

## STRATEGI PENERAPAN COST REDUCTION DALAM OPTIMALISASI PENINGKATAN PROFIT PADA SEKTOR INDUSTRI BISNIS PERHOTELAN (STUDI KASUS PURCHASING DEPARTMENT PADA 3 HOTEL BERBINTANG 5 DI JAKARTA)

Oleh

**Rahmat Sukri Manurung<sup>1</sup>, Nurbaeti<sup>2</sup>, Fetty Asmaniati<sup>3</sup>**

Institut Pariwisata Trisakti

[rahmatsukri770@yahoo.com](mailto:rahmatsukri770@yahoo.com)<sup>1</sup>, [nurbaeti@iptrisakti.ac.id](mailto:nurbaeti@iptrisakti.ac.id)<sup>2</sup>, [fettyasmaniati@iptrisakti.ac.id](mailto:fettyasmaniati@iptrisakti.ac.id)<sup>3</sup>

### *Abstract*

This study aims to analyze the implementation of cost reduction strategies in the purchasing department to optimize profit increases in the five-star hotel business sector, with a case study of three five-star hotels in Jakarta. The research focuses on how cost reduction strategies, such as price negotiations and supplier network alliances, can significantly impact operational efficiency and profitability. Using a qualitative approach, data were collected through observations, interviews, and documentation over six months (February–July 2024). The results indicate that cost reduction strategies contribute to a 10%–30% increase in hotel profits. SWOT analysis revealed strengths like reduced purchasing costs and better budget control, weaknesses such as product quality risks and delivery delays, opportunities including inventory security and strong supplier relationships, and threats like market price fluctuations and government regulations. The study concludes that effective cost reduction strategies in purchasing are crucial for enhancing hotel profitability and competitiveness.

**Keywords:** Profit, Savings, Purchasing, Improvement

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi cost reduction di departemen purchasing untuk mengoptimalkan peningkatan profit pada sektor bisnis hotel bintang lima, dengan studi kasus di tiga hotel bintang lima di Jakarta. Fokus penelitian adalah bagaimana strategi cost reduction, seperti negosiasi harga dan aliansi jaringan supplier, dapat berdampak signifikan terhadap efisiensi operasional dan profitabilitas. Menggunakan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi selama enam bulan (Februari–Juli 2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi cost reduction berkontribusi meningkatkan profit hotel sebesar 10%–30%. Analisis SWOT mengungkap kekuatan seperti pengurangan biaya pembelian dan kontrol anggaran yang lebih baik, kelemahan seperti risiko kualitas produk dan keterlambatan pengiriman, peluang termasuk keamanan inventaris dan hubungan baik dengan supplier, serta ancaman seperti fluktuasi harga pasar dan regulasi pemerintah. Studi ini menyimpulkan bahwa strategi cost reduction yang efektif dalam purchasing sangat penting untuk meningkatkan profitabilitas dan daya saing hotel.

**Kata Kunci:** Profit, Penghematan, Purchasing, Cost Reduction, Industri Perhotelan

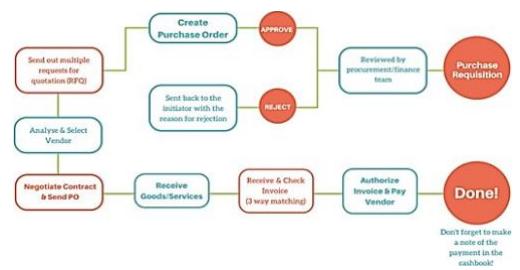
### **1. Pendahuluan**

Pariwisata berasal dari kata sansekerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari dan wisata. pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu,

maka kata pariwisata seharusnya dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain Suwena (Rachmad *et al.*, 2021).

Wisatawan nasional maupun Wisatawan Mancanegara memiliki efek yang luar biasa dalam perekonomian negara. Tingkat pertumbuhan perekonomian bisnis usaha yang salah satunya adalah perhotelan (Siagian & Siallagan, 2022) Maka pada setiap tahunnya mengalami perkembangan yang sangat drastis hal ini tentunya membuat paradigma para pengusaha menilai bahwa sektor bisnis perhotelan memiliki potensi keuntungan besar yang menjanjikan. Kemajuan bisnis usaha perhotelan di Indonesia ini terjadi karena adanya beberapa faktor pendukung yang antara lainnya seperti tingkat kunjungan wisatawan baik nasional maupun mancanegara, tingkat keterisian kamar, rata rata lama tamu menginap pada suatu hotel dan ketersedian kamar yang ada (Sari & Dewi, 2018). Industri perhotelan memiliki proses transaksi perekonomian yang berlangsung selama 24 jam penuh, dimana tamu akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh pihak hotel untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tamu selama masa periode mereka tinggal, dan pihak hotel akan memberikan pelayanan yang maksimal untuk tamu sesuai dengan kebutuhan tamu. Menurut Tyaswening & Kuntari, (2023) Dalam bisnis perhotelan ini sendiri tentu nya menyediakan pelayanan berkualitas untuk para tamu yang berkunjung ke hotel tersebut agar para tamu merasakan kebahagian dengan pelayanan yang diberikan oleh para pekerja pada sektor perhotelan tersebut. Oleh karena itu yang dapat memenuhi kemampuan dalam mendapatkan kebutuhan barang tamu dan tepat waktu maka yang melakukan pemenuhan atas keperluan di Industri Perhotelan adalah pihak *purchasing*.

