen dengan baik khususnya dalam hal pemasaran untuk mempertahankan daya saing hotel di daerah Solo. Adanya strategi tersebut menjadikan hotel dapat memenangkan persaingan pasar dari kompetitor lainnya.

Kata Kunci: Sistem pengendalian manajemen; daya saing; hotel

Management control system analysis in improving competitiveness

Abstract

The Management Control System is a procedure of controlling the company's performance. The basis for stability and suitability to achieve effectiveness and efficiency resulting in the company can achieve maximum profit. In the Controlling Management isn't only deal with internal problems of the company but also external problem, such as competitiveness with other company. The company's high competitiveness can keep going on its operation. The purpose of this research is to find out the management control system and applied marketing strategy for hotels in the Solo City to increase its competitiveness. By using descriptive qualitative method, researchers know that management control occurs well in Solo city hotels. Provide complete facilities, set a competitive price and dynamic rate, provide excellent service, fer promos and stay packages, make an ad, sales call, follow the event promotion, and cooperaited with online travel agent means tha the hotel has implemented good management control, especially in terms of marketing, which aims to keep going on the competitiveness of the hotel. With this strategy, the hotel can take the market competition from the other competitors.

Keywords: *Management control system; competitiveness; hotel*

PENDAHULUAN

Pendahuluan Setiap perusahaan pasti ingin sumber daya yang dimilikinya digunakan secara efektif dan efisien. Untuk mewujudkan efektif dan efisien tersebut, sebuah perusahaan memerlukan sebuah alat untuk mengimplementasikan yang istilah lainnya menerapkan strategi perusahaan agar tujuannya dapat tercapai yang disebut dengan Sistem Pengendalian Manajemen. Sistem Pengendalian Manajemen dapat menjadi alat untuk memotivasi kinerja anggota organisasi suatu perusahaan sekaligus membatasi keterlampauan yang membuat kinerja menjadi tidak efisien lagi.

Pengendalian Manajemen sangat penting diterapkan dalam suatu perusahaan, karena dalam dunia usaha banyak sekali masalah yang harus dihadapi. Masalah tersebut adalah masalah yang timbul dari internal perusahaan itu sendiri maupun masalah yang timbul dari luar atau eksternal. Salah satu masalah eksternal perusahaan adalah daya saing. Mempertahankan daya saing merupakan faktor penting untuk mempertahankan jalan perusahaan.

Setiap perusahaan pasti mempunyai setidaknya satu pesaing dalam lingkup usaha yang dijalankan, tak luput juga dalam bidang pariwisata khususnya perhotelan. dalam suatu daerah yang sering dikunjungi kebanyakan berdiri lebih dari satu hotel, baik yang berskala kecil maupun besar seperti di kota Solo. Untuk mempertahankan daya saing tersebut sebuah hotel harus mempunyai kualitas yang baik. Kualitas yang baik sebuah hotel selain dilihat dari bintangnya tentunya juga dasar penilaian dari pelayanan dan fasilitasnya. Selain itu juga diperlukan pengendalian manajemen yang baik dari hotel tersebut agar dapat mewujudkan penilaian pelayanan dan fasilitas yang baik tentunya dengan efektif dan efisien dalam kerjanya. Di Kota Solo sendiri banyak berdiri hotel dengan fasilitas, pelayanan dan teknologi yang beraneka ragam.

Tinjauan pustaka

Pengertian dan klasifikasi hotel

Secara umum hotel dapat diartikan sebagai bangunan yang mempunyai banyak ruangan atau kamar yang disewakan sebagai tempat untuk menginap dan juga tempat makan bagi orang yang sedang dalam perjalanan. Menurut Sulastiyono (2006), hotel adalah bagian integral dari usaha pariwisata yang menurut keputusan Menparpostel disebutkan sebagai usaha akomodasi yang dikomersialkan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas yaitu kamar tidur atau kamar tamu, makanan dan minuman, pelayanan-pelayanan penunjang lain seperti; fasilitas olahraga, fasilitas laundry dan sebagainya. Sedangkan Menurut Al Bataafi (2005), hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian/seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan pemerintah. Sejalan dengan Keputusan Menteri Parpostel No. KM 94/HK103/MPPT 1987 yang menyatakan hotel adalah jenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bagian untuk memberikan jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman, serta jasa lain bagi masyarakat umum dan dikelola secara komersial.

