

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keunggulan bersaing merupakan segala sesuatu yang dilakukan dengan sangat baik oleh sebuah perusahaan dibanding dengan pesaingnya. Ketika sebuah perusahaan dapat melakukan sesuatu dan perusahaan lainnya tidak dapat, atau memiliki sesuatu yang diinginkan pesaingnya. Saat ini banyak sekali *Tour & Travel* yang berdiri di Bali. *Tour & Travel* merupakan salah satu perusahaan yang berdiri sebagai imbas dari banyaknya permintaan pasar yang dimana banyaknya calon wisatawan yang menginginkan perjalanan wisatanya secara mudah, lengkap, dan praktis.

Sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia dan menjadi penyumbang devisa utama. *Organization for Economic Co-Operation and Development* (OECD) dalam laporan *Tourism Trends and Policies 2022* menyebutkan pada 2019, sektor pariwisata menyumbang 5,0% dari pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia. Salah satunya, keberhasilan pariwisata Indonesia khususnya di Bali didukung oleh adanya *Tour & Travel*.

Berdasarkan fakta diatas maka semakin mempengaruhi pengusaha untuk membuka bisnis *Tour & Travel*, hal ini bisa dilihat dari semakin banyaknya perusahaan *Tour & Travel* di Bali, sehingga membuat perusahaan tersebut saling berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen tentunya dengan melakukan marketing yang semakin dimodifikasi, dimana setiap perusahaan memiliki target tertentu untuk kemajuan usahanya, hal ini diperlukan marketing yang berkompeten untuk membuat strategi agar dapat menjangkau konsumen, dengan banyaknya minat wisatawan yang melakukan kunjungan wisata ke Pulau Bali tentu ini menjadi ladang bisnis yang prospektif kedepannya.

Semakin banyaknya perusahaan-perusahaan *Tour & Travel* yang kemudian berimplikasi pada ketatnya persaingan antara perusahaan termasuk perusahaan-perusahaan *Tour & Travel*. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang bertujuan agar dapat mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. *Tour & Travel* memasarkan produknya dengan cara merekrut marketing. Sebab walau bagaimanapun juga sebuah Travel tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya team marketing yang handal.

Berdasarkan data *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA) atau Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia berikut daftar 15 besar *Tour & Travel* yang berada di Bali :

Tabel 1.1 Daftar Top 15 Tour & Travel di Bali

No.	Nama Tour & Travel	Alamat
1.	Golden Rama Express Tour & Travel	JL. By Pass Sunset Road No.78, Simpang Dewa Ruci, Kuta-Bali
2.	Dwidaya Wisata Indonesia	Jl. By pass Ngurah Rai No.100 Blok B Tuban, Badung, Bali.
3.	Happy Trails Asia	Jl. By Pass Ngurah Rai No.195 Sanur, Bali.
4.	Asian Trails Indonesia	Jl. By Pass Ngurah Rai No.260 Sanur, Denpasar, Bali 80228
5.	Antavaya Tour Bali	Jl. By pass Ngurah Rai 143 Sanur 80228 Bali Indonesia
6.	Exo Travel Indonesia	Jl. By pass Ngurah Rai No. 157, Sanur, Denpasar Selatan
7.	Pacto	Jl. By Pass Ngurah Rai No.378 Sanur, Denpasar Selatan, Bali.
8.	Destination Asia	Jl. By Pass Ngurah Rai No.360 Sanur
9.	Bayu Buana Travel Service	Ruko Sunset Indah II No.5 Jl. Sunset Road No.819 Kuta
10.	Wita Tour	Pertokoan Imam Bonjol Square Blok AA-38, Jl. Imam Bonjol No.555, Pemecutan Kelod, Denpasar, Bali 80119
11.	Pegasus Indonesia Travel	Jl. Taman Jimbaran, Perum Umah D'Jimbaran Kav. C1 Badung, Kuta Selatan, Jimbaran, Bali 80361
12.	Harum Indah Sari Tours & Travel	Jl. By Pass Ngurah Rai No.732 Pesanggaran, Denpasar, Bali 80222

13.	Bali Sundaram Travel	Jalan Pundak No 3A Batubulan, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali 80582
14.	Asia Koleksi Travel	Jl. By Pass Ngurah Rai No.9B Kuta, Bali 80361
15.	Abadi Bali Wisata Tours & Travel	Jl. Dewi Sita Selatan No.32, Seminyak, Kuta, Bali

Sumber: <https://www.asitabali.org/en/keanggotaan/full-member>

Berdasarkan data dari [asitabali.org](http://www.asitabali.org) serta konferensi Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia yang dilakukan pada setiap awal tahun, PT. Bali Sundaram menempati posisi 13 dari 15 besar *Tour & Travel* yang berada di Bali. PT. Bali Sundaram merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri perjalanan wisata sejak tahun 2016, perusahaan ini menarik *market* atau pasar untuk wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. PT. Bali Sundaram merupakan salah satu travel terbaik di Bali yang memberikan pelayanan kenyamanan perjalanan wisata.