## Gambar 1 Proses Pembelian atau Pengadaan



(Sumber: Krissflow Inc, 2021)

Gambar 1 diatas merupakan proses pembelian yang dilakukan departemen *purchasing*, oleh karena itu sebagai pihak yang sangat penting dari sebuah aktivitas bisnis dalam memperoleh barang dan jasa yang diperlukan untuk kebutuhan harian operasional hotel terdapat banyak kendala yang dihadapi oleh pihak *purchasing* tentunya hal ini sangat berkaitannya dengan strategi *purchasing* dalam menekan biaya pengeluaran operasional hotel agar dapat menghadapi berbagai tantangan, seperti ketidaksesuaian kualitas barang, keterbatasan dalam mencari *supplier*, serta fluktuasi harga (Mahardika et al., 2024). Strategi *cost reduction* menjadi langkah penting bagi departemen *purchasing* untuk menekan biaya operasional, meningkatkan efisiensi, dan menjaga profitabilitas perusahaan (Telaumbanua & Maria, 2024).

Gambar 2 Target Tahunan Saving 2023 (3 Hotel Lokus Penelitian)

Indonesia Saving Overview 2023					
Summary Saving by Property (YTD) December 2023					
		K	YTD	% To 2023	Goals
S/N	Code	Hotel Name	Goals 2023 (USD)	Saving (USD)	Goals
1	JKTABC	The ABC Jakarta	93,056	256,475	176%
2	JKTGHE	The GHE Jakarta	145,434	250,422	72%
3	JKTXYZ	The XYZ Jakarta	119,159	161,571	36%

Sumber: Hasil Olahan Peneliti dari *Procurement Regional*, 2023

Berdasarkan gambar 2 data *year to date saving overview* pada The ABC Hotel Jakarta, The GHE Hotel Jakarta, dan The XYZ Hotel Jakarta, ketiga hotel tersebut telah berhasil mencapai target saving yang ditetapkan, bahkan ada yang melebihi target. The ABC Hotel Jakarta mencapai 176% dari target, The GHE Hotel Jakarta mencapai 72%, dan The XYZ Hotel Jakarta mencapai 36%. Pengelolaan biaya yang

efektif, termasuk kolaborasi dengan *supplier* dan strategi aliansi antarhotel, dapat membantu perusahaan menghadapi persaingan ketat di era industri 4.0. Dengan pengendalian biaya yang optimal, hotel dapat meningkatkan daya saing dan memberikan pengalaman terbaik bagi tamu.

Pengamatan peneliti menunjukkan bahwa strategi *cost reduction* di bagian *purchasing* memiliki pengaruh signifikan terhadap kelangsungan operasional dan profit perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada strategi penerapan *cost reduction* dalam optimalisasi profit di sektor industri bisnis perhotelan, khususnya studi kasus pada *purchasing department* di tiga hotel bintang 5 di Jakarta.

## 2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti melalui analisis deskriptif dan interpretatif (Sugiyono, 2020). Penelitian dilakukan di tiga hotel bintang 5 di Jakarta, yaitu The ABC Jakarta, The GHE Jakarta, dan The XYZ Jakarta, selama enam bulan dari Februari hingga Juli 2024. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer, yang diperoleh langsung dari sumber melalui observasi, wawancara, dan survei, serta data sekunder berupa dokumen, laporan penelitian, dan data pendukung lainnya. Teknik pengumpulan data meliputi observasi untuk mencatat peran dan alur kerja *purchasing* serta hambatan di lapangan, dokumentasi berupa SOP dan data *saving record*, serta wawancara sistematis dengan informan seperti *Assistant Director of Finance*, *Procurement Manager*, *Purchasing Executive*, dan *Purchasing Supervisor* guna memperdalam informasi yang relevan dengan topik. Pengolahan data menggunakan SWOT

## 3. Pembahasan

### Hasil

Pada bagian ini, penulis telah memaparkan hasil-hasil penelitian yang diperoleh dari hasil wawancara kepada responden.