Seiring berjalannya waktu dan majunya zaman kebutuhan untuk melakukan perjalanan dalam kegiatan bisnis maupun pariwisata juga semakin meningkat, oleh karena itu industri perhotelan juga tumbuh dan berkembang sesuai dengan kebutuhan. Dapat dilihat dengan munculnya berbagai jenis industri perhotelan.

Menurut Surat Keputusan Menteri Perhubungan No.PM10/PW.301/phb-77, berdasarkan tujuan dan tuntutan tamu yang ingin menginap, hotel dibagi menjadi empat jenis, yaitu:

Bussiness hotel, yaitu hotel yang bertujuan untuk melayani tamu yang memiliki kepentingan bisnis;
Tourist hotel, yaitu hotel yang bertujuan melayani para tamu yang akan mengunjungi objek objek wisata;
Sport hotel, yaitu hotel khusus bagi para tamu yang bertujuan untuk olahraga atau sport; dan
Research hotel, yaitu hotel yang memiliki fasilitas akomodasi yang disediakan bagi tamu yang bertujuan melakukan riset. (Anon n.d.)

Dengan munculnya berbagai jenis hotel maka perkembangan dan persaingan antar hotel terlihat semakin tinggi. Masing-masing hotel selalu berusaha untuk melakukan evaluasi dan mengembangkan bisnisnya agar dapat memenangkan persaingan tersebut. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yakni melaksanakan suatu sistem pengendalian manajemen yang baik dengan tujuan agar pengelolaan usaha secara profesional dapat dilaksanakan.

Sistem pengendalian manajemen

Sistem Pengendalian Manajemen sangat memegang peranan penting pada suatu perusahaan, karena pada dasarnya Sistem Pengendalian Manajemen ini dibuat untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Anthony dan Govindarajan (2005) menyatakan bahwa setiap sistem pengendalian sedikitnya memiliki empat elemen:

Pelacak (detector) atau sensor yaitu suatu perangkat yang mengukur apa yang sesungguhnya terjadi dalam proses yang sedang dikendalikan;

Penilai (assessor), yaitu suatu perangkat yang menentukan signifikansi dari peristiwa aktual dengan cara membandingkannya dengan beberapa standar atau ekspektasi dari apa yang seharusnya terjadi;

Effector, yaitu suatu perangkat (yang sering disebut dengan “umpan balik”) yang mengubah perilaku jika assessor mengindikasikan kebutuhan untuk melakukan hal tersebut; dan

Jaringan komunikasi, yaitu perangkat yang meneruskan informasi di antara detector dan assessor dan antara assessor dan effector. (Anthony and Govindarajan 2005).

Unsur-unsur sistem pengendalian manajemen meliputi perencanaan strategi; pembuatan anggaran; alokasi sumber daya; pengukuran, evaluasi, dan penghargaan atau kinerja; alokasi pusat tanggung jawab; dan penetapan harga transfer dalam Anthony dan Govindarajan (2005:1). Sedangkan suatu sistem pengendalian manajemen yang dapat diandalkan (reliable) harus memenuhi unsur-unsur berikut:

Keahlian karyawan sesuai dengan tanggung jawabnya;

Pemisahan tugas;

Sistem pemberian wewenang, tujuan dan teknik serta pengawasan yang wajar untuk mengadakan pengendalian atas harta, utang penerimaan dan pengeluaran;

Pengadilan terhadap penggunaan harta dan dokumen serta formulir yang penting; dan

Pemeriksa fisik harta dengan catatan-catatan harta dan utang, atau yang benar-benar ada, dan mengadakan tindakan koreksi jika dijumpai adanya perbedaan.

