

## ABSTRAK

Industri perhotelan dalam era globalisasi menghadapi persaingan yang sangat ketat dari pengusaha perhotelan multinasional. Ketatnya persaingan ini membuat para pengusaha di bidang perhotelan gencar mengembangkan usahanya. Begitu pula yang dilakukan oleh Accor, sebuah perusahaan operator hotel global yang melakukan ekspansi hingga ke wilayah Indonesia.

Saat Accor berhasil menguasai *market share* terbesar di Indonesia, beberapa penjelasan yang dilakukan seringkali berhenti sebatas arti penting strategi ekspansi dan kekuatan jaringan global. Padahal sesungguhnya ada hal lain yang kurang dieksplor dalam menjelaskan tentang kesuksesan Accor, yaitu keterhubungannya dengan arti penting strategi lain yang populer semisal glokalisasi.

Dalam penelitian ini, penulis mencoba menghubungkan antara penguasaan pasar hotel Accor dengan strategi glokalisasi sebagai tapal-batas globalisasi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengapa Accor muncul sebagai kekuatan dominan industri perhotelan internasional di Indonesia? Apakah dominasi Accor di Indonesia semata konsekuensi dari kekuatan jaringan globalnya? Jika benar demikian, mengapa Accor dan bukan jaringan global hotel internasional lain yang muncul sebagai kekuatan utama industri perhotelan internasional di Indonesia? Untuk menjelaskan masalah tersebut, penulis mencoba menghubungkan kerangka teoritik, yaitu globalisasi dan arti penting *network*; *network* dan standarisasi; bisnis internasional dan paradoks diferensiasi; dari diferensiasi ke glokalisasi; *hospitality industry*: antara *network* dan glokalisasi; serta "*Accor-story*": *network* atau glokalisasi?

Hasil dari penelitian ini adalah sebuah pembuktian dari tesis yang telah lebih dahulu disusun oleh penulis, yaitu Accor muncul sebagai kekuatan dominan industri perhotelan internasional di Indonesia bukan semata-mata karena konsekuensi dari kekuatan jaringan globalnya, tetapi karena Accor melengkapi jaringan globalnya yang kuat dengan upaya diferensiasi dan glokalisasi strategis. Meski jaringan hotel Accor lebih sering diasosiasikan dengan *network* internasional yang kuat, kesuksesannya di Indonesia muncul bukan semata-mata karena keunggulan *network*nya. Sebaliknya kesuksesan Accor lebih jauh merupakan buah dari kecerdikan manajemen Accor dalam melengkapi keunggulan *network* dengan serangkaian upaya glokalisasi strategis. Strategi glokalisasi ini tidak hanya yang membuat Accor berbeda dengan jaringan hotel internasional lain di Indonesia, tetapi juga menjelaskan mengapa di antara banyak hotel internasional dengan jaringan global yang kuat, Accor mampu bertahan sebagai kekuatan yang paling dominan. Tetapi ini bukan berarti *network* internasional tidak penting bagi Accor. *Network* tetap merupakan kelebihan yang menjadikan Accor lebih unggul dibandingkan dengan hotel tanpa jaringan internasional kuat. Tetapi dalam persaingan dengan sesama hotel berjaringan kuat atau dalam persaingan antar sesama hotel Accor, keunggulan secara umum tidak ditentukan oleh faktor *network* melainkan diferensiasi dan glokalisasi.

**Kata kunci:** tapal-batas globalisasi, *network*, glokalisasi, dan strategi penguasaan pasar di industri perhotelan.