1. Apakah seorang *purchasing* dapat menerapkan SOP (*Standard Operational Procedure*) dalam operasional kerja di bisnis perhotelan?

Hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara mendalam pada Juni dan Juli 2024 terhadap empat informan (X1, X2, X3, X4) di tiga hotel berbeda mengungkapkan berbagai perspektif terkait penerapan Standard Operational Procedure (SOP) dalam operasional kerja *purchasing* hotel, serta perannya dalam optimalisasi profit melalui strategi *cost reduction*.

Secara umum, semua informan sepakat bahwa *purchasing* merupakan departemen krusial dalam operasional hotel, terutama dalam memastikan ketersediaan barang yang dibutuhkan setiap departemen. Informan X1 menekankan bahwa *purchasing* harus memiliki kemampuan analisis kebutuhan barang, menjaga pengeluaran hotel, serta memastikan pengadaan dilakukan secara efisien. Namun, penerapan SOP sering kali terganggu oleh permintaan mendesak dari departemen lain yang menyebabkan *purchasing* harus mengabaikan prosedur untuk menjaga kelancaran operasional hotel.

Informan X2 menggarisbawahi pentingnya pengembangan diri bagi *purchasing* agar mampu menghadapi tantangan bisnis yang terus berkembang. Purchasing harus aktif, memiliki integritas tinggi, serta membangun database *supplier* yang kuat. Walaupun SOP sudah diterapkan, dalam situasi tertentu terjadi pelanggaran SOP karena adanya kebutuhan mendesak dari user yang memaksa *purchasing* untuk bertindak cepat.

Sementara itu, informan X3 menyoroti bahwa *purchasing* tidak hanya bertugas mendatangkan barang, tetapi juga

mengontrol kebutuhan user agar tidak terjadi pembelian berlebih. Purchasing diharapkan mampu melakukan survei pasar guna mendapatkan harga terbaik tanpa mengorbankan kualitas. Informan ini juga mengakui bahwa dalam kondisi mendesak, penerapan SOP sering kali tidak bisa diikuti sepenuhnya demi menjaga kelancaran operasional.

Informan X4 menambahkan bahwa peran *purchasing* meliputi memastikan barang yang dibeli memenuhi standar kualitas dan regulasi yang berlaku, seperti standar kebersihan dan keamanan. Kinerja *purchasing* dinilai dari ketepatan waktu pengadaan barang, kemampuan bernegosiasi dengan *supplier*, serta menjaga komunikasi yang baik dengan departemen lain. Dalam situasi kritis, penerapan SOP sering dikompromikan demi memenuhi kebutuhan mendesak. Secara keseluruhan, penerapan SOP dalam operasional *purchasing* telah dilakukan, tetapi masih perlu peningkatan dan penyesuaian sesuai dengan situasi lapangan. Indikator keberhasilan penerapan SOP dapat dilihat dari dokumen administrasi, seperti purchase request, perbandingan harga, surat jalan, serta pencapaian *Key Performance Indicator* (KPI). Keberadaan SOP penting untuk menjaga alur kerja tetap terarah, meskipun fleksibilitas tetap diperlukan dalam menghadapi kondisi mendesak di lapangan.

## 2. Apakah Cost reduction berpengaruh besar terhadap peningkatan profit pada bisnis perhotelan?

Cost reduction merupakan upaya yang dilakukan oleh tim *purchasing* untuk mengurangi biaya pengadaan barang atau jasa agar beban operasional hotel tidak terlalu besar dan tidak mengganggu operasional lainnya. Dalam ruang lingkup *purchasing*, *cost reduction* dapat dilakukan dengan beberapa cara, seperti mengganti barang dengan kualitas yang sama tetapi harga lebih murah, melakukan negosiasi ulang dengan *supplier*, serta membandingkan harga pasar secara rutin.

Tujuan utama dari *cost reduction* adalah mendapatkan harga terbaik tanpa menurunkan kualitas barang yang dibutuhkan oleh hotel.

Berdasarkan wawancara dengan informan, *cost reduction* adalah hal yang harus dilakukan oleh *purchasing*. Informan X1 menjelaskan bahwa *purchasing* dapat menghemat biaya dengan melakukan substitusi barang atau menegosiasikan harga ulang dari kesepakatan sebelumnya. Meski begitu, *cost reduction* tidak selalu bisa diterapkan, terutama jika barang yang dibutuhkan hanya disediakan oleh *supplier* tertentu. Informan X2 menambahkan bahwa riset harga pasar dan negosiasi kompetitif dengan *supplier* menjadi langkah penting dalam memastikan harga yang sehat bagi perusahaan.