Sumarsan mengemukakan tujuan dari perancangan suatu sistem pengendalian manajemen yakni: Diperolehnya keandalan dan integritas;

Kepatuhan pada kebijakan, rencana, prosedur, peraturan dan ketentuan yang berlaku. Kepatuhan pada kebijakan, rencana, prosedur, peraturan dan ketentuan yang berlaku dapat dicapai melalui sistem pengendalian manajemen;

Melindungi harta perusahaan, pada umumnya pengendalian disusun dan diimplementasikan untuk melindungi harta perusahaan; dan

Pencapaian kegiatan yang ekonomis dan efisien, sumber daya bersifat terbatas mendorong organisasi menerapkan prinsip ekonomi. (Morasa and Lakumani 2015).

Manajemen pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu upaya dari diri manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan dapat membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi pihak perusahaan. Sedangkan menurut Stanton (2005) mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah sarana yang digunakan oleh suatu bisnis untuk menjalankan pemasaran.

Sedangkan pemasaran (marketing) itu sendiri merupakan suatu kegiatan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan melalui proses pertukaran menurut Kotler. Sedangkan menurut William J. Stanton (2012) pemasaran merupakan seluruh aspek dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan konsumen.

Peranan dari adanya pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen saja namun dapat juga untuk menentukan bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Dalam industri perhotelan ini sangat perlu adanya manajemen pemasaran agar jangkauan konsumen menjadi lebih luas. (Morasa and Lakumani 2015).

Daya saing

Daya saing merupakan suatu konsep perbandingan kemampuan dan kinerja suatu perusahaan, sub-sektor atau negara dengan tujuan untuk menjual dan memasok berbagai barang dan atau jasa ke dalam pasar.

Menteri Pendidikan Nasional menyatakan definisi daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah:

Kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya;

Kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya;

Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti; dan

Kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

Daya saing dapat ditentukan oleh keunggulan bersaing dari perusahaan itu sendiri dan bergantung juga pada tingkat sumber daya relatif yang dimiliki perusahaan atau dapat disebut dengan keunggulan kompetitif.

Menurut Porter dalam Putri ada hal-hal yang menyebabkan pentingnya daya saing yakni karena hal berikut:

Mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri;

Dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat; dan

Kepercayaan bahwa mekanisme pasar lebih menciptakan efisiensi.

Dalam hal industri perhotelan, suatu perusahaan harus memiliki ketrampilan bersaing yang diharapkan seperti persaingan sempurna dan persaingan tidak sempurna sebagai berikut:

Persaingan sempurna

Pasar dapat dikatakan sebagai kegiatan yang berbentuk persaingan sempurna apabila memenuhi kondisi sebagai berikut:

Adanya konsumen dan juga produsen dalam jumlah banyak;

Memiliki kesamaan dan homogeny terhadap produk yang dijual;

Tidak adanya campur tangan dari lembaga tertentu atau intervensi;

Konsumen dan produsen mengetahui dengan sempurna keadaan pasar; dan

Dalam jangka waktu lama, terdapat kebebasan untuk setiap industri/hotel untuk masuk dan keluar dari kegiatan pasar tersebut.

Persaingan tidak sempurna

Dalam persaingan tidak sempurna ini, hotel melakukan penentuan harga di atas biaya marjinal. Dengan tujuan agar harga yang telah ditentukan tidak jauh berbeda dengan hotel-hotel sejenis lainnya. (Morasa and Lakumani 2015)

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan penyajian data deskriptif. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan studi pustaka untuk mengetahui cara mempertahankan daya saing pada industri perhotelan khususnya pada Hotel Zest Parang Raja Solo.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara dan studi pustaka. Metode wawancara tersebut dilakukan kepada salah satu Staff dari Hotel Zest Parang Raja Solo dengan menyiapkan pertanyaan dasar tentang pemasaran terlebih dahulu dan berkembang mengikuti alur pembicaraan, sehingga peneliti mengetahui lebih lanjut tentang strategi untuk meningkatkan daya saing pada hotel di sekitar Solo. Sedangkan metode studi pustaka digunakan untuk mengetahui data tentang manajemen perhotelan lain dan informasi tentang sistem pengendalian manajemen. (Delia et al. n.d.)

