

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

1. Kondisi Internal PT. Bali Sundaram

Kondisi internal perusahaan PT. Bali Sundaram saat ini memiliki Sumber Daya (*Resources*) yang baik, salah satu sumber daya fisik PT. Bali Sundaram yang sebelumnya menyewa bangunan kantor di daerah Tohpati Denpasar Timur, kini sudah mempunyai bangunan sendiri yang berlokasi di Sukawati sejak tahun 2023. PT. Bali Sundaram juga memiliki sumber daya manusia (SDM) yang ahli dan terampil, sehingga mampu menjalankan tugas dan tanggung jawabnya serta mampu memberi nilai tambah bagi organisasi. Sampai dengan 31 Desember 2023, PT. Bali Sundaram telah melakukan upaya-upaya sebagai berikut :

a. Pemutahiran Konsep Perencanaan SDM

Untuk mengantisipasi dinamika organisasi, dilakukan pemutahiran konsep perencanaan SDM secara terus-menerus, sebagai upaya menyediakan informasi yang akurat untuk pengambilan keputusan manajemen tentang apa yang akan dicapai sesuai visi dan misi organisasi dan bagaimana cara yang dilakukan untuk mencapai visi dan misi tersebut ditinjau dari sediaan SDM.

b. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan

Pelatihan dan Pengembangan Karyawan PT. Bali Sundaram selalu dilakukan dengan mengikutsertakan karyawan dalam seminar pariwisata serta dengan pihak yang ahli dalam bidangnya.

PT. Bali Sundaram memiliki Kapabilitas (*Capability*) sebagai badan usaha yang bisnis utamanya bergerak di bidang pariwisata, upaya perlindungan konsumen senantiasa menjadi prioritas.

PT. Bali Sundaram memiliki Kompetensi Inti (*Core Competence*) yaitu menjamin pelayanan *tour* dengan aman dan nyaman yang diberikan mulai di hari

kedatangan hingga hari kepulangan. PT. Bali Sundaram menjanjikan pengembalian dana (*refund*) apabila pelayanan yang didapatkan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

2. Kondisi Eksternal PT. Bali Sundaram

Kondisi eksternal perusahaan PT. Bali Sundaram yang meliputi berbagai aspek melalui analisis PESTEL (*Political, Economic, Social, Technological, Legal and Environment*) berdasarkan hasil observasi dan wawancara maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Political* (Politik)

Ketika Pemerintah menurunkan beban pajak otomatis harga akan turun sedangkan jika pemerintah menaikkan pajak pasti harga akan naik, hal ini juga sangat berpengaruh pada bisnis biro perjalanan PT. Bali Sundaram yang banyak melibatkan perusahaan lain seperti hotel, villa, transportasi, dan restoran. Jika pajak dalam hal akomodasi itu rendah maka akan berpengaruh terhadap harga yang ditawarkan kepada pelanggan dan jika pajak itu tinggi akan berpengaruh juga terhadap pelanggan wisata.

b. *Economic* (Ekonomi)

Adanya pertumbuhan pasar akan diikuti oleh peningkatan kekayaan konsumen dari bisnis yang semakin meluas dikarenakan terjadi kenaikan pendapatan, tetapi jika terjadi sebaliknya maka setiap pengusaha yang ada harus berhati-hati karena daya beli yang menurun bisa berpengaruh terhadap bisnisnya. Faktor ekonomi ini sangat penting bagaimana calon wisatawan memutuskan untuk bepergian atau melakukan perjalanan wisata.

c. *Social* (Sosial)

Gaya hidup seseorang sangat berpengaruh kedalam perilaku konsumsinya dan menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, saat ini wisatawan ada yang mengatur perjalanan wisata sedemikian rupa dan bahkan ada juga yang tidak ingin repot dalam mengurus perjalanannya, ini dipengaruhi oleh lingkungan dan gaya hidup seseorang juga.

d. *Technological* (Teknologi)

Pada era saat ini, teknologi semakin maju dan berkembang sehingga hal ini mengharuskan banyak perusahaan untuk terus meningkatkan atau mengupgrade teknologi yang telah digunakan tersebut apabila tidak ingin kalah bersaing dari para pesaingnya yang telah menggunakan teknologi canggih dan modern, saat ini salah satunya adalah mendesain *website* perusahaan yang menarik dan mudah diakses oleh calon konsumen.

e. *Environment* (Lingkungan)

Faktor lingkungan mempengaruhi berlangsungnya bisnis biro perjalanan PT. Bali Sundaram terutama dalam penempatan lokasi usaha, lokasi usaha harus mendukung bagaimana kondisi lingkungan sekitar agar sukses dan berkembang seiring berkembangnya zaman.

f. *Legal* (Hukum)

Surat izin mendirikan usaha, NPWP pemilik usaha sertifikasi yang berhubungan dengan biro perjalanan harus dimiliki PT. Bali Sundaram agar bisnisnya berjalan dengan lancar dan juga hak cipta merek dagang harus didaftarkan agar tidak menjadi masalah dikemudian hari.

3. Strategi Bisnis

Analisis SWOT menghasilkan alternatif strategi SO (*Strengths dan Opportunities*). Strategi SO yang dapat digunakan oleh perusahaan yang pertama adalah memperluas pangsa pasar, hal ini dapat dilakukan dengan mengikuti *event* yang berhubungan dengan sektor pariwisata, seperti program *Bali & Beyond Travel Fair (BBTF)* guna menjalin kerjasama dengan hotel maupun sub *agent* yang belum menjadi mitra bisnis PT. Bali Sundaram. Strategi yang kedua adalah mengembangkan dan meningkatkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan dengan mengembangkan inovasi baik dalam penjualan produk atau jasa agar tidak kalah bersaing dengan *Online Travel Agent* yang memiliki berbagai penawaran kepada konsumennya. Strategi ketiga adalah mempertahankan dan

meningkatkan pelayanan kepada mitra bisnis dengan memberikan production yang banyak kepada pihak hotel, kemudian memberikan penawaran terbaik terkait penjualan kamar hotel dan *breakfast* kepada sub agent, dan memberikan jaminan 24 jam terkait keluhan apabila sub agent mengalami masalah.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Implikasi untuk Pihak Internal (PT. Bali Sundaram)

Identifikasi mengenai berbagai kendala atau permasalahan serta kekurangan yang dihadapi oleh PT. Bali Sundaram selama ini dapat digunakan sebagai acuan untuk perbaikan serta peningkatan kinerja perusahaan dikemudian hari. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi mengenai kajian ulang strategi bisnis bagi PT. Bali Sundaram.

2. Implikasi untuk Pihak Eksternal (Perusahaan Lain)

Hal diharapkan akan dapat mengetahui satu sama lain bagaimana sistem kerja setiap perusahaann, sehingga dapat terlihat persamaan ataupun perbedaan setiap perusahaan.

3. Implikasi untuk Umum

Penelitian ini memberikan pemahaman bagaimana menentukan strategi alternatif yang tepat agar perusahaan siap bersaing dengan para kompetitor. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan serta melengkapi literatur mengenai strategi bisnis