Menurut informan X3, strategi *cost reduction* yang efektif meliputi negosiasi harga hingga mencapai kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak, memilih *supplier* yang lebih efisien, dan memanfaatkan diskon atau promosi. Selain itu, optimasi penggunaan inventaris juga sangat penting untuk mencegah pemborosan barang yang berpotensi meningkatkan biaya operasional.

*Purchasing* harus memiliki keterampilan negosiasi yang baik dan pengetahuan mendalam tentang harga pasar serta spesifikasi produk. Informan X4 menjelaskan bahwa *cost reduction* bukan hanya soal mencari harga termurah, tetapi juga memastikan kualitas barang tetap sesuai dengan kebutuhan operasional hotel. *Purchasing* perlu mengevaluasi pengeluaran hotel secara berkala dan berusaha mencari alternatif *supplier* yang menawarkan harga lebih kompetitif.

Pengaruh *cost reduction* terhadap profit hotel sangatlah signifikan. Informan X1 menjelaskan bahwa penghematan biaya pada pengadaan barang untuk kebutuhan food and beverage, yang merupakan salah satu outlet terbesar di hotel, dapat menurunkan beban biaya secara signifikan. Informan X2 menegaskan bahwa *cost reduction* dapat berkontribusi hingga 30% terhadap profit bottom line

hotel. Dengan mengurangi biaya operasional, hotel dapat meningkatkan margin keuntungan tanpa mengorbankan kualitas pelayanan kepada tamu.

Secara keseluruhan, *cost reduction* memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas hotel. Selain mengurangi biaya langsung, strategi ini juga membantu hotel menjaga daya saing, meningkatkan kepuasan tamu, dan memperkuat kinerja keuangan jangka panjang. Dengan penerapan strategi *cost reduction* yang tepat, hotel dapat mengoptimalkan penggunaan anggaran dan mendorong pertumbuhan profit yang berkelanjutan.

### **3. Adakah Faktor – faktor yang menjadi hambatan dalam penerapan *cost reduction* di *purchasing* pada bisnis perhotelan?**

Penerapan strategi *cost reduction* dalam operasional *purchasing* merupakan langkah penting bagi tim *purchasing* dalam meningkatkan efisiensi dan mengurangi beban pengeluaran hotel. Hal ini dapat meningkatkan daya saing dan profitabilitas perusahaan secara signifikan. Namun, dalam praktiknya, terdapat banyak hambatan yang dihadapi oleh *purchasing* dalam mengimplementasikan strategi ini. Hambatan tersebut bisa berasal dari berbagai aspek, seperti faktor internal di *purchasing*, ketergantungan pada satu *supplier*, keterbatasan sumber daya, hingga perubahan kebijakan dari pihak yang terlibat dalam proses pengadaan barang atau jasa.

Dalam wawancara dengan informan X1, ketika ditanya mengenai standar bahwa *purchasing* telah berhasil melakukan *cost reduction*, ia menjelaskan bahwa setiap tahun standar *cost reduction* bisa berbeda. Sebagai contoh, pada tahun pertama hotel mungkin menggunakan kontrak maintenance dengan *supplier* tertentu, tetapi pada tahun berikutnya, setelah evaluasi dan kebijakan manajemen, kontrak tersebut tidak diperpanjang

karena tidak signifikan menurunkan biaya. *Cost reduction*, menurut X1, lebih kepada kemampuan *purchasing* dalam menjaga harga tetap kompetitif sambil memastikan kualitas barang tetap sesuai kebutuhan.

Terkait hambatan dalam penerapan *cost reduction*, informan X1 mengungkapkan bahwa faktor internal seperti urgensi kebutuhan dari user sering menjadi tantangan utama. Jika user dapat mengatur kebutuhan barang dengan baik, *purchasing* akan lebih mudah menemukan barang dengan kualitas dan harga yang optimal. Namun, dalam beberapa kasus, user seringkali hanya ingin menggunakan produk dari brand tertentu yang hanya dimiliki oleh satu *supplier*, sehingga menyulitkan proses negosiasi harga.

Strategi yang dilakukan oleh *purchasing* untuk mengatasi tantangan tersebut, menurut X1, adalah dengan meyakinkan user untuk beralih ke produk alternatif yang memiliki spesifikasi dan kualitas yang sama, tetapi dengan harga lebih murah. *Purchasing* harus memiliki kemampuan komunikasi dan negosiasi yang baik untuk menjelaskan manfaat dari produk alternatif tersebut.