Sumber data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian atau yang disebut dengan data primer diperoleh dengan cara mewawancarai salah satu Staff dari Hotel Zest Parang Raja Solo. Sumber data yang selanjutnya diperoleh dengan membaca artikel-artikel yang sudah ada atau disebut dengan data sekunder untuk melengkapi data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Subjek penelitian yaitu sasaran penelitian yang dituju peneliti, dalam hal ini adalah salah satu Staff Hotel Zest Parang Raja Solo, serta berpengalaman menjadi Staff beberapa hotel lainnya di Kota Solo.

Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menganalisa jawaban pertanyaan dari narasumber dan memilah mana yang penting dan yang tidak. Selain itu jawaban dari wawancara dikembangkan menggunakan metode studi pustaka.

Penyajian data dalam penelitian ini menggunakan penyajian data deskriptif, yaitu dengan cara menguraikan atau menjelaskan poin-poin hasil wawancara dengan metode studi pustaka sekaligus dikaji dengan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian pengendalian, pemasaran dan daya saing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, cepat atau bermakna untuk sebuah hotel tentunya dibutuhkan sistem pengendalian manajemen. Berikut merupakan sistem pengendalian manajemen untuk membentuk strategi dalam meningkatkan daya saing pada perhotelan di daerah Solo:

Memberi fasilitas yang lengkap

Hal pertama yang dilihat dari sebuah hotel tentu fasilitasnya, untuk itu memberikan fasilitas lengkap merupakan sebuah hal penting untuk dapat bersaing dengan hotel lainnya. Kebanyakan hotel di Solo tak hanya menawarkan pengalaman tidur yang nyaman saja, tetapi juga memberikan fasilitas penunjang aktivitas lainnya. Fasilitas yang lengkap tersebut seperti kolam renang, tayangan TV yang lengkap, Fitness Center, Jogging Track, Restaurant, Meeting Room, SPA, dan lain sebagainya.

Menerapkan dynamic rate dan harga yang kompetitif

Dynamic Rate atau dengan nama lain Dynamic Pricing adalah strategi penerapan harga sesuai dengan permintaan (demand) dan penawaran (supply). Dengan Dynamic Rate, pengendalian harganya adalah jika permintaannya tinggi maka semakin tinggi pula harga yang dipasang, begitu juga ketika permintaan rendah maka harga yang dipasang semakin rendah. (Anon n.d.) Misalnya, saat hari besar atau libur panjang harga dinaikkan karena animo masyarakat tinggi dan harga diturunkan saat puasa atau tanggal-tanggal saat animo masyarakat rendah.

Memberikan pelayanan yang prima

Memberikan pelayanan yang prima serta mengutamakan kepuasan pelanggan dan juga keramahan staff hotel yang tentunya dalam awasan manajer merupakan strategi dalam bersaing. Hal tersebut dapat membuat tamu menginap dengan nyaman dan memperoleh penilaian baik dari tamu, sehingga tamu kembali lagi untuk menjadi pelanggan tetap.

Membuat promo-promo

Membuat promo-promo atau paket menginap misalnya paket keluarga dan paket honeymoon. Selain itu juga ada paket lain yaitu paket makanan dengan membuat variasi makanan untuk menarik minat pembeli, juga paket meeting, wedding dan lain sebagainya.

Membuat iklan banner

Membuat flyer promo, banner promo di tempat-tempat yang dapat dilihat calon pelanggan untuk menambah daya tarik pelanggan sekaligus menginformasikan promo apa yang sedang berlangsung.

Sales call

Sales Call merupakan strategi dalam mempertahankan atau mencari customer dengan cara mengunjunginya (Aprilukito, Simatupang, dan Suparman 2017). Dalam hal ini pihak hotel mengunjungi instansi-instansi seperti Bank, Tour and Travel, instansi-instansi pemerintah/swasta dengan cara menawarkan paket-paket yang sesuai dengan instansi tersebut, misalnya paket meeting.

Mengikuti event untuk promosi

Mengikuti event seperti Wedding Expo, Online Travel Agent Gathering ataupun event kuliner yang berlangsung di kota tersebut untuk mempromosikan produk dari hotel. Dari Event tersebut pasti didatangi banyak orang sehingga dapat dengan mudah menarik calon pelanggan.