PT. Bali Sundaram memberikan pelayanan yang optimal terhadap konsumen. Dengan biaya yang dibayarkan konsumen sesuai dengan apa yang didapatkan, fasilitas yang didapatkan konsumen adalah fasilitas terbaik seperti fasilitas hotel bintang 4. PT. Bali Sundaram yang berdiri sejak 2016 lalu di Bali sudah banyak wisatawan yang mempercayakan perjalanan wisata mereka terhadap perusahaan ini. Berikut perbandingan paket wisata yang ditawarkan PT. Bali Sundaram dengan pesaingnya yang lain dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Perbandingan Paket Wisata dengan Pesaing Sejenis

No	Nama Travel	Jenis Paket	Harga	Fasilitas
1.	Golden Rama Express Tour & Travel	Private Tour 4 Hari 3 Malam (Minimal 4 Peserta)	Rp. 3.999.000	Hotel *4
2.	Dwidaya Wisata Indonesia	Private Tour 4 Hari 3 Malam (Minimal 4 Peserta)	Rp. 3.749.000	Hotel *3
3.	Bali Sundaram Travel	Private Tour 4 Hari 3 Malam (Minimal 2 Peserta)	Rp. 3.299.000	Hotel *4

Sumber : Data Perusahaan

Dari Tabel 1.2 diatas, dapat dilihat perbandingan strategi yang dilakukan oleh PT. Bali Sundaram dengan pesaingnya yang sejenis yaitu Golden Rama Express Tour Travel dan Dwidaya Wisata Indonesia. Harga yang ditawarkan Bali Sundaram termurah diantara pesaing sejenisnya, serta fasilitas hotel berbintang 4 dan bisa dipesan dengan minimal 2 peserta. Harga yang kompetitif merupakan salah satu indikator strategi bisnis yang dilakukan perusahaan PT. Bali Sundaram agar dapat menarik konsumen. Strategi yang dilakukan Bali Sundaram yaitu menarik calon wisatawan meskipun dalam jumlah yang sedikit, tidak hanya itu Bali Sundaram juga menerima permintaan calon wisatawan yang berpergian seorang diri dengan harga yang dapat dinegosiasikan kemudian, juga dapat memilih atau merubah tujuan destinasi dalam paket wisata yang telah ada. Bali Sundaram juga menawarkan *upgrade* paket seperti fasilitas villa biasa maupun villa yang mewah.

Untuk mencapai keberhasilan jangka panjang, sebuah bisnis harus memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif merupakan suatu kondisi dimana sebuah bisnis dapat melakukan sesuatu yang tidak bisa dilakukan bisnis lain atau pesaingnya. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, sebuah bisnis harus menentukan strategi yang tepat dalam mengelola bisnisnya. Strategi yang ditentukan akan memiliki dampak terhadap bisnis baik itu kesuksesan atau kegagalan serta dampak terhadap kebangkrutan atau kebertahanan bisnis (Nedelea & Păun, 2009; Astuti & Ratnawati, 2020).

Keunggulan bersaing dalam suatu perusahaan, harus merumuskan strategi yang cocok dengan lingkungan internal dan eksternal untuk diimplementasikan dalam persaingan dan menciptakan keunggulan secara berkelanjutan. (Glenn Baxter, 2019 dalam Ribek et al., 2020) menyatakan dalam menganalisis peningkatan kinerja diperlukan adanya kekuatan strategi dalam industri yang memiliki keunikan dan diferensiasi sehingga mampu mencapai keunggulan bersaing.

PT. Bali Sundaram merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perjalanan wisata dengan tingkat persaingan yang tinggi. Di Bali juga terdapat banyak perusahaan jasa sejenis, perbedaan posisi persaingan akan mempengaruhi strategi pemasaran yang digunakan dalam bersaing dengan para pesaingnya.

Salah satu strategi pemasaran yang dipakai oleh Bali Sundaram adalah pemasaran digital (digital marketing). Bali Sundaram memiliki tim marketing yang berfokus pada social media seperti pembuatan konten pada Instagram *reels* maupun video Tiktok. Dalam hal ini Bali Sundaram lebih memfokuskan menarik konsumen melalui platform social media. Tetapi hal ini masih belum optimal terbukti dari data yang diperoleh dari *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA) bahwa Bali Sundaram belum masuk dalam posisi 10 besar namun menempati posisi 13 dari 15 besar *Tour & Travel* di Bali. PT.Bali Sundaram terus selalu mencoba meningkatkan kinerja agar dapat menempati posisi lebih tinggi di masa yang akan datang.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti mengambil kesimpulan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Keunggulan Bersaing PT Bali Sundaram**”

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang pemikiran diatas, agar lebih jelas fokus permasalahan yang akan dianalisa dalam tesis ini maka penelitian memberikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi internal bisnis Travel PT. Bali Sundaram?
2. Bagaimana kondisi eksternal bisnis Travel PT. Bali Sundaram?
3. Apakah Strategi bisnis yang diterapkan oleh bisnis Travel PT. Bali Sundaram sudah tepat untuk mencapai keunggulan bersaing?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi internal bisnis Travel PT. Bali Sundaram
2. Untuk mengetahui kondisi eksternal bisnis Travel PT. Bali Sundaram
3. Untuk merumuskan strategi bisnis PT. Bali Sundaram serta menentukan strategi alternatif dalam menghadapi persaingan bisnis

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Adapun manfaat dalam penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi literature untuk pengembangan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca terutama tentang cara bagaimana suatu perusahaan menentukan strategi yang tepat untuk bersaing atau unggul terhadap perusahaan sejenisnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam hal data, analisa, deskripsi dan reformulasi strategi bisnis kepada PT. Bali Sundaram melalui peningkatan kapabilitas dalam hal pesaing dan peluang, serta dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam menyusun rencana strategis PT. Bali Sundaram untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan sejenis lainnya.