Informan X2 juga menjelaskan bahwa standar keberhasilan *cost reduction* adalah transparansi dalam perbandingan harga antar-*supplier* sesuai dengan SOP yang berlaku. *Purchasing* harus terbuka kepada departemen terkait agar tidak terjadi potensi kecurangan. Hambatan yang dihadapi *purchasing*, menurut X2, termasuk respon lambat dari *supplier*, negosiasi yang sulit, hingga ketidakcocokan spesifikasi barang yang diterima. Selain itu, lonjakan harga bahan impor dan kelangkaan produk juga menjadi tantangan yang signifikan.

Strategi yang diusulkan oleh X2 adalah melakukan komunikasi intensif dengan manajemen, menawarkan barang alternatif yang lebih terjangkau, dan melakukan seleksi *supplier* untuk mendapatkan harga yang kompetitif. Hal ini bertujuan agar

hotel dapat tetap menjaga kualitas tanpa harus membayar biaya yang terlalu tinggi. Informan X3 menambahkan bahwa standar keberhasilan *cost reduction* dapat dilihat dari hasil negosiasi yang berhasil menurunkan biaya pengadaan barang atau jasa tertentu. Perbedaan harga yang signifikan dari hasil negosiasi akan berpengaruh langsung pada pengeluaran hotel yang lebih terkontrol. Namun, hambatan yang sering muncul di lapangan adalah perubahan jumlah permintaan dari departemen terkait setelah *purchasing* mendapatkan harga terbaik, serta lonjakan harga dari semua *supplier* pada waktu yang bersamaan.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, X3 menyarankan agar *purchasing* terlebih dahulu menganalisis kebutuhan user dan frekuensi pemakaian barang tertentu. Dengan demikian, *purchasing* dapat melakukan negosiasi lebih baik dengan *supplier* berdasarkan kebutuhan aktual hotel.

Informan X4 menjelaskan bahwa standar keberhasilan *cost reduction* adalah ketika *purchasing* berhasil menurunkan biaya pembelian tanpa mengurangi jumlah dan spesifikasi produk yang dibutuhkan. Namun, ia juga menekankan bahwa hambatan seperti keterbatasan budget, kualitas produk yang berbeda, jumlah *supplier* yang terbatas, serta negosiasi yang berat akibat lonjakan harga menjadi tantangan serius. Manajemen inventaris yang kurang optimal dan keterbatasan waktu serta sumber daya juga memperumit upaya *cost reduction*.

Untuk memastikan keberhasilan strategi *cost reduction*, X4 menyarankan agar *purchasing* melakukan negosiasi harga semaksimal mungkin, menjanjikan pembelian berulang kepada *supplier*, dan seleksi *supplier* yang dapat memberikan harga terbaik tanpa mengorbankan kualitas.

Pada dasarnya, *purchasing* di hotel menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan strategi *cost reduction*, terutama ketika user membutuhkan barang secara mendesak atau saat terjadi

perubahan kurs mata uang yang memengaruhi harga barang impor. Kurangnya dukungan dari manajemen juga sering menjadi hambatan, terutama ketika keputusan pengadaan barang yang lebih murah tidak mendapat persetujuan karena kekhawatiran akan kualitas produk.

Berdasarkan hasil wawancara di tiga hotel berbeda, terdapat beberapa faktor utama yang menghambat penerapan *cost reduction*, yaitu (a) kurangnya dukungan dari manajemen, (b) ketergantungan pada *supplier* tertentu, dan (c) permintaan mendesak dari user. Hambatan-hambatan ini dapat diatasi dengan meningkatkan komunikasi antar-departemen di hotel dan memberikan pemahaman kepada user mengenai manfaat dari *cost reduction*.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, manajemen hotel perlu mengambil pendekatan holistik yang mencakup evaluasi menyeluruh terhadap proses *purchasing*, identifikasi area potensial untuk *cost reduction*, kolaborasi yang kuat dengan *supplier*, dan inovasi dalam mencari cara-cara baru untuk mengurangi biaya tanpa mengorbankan kualitas serta kepuasan tamu.

#### 4. Adakah strategi pendukung lain dalam meningkatkan profit didalam ruang lingkup *purchasing* pada binis perhotelan?