Bekerja sama dengan online travel agent

Online Travel Agent adalah agen perjalanan secara online melalui website sebagai sarana penyedia usaha pariwisata untuk melakukan promosi dan penjualan (Hendriyati 2019). Di era digital, hal yang paling efektif untuk mempromosikan hotel adalah melalui Online Travel Agent. Online Travel Agent tersebut antara lain Traveloka, Agoda, Booking.com, Tiket.com, Pegipegi.com dan lain

sebagainya. Calon pelanggan dapat dengan mudah mendapat informasi hotel dari internet hanya dengan menuliskan kata kunci singkat. Dari itu hotel dapat menjelaskan rincian fasilitas, promo yang sedang berlangsung, harga yang dipatok dan mengenalkan segala kelebihanannya kepada masyarakat luas tanpa ada batas.

Analisis sistem pengendalian manajemen pemasaran pada hotel di daerah solo

Perhotelan merupakan industri dalam bidang jasa dan pelayanan yang saat ini sangat dibutuhkan sebagai tempat untuk menginap beberapa waktu baik dalam perjalanan bisnis maupun pariwisata. Di Kota Solo sendiri juga terdapat banyak tempat wisata terutama tempat wisata yang hagat dengan budaya keraton yangmana memiliki keistimewaan sendiri bagi wisatawan baik domestic maupun manca negara, maka tidak salah jika di Solo juga terdapat banyak sekali hotel yang menawarkan jasa dan pelayanan.

Semua perusahaan pastinya memiliki tujuan yang ingin dicapai, seperti halnya dalam dunia perhotelan pasti menginginkan hotelnya maju, terkenal, dan memiliki nama baik sehingga menjadi tempat tujuan dari para calon pengunjung tanpa mereka memiliki rasa ragu terhadap pelayanan dan fasilitas dari hotel tersebut serta dapat meningkatkan daya saingnya. Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut pasti memerlukan suatu sistem pengendalian manajemen yang baik. Seperti halnya dalam meningkatkan daya saing, perhotelan di daerah Solo melakukan manajemen pemasaran dengan tujuan agar terbentuknya suatu system, membangun dan mempertahankan daya saing terhadap hotel lain, serta menarik calon pengunjung sehingga dapat memberikan keuntungan bagi bagi hotel itu sendiri.

Perhotelan di daerah Solo melakukan sistem pengendalian manajemen untuk membentuk strategi dalam meningkatkan daya saing hotel. Strategi yang diterapkan hotel di daerah Solo antara lain seperti; pemberian fasilitas yang lengkap kepada para tamu agar mereka merasa nyaman, puas dan memberikan penilaian yang baik kepada hotel, diterapkannya Dynamic Rate yang mana harga disesuaikan dengan permintaan dan penawaran, memberikan pelayanan yang prima kepada para tamu yang diwujudkan dengan keramahan staff hotel, selain beberapa strategi yang telah disebutkan masih banyak lagi strategi yang diterapkan hotel di daerah Solo. Dengan adanya strategi tersebut memungkinkan suatu hotel dapat memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan.

Analisis strategi yang dilakukan dalam meningkatkan daya saing pada hotel di daerah solo

Dalam sebuah perusahaan termasuk dalam perusahaan perhotelan, daya saing dapat ditentukan dengan adanya keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan itu sendiri selain itu daya saing juga bergantung pada tingkat sumber daya relatif atau keunggulan kompetitif yang ada dalam perusahaan. Keunggulan kompetitif sendiri dapat terbentuk dengan adanya suatu sistem pengendalian manajemen yang baik.

Dalam suatu hotel sistem pengendalian manajemen pemasaran dilakukan untuk membentuk strategi yang dapat membawa hotel tersebut unggul dan dapat bersaing dengan hotel-hotel lainnya. Dari hasil penelitian hotel di daerah Solo menerapkan strategi pemasaran hotel untuk meningkatkan daya saing sebagai berikut:

Memberi fasilitas yang lengkap;

Memberi harga yang kompetitif dan menerapkan Dynamic Rate;

Memberikan pelayanan prima;

Membuat promo-promo dan paket menginap;

Membuat iklan banner;

Sales Call;

Mengikuti Event untuk promosi; dan

Bekerja sama dengan Online Travel Agent.