Departemen *purchasing* memainkan peran penting dalam pengelolaan biaya operasional hotel, tidak hanya berfokus pada pengadaan barang dan jasa, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan profitabilitas melalui *cost reduction*, efisiensi proses, dan hubungan baik dengan *supplier*. Berdasarkan wawancara dengan beberapa informan, X1 menjelaskan bahwa *purchasing* membantu profit hotel melalui komunikasi yang baik dengan *supplier*, menawarkan produk yang akan dijual hotel, dan mendapatkan dukungan dari *supplier* untuk acara internal hotel. X2 menambahkan bahwa *cost reduction* adalah fokus utama, di mana *purchasing* harus mampu melakukan

bargain agar mendapatkan harga terbaik tanpa mengorbankan kualitas. Sementara itu, X3 menekankan pentingnya kerja sama kontrak jangka panjang dengan *supplier* serta pengecekan inventaris untuk memastikan pembelian sesuai kebutuhan, sedangkan X4 menegaskan bahwa *purchasing* berperan dalam memperoleh harga diskon terbaik dari *supplier* yang berdampak langsung pada profit hotel. Negosiasi menjadi faktor penting dalam mencapai *cost reduction*, seperti yang disampaikan oleh X1, bahwa negosiasi dapat membantu finance menurunkan pengeluaran tanpa menurunkan kualitas produk. X2 menekankan pentingnya riset harga pasar sebagai dasar negosiasi agar penghematan dapat terlihat dalam jangka panjang, sementara X3 dan X4 sepakat bahwa negosiasi yang baik memungkinkan pengurangan biaya tanpa mengorbankan kualitas barang atau jasa. Selain itu, aliansi dengan properti lain turut membantu dalam menekan biaya. Menurut X1, aliansi menghadapi tantangan seperti potensi monopoli harga, sehingga penting untuk tidak bergantung pada satu *supplier*.

Namun, X2 dan X3 melihat aliansi sebagai strategi efektif melalui power of buying, di mana jumlah pembelian yang besar memungkinkan harga lebih murah dari *supplier*. X4 menguatkan pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa aliansi antarhotel memberikan harga centralized yang lebih ekonomis dibandingkan bekerja secara individual. Dengan strategi yang tepat, departemen *purchasing* dapat meningkatkan profit hotel secara signifikan melalui efisiensi, kontrol biaya, dan kolaborasi yang baik dengan *supplier* serta properti lainnya.

### Pembahasan Hasil

Pada sub bab ini, akan dibahas keterkaitan antara hasil penelitian dengan teori-teori yang ada serta penelitian terdahulu. Profit, yang merupakan keuntungan bersih setelah dikurangkan

dengan biaya operasional hotel, dapat bervariasi tergantung pada revenue yang diperoleh dan biaya pengelolaan pembelian. Pihak *purchasing* berperan penting dalam mengelola penghematan saat pembelian barang untuk meningkatkan profit.

Berdasarkan hasil penelitian di Hotel The ABC Jakarta, The GHE Jakarta, dan The XYZ Jakarta, unit *purchasing* dapat mengelola *cost reduction* dengan baik, yang terbukti melalui peningkatan profit. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Fahria et al., 2023) yang menunjukkan bahwa penerapan *cost reduction* dalam bisnis retail dapat meningkatkan profit hingga 35% di atas pagu yang ditetapkan. Hasil ini juga didukung oleh Rakhmawati, et al. (2023), yang menemukan bahwa target *cost reduction* dapat mengurangi biaya produksi hingga 5,65%, serta meningkatkan laba sebesar 10,08%, lebih tinggi dibandingkan tanpa penerapan *cost reduction* yang hanya menghasilkan profit 5,67%.

Penelitian ini juga memperkuat temuan yang menunjukkan bahwa penerapan *cost reduction* pada biaya produksi dapat menghasilkan margin keuntungan sebesar 15% (Turang et al., 2024), dan penelitian Murtanto & Utama, (2019), yang menyatakan bahwa *cost reduction* bertahap oleh pihak *purchasing* dengan pengeluaran lebih minim dapat meningkatkan laba secara signifikan.

Secara keseluruhan, penerapan strategi *cost reduction* yang efektif memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan profit. Penghematan biaya pembelian, penerapan metode seperti target costing, dan pemanfaatan aliansi dengan hotel serupa dapat menurunkan biaya produksi tanpa harus menaikkan harga jual, yang berisiko mengurangi jumlah pelanggan. Selain itu, pembelian berbasis analisis risiko dan hubungan jangka panjang dengan *supplier* dapat meningkatkan daya tawar dan menciptakan efisiensi biaya yang berkelanjutan. Dengan demikian,

penerapan *cost reduction* dalam *purchasing* tidak hanya mengurangi biaya, tetapi juga berkontribusi pada profitabilitas yang lebih tinggi dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

Selanjutnya, untuk pemahaman lebih jelas mengenai strategi penerapan *cost reduction* dalam optimalisasi peningkatan profit di sektor industri perhotelan, analisis SWOT mendasar adalah sebagai berikut:

### Gambar 3 Matriks Hasil SWOT

Code	Strength (S)	Code	Weakness (W)
1	Penggunaan Banya Penelitian	1	Kualitas Barang Terkenaan
2	Efisiensi Operasional	2	Ketergantungan Dengan Supplier Terkenal
3	Strategi Pemasaran Yang Baik	3	Peningkatan Harga
4	Peningkatan Muhammang Dengan Supplier	4	Risiko Ketergantungan Pengimbasan
Code	Opportunities (O)	Code	Threats (T)
1	Penggunaan Teknologi Pengajaran	1	Meningkatkan kemampuan Sistem manajagemen teknologi proses perusahaan
2	Pengadaan Belakarjulan	2	Penggunaan sistem operasi untuk memudahkan dalam operasional
3	Kemauasan Dengan Supplier	3	Kemauasan kerjasama untuk harga barang
4	Cyptosystem Pemasaran	4	Hilangnya dengan supplier terkandung pada faktor-faktor selain adanya
Code	Threats (T)	Code	Opportunities (O)
1	Flikuman Harga Pasar	1	Melakukan komunikasi baik dengan supplier
2	Fahaldukan Ekonomi	2	Strategi operasional ditengah ketidakstabilan ekonomi
3	Penurunan Kualitas Layanan	3	Sempulkan anggaran barang tetapi lebih baik namun tidak untuk dilaksanakan
4	Alasan Kelelahan	4	Kemauasan yang tinggi walaupun terjadi permasalahan ketika menghadapi reguler

Dalam analisis penerapan strategi *cost reduction* untuk meningkatkan profit pada sektor industri perhotelan, kita bisa merujuk pada matriks SWOT yang mencakup empat kuadran strategi: *SO* (*Strength-Opportunity*), *WO* (*Weakness-Opportunity*), *ST* (*Strength-Threat*), dan *WT* (*Weakness-Threat*). Berikut merupakan uraian untuk setiap kuadran:

### 1. Kuadran I: Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Fokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal. Optimalkan kontrol anggaran, efisiensikan operasional, dan jaga hubungan baik dengan *supplier* untuk manfaatkan teknologi dan pengadaan berkelanjutan. Tujuan: Menurunkan biaya pengadaan barang dan meningkatkan daya saing.

## 2. Kuadran II: Strategi WO (Weakness-Opportunity)

Manfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal.  
Perbaiki pengadaan barang dengan teknologi dan kerjasama yang lebih baik, sehingga mengurangi ketergantungan pada *supplier* tunggal dan memperbaiki kualitas produk.

### 3. Kuadran III: Strategi ST (*Strength-Threat*)

Dapat gunakan kekuatan internal untuk mengurangi dampak ancaman eksternal (seperti fluktuasi harga dan regulasi).

Dengan kontrol pembiayaan dan hubungan dengan *supplier*, hotel dapat mengurangi dampak ancaman tanpa menurunkan kualitas layanan.

#### 4. Kuadran IV: Strategi WT (Weakness-Threat)

Hindari ancaman eksternal dengan mengatasi kelemahan internal.

Strategi ini melibatkan pengurangan ketergantungan pada *supplier* tunggal dan mengantisipasi dampak fluktuasi harga serta perubahan regulasi.

#### **Analisis SWOT terhadap *Cost Reduction*:**

## 1. Negosiasi Harga

- a. Kekuatan: Informasi pasar yang kuat dan hubungan jangka panjang dengan *supplier* memberikan posisi tawar yang lebih baik.
  - b. Kelemahan: Ketergantungan pada satu *supplier* dan keterampilan negosiasi yang kurang.
  - c. Peluang: Mengajukan kontrak jangka panjang dan pembelian dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga lebih baik.
  - d. Ancaman: Fluktuasi harga yang tidak dapat diprediksi dan *supplier* yang tidak fleksibel.

**2. Aliansi**

  - a. Kekuatan: Kerjasama dengan hotel lain memperbesar daya tawar dan meningkatkan efisiensi rantai pasokan.
  - b. Kelemahan: Ketergantungan pada *supplier* tertentu dan kehilangan fleksibilitas.
  - c. Peluang: Harga yang lebih rendah dan efisiensi dalam proses pengadaan.
  - d. Ancaman: Ketergantungan berlebih pada *supplier* dan perubahan regulasi atau harga pasar.