Pengendalian manajemen yang dilakukan oleh manajemen pemasaran di hotel daerah Solo dilakukan dengan baik, sehingga menciptakan strategi yang efektif dan efisien dalam meningkatkan daya saing sehingga memberikan hasil yang maksimal. Dengan adanya sistem pengendalian manajemen yang berkualitas dan berjalan dengan baik maka akan membawa hotel menjadi semakin berkembang atau setidaknya terus berada pada keadaan yang stabil.

Analisis pengaruh sistem pengendalian manajemen terhadap daya saing pada hotel di daerah solo

Sistem pengendalian manajemen yang di dalamnya terdapat struktur dan juga proses pengendalian manajemen adalah alat yang dapat membantu manajer dalam mengkoordinasikan bagian-bagian yang ada dalam suatu perusahaan dengan maksud agar dapat mencapai tujuan perusahaan secara terus-menerus.

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa sistem pengendalian manajemen berpengaruh positif terhadap daya saing pada hotel di daerah Solo. Adanya pengaruh positif system pengendalian manajemen terhadap daya saing ini dikarenakan proses pengendalian manajemen merupakan tahapan yang dilalui untuk dapat mencapai tujuan sistem.

Proses pengendalian manajemen berhubungan dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh pihak manajemen untuk membentuk organisasi yang baik, sehingga dapat menjalankan tugas dan dapat menciptakan strategi dengan efektif dan efisien. Strategi dirancang dengan memperhatikan beberapa kemungkinan agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung dan juga calon pengunjung. Teknologi yang saat ini berkembang juga dilibatkan dalam pembentukan strategi agar hotel tetap dapat bersaing dengan hotel lainnya di era digital ini. Dengan strategi yang telah dirancang sedemikian rupa dan dijalankan dengan baik maka akan meningkatkan daya saing hotel itu sendiri.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

Sistem pengendalian manajemen pada hotel di daerah Solo berpengaruh positif terhadap daya saing. Karena proses pengendalian manajemen berhubungan dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh pihak manajemen untuk membentuk organisasi yang baik, maka manajemen pemasaran dapat menjalankan tugas dan juga menciptakan strategi dengan efektif dan efisien untuk meningkatkan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Anon. n.d. “Langkah-Langkah Penerapan Dynamic Rate Dan Manfaatnya Bagi Hotel.” Diakses pada Juni 4, 2021a (<https://ajar.id/post/langkah-langkah-penerapan-dynamic-rate-dan-manfaatnya-bagi-hotel>).
- Anon. n.d. “Pengertian, Jenis Dan Klasifikasi Hotel - KajianPustaka.Com.” Diakses pada Juni 3, 2021b (<https://www.kajianpustaka.com/2020/09/pengertian-jenis-dan-klasifikasi-hotel.html>).
- Anthony, Robert N., dan Vijay Govindarajan. 2005. *Management Control Systems : Sistem Pengendalian Manajemen*.
- Aprilukito, Januar, Violetta Simatupang, dan Maksum Suparman. 2017. “Kegiatan Sales Call dalam Penjualan Kamar di Grand Hotel Lembang.” 4(4).
- Delia, Mega Sandy, Reva Dwina Sefira, dan Andre Yulianto. n.d. “Meningkatkan Daya Saing (Study Kasus Pada Toserba Borma Majalaya).” 28–38.
- Morasa, Jenny, dan Oktriani Kadsita Lakumani. 2015. “Evaluasi Penerapan Sistem Pengendalian Manajemen Pada Hotel Gran Puri Manado.” *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3(2):1023–31.
- Lutfi Hendriyati. 2019. “Pengaruh Online Travel Agent Terhadap Pemesanan Kamar Di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta.” 17(November):1–10. doi: 10.31227/os