### 3. Simpulan

#### **1. Penerapan SOP yang Tidak Sepenuhnya Efektif**

Penerapan SOP di departemen *purchasing* pada The ABC Jakarta, The GHE Jakarta, dan The XYZ Jakarta masih belum sepenuhnya diterapkan. Hal ini disebabkan oleh permintaan mendesak dari berbagai pihak, seperti banquet event order yang baru diterima dari tim sales, permintaan tambahan dari general manager untuk tamu VIP, dan permintaan khusus dari pemilik hotel. Situasi ini menyebabkan tim *purchasing* kesulitan dalam mengikuti prosedur standar operasional (SOP) yang telah ditetapkan.

#### **2. Pengaruh Cost Reduction terhadap Peningkatan Profit**

Penerapan strategi *cost reduction* dalam penghematan biaya operasional hotel terbukti memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan profit. Hotel berhasil memperoleh margin profit yang lebih besar karena biaya operasional yang lebih efisien. Sebaliknya, jika beban biaya meningkat, profit akan berkurang. Kontribusi *purchasing* terhadap peningkatan profit hotel diperkirakan sekitar 15% - 30%. Pencapaian target saving tahun 2023 menunjukkan angka yang melebihi target, dengan capaian saving sebesar 35% hingga 176%.

#### **3. Dampak Permintaan Mendadak dan Kurangnya Waktu untuk Negosiasi**

Permintaan mendadak dari pihak user, serta perubahan jumlah item yang diminta, menghambat tim *purchasing* dalam melakukan negosiasi harga dengan *supplier*. Kondisi ini memperburuk kemampuan tim *purchasing* dalam mendapatkan harga terbaik, karena mereka tidak memiliki cukup waktu untuk melakukan tawar-menawar secara efektif. Selain itu, ketergantungan pada *supplier* yang sama untuk berbagai jenis produk juga mengurangi fleksibilitas dalam mencari alternatif yang lebih menguntungkan.

#### **4. Strategi Peningkatan Profit Melalui Komitmen dengan Supplier**

Tim *purchasing* juga menerapkan strategi lain untuk meningkatkan profit dengan

memberikan komitmen khusus kepada *supplier* mengenai harga yang ditetapkan. Selain itu, tim *purchasing* turut serta dalam mempromosikan produk-produk hotel, yang dapat membantu meningkatkan pendapatan dan mendukung strategi *cost reduction* yang sudah diterapkan.

#### **Daftar Pustaka**

Fahria, R., Laela Ermaya, H. N., & Mashuri, A. A. . (2023). Implementasi Akuntansi Biaya pada Perhitungan Harga Jual Produk Komunitas Cemal Cemil Corner. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 3(1), 44-49. <https://doi.org/10.31004/abdira.v3i1.244>

Mahardika, I. G. M. D. P., Laksana, I. P. Y., & Utami, M. A. J. P. (2024). Analisis Pengendalian Food Cost Pada Hotel the St. Regis Bali Resort. *Ganec Swara*, 18(3), 1608. <https://doi.org/10.35327/gara.v18i3.984>

Murtanto, M., & Utama, A. (2019). Cost Reduction Innovation Sebagai Bentuk Implementasi Kaizen Costing Untuk Cost Competitiveness Dan Pencapaian Target Profit. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 1-26. <https://doi.org/10.25105/jat.v5i1.4837>

Rachmad, Y. E., Rijal, S., Niswaty, R., & Akib, H. (2021). *Pengantar Pariwisata*.

Sari, D. ayu novita, & Dewi, M. heny urmila. (2018). Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan, jumlah objek wisata dan jumlah hotel terhadap pendapatan asli daerah kabupaten/kota provinsi bali. *E-Jurnal EP Unud*, 10(1), 389-418.

Siagian, N., & Siallagan, S. J. (2022). Perkembangan Bisnis Pariwisata Di

Kota Parapat Ditinjau Dari Perspektif  
Pembangunan Danau Toba Sebagai  
"Monaco Of Asia." *Jurnal Ilmu Sosial*  
*Dan Politik*, 2(1), 87–100.  
<https://doi.org/10.51622/jispol.v2i1.741>

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.*

Telaumbanua, J. Y., & Maria, A. D. (2024).  
*Strategi Pengelolaan Biaya Operasional pada Toko Malika Operational Cost Management Strategy at Malika Store.* 7(2), 561–567.  
<https://doi.org/10.34007/jehss.v7i2.2399>

Turang, L. E., Tirayoh, V. Z., Datu, C., Akuntansi, J., Ekonomi, F., Sam, U., & Manado, R. (2024). *Penerapan Metode Target Costing Untuk Optimalisasi Laba Yum Yum Taste Manado Application Of Target Costing Method For Profit Optimization Of Yum Yum Taste Manado.* 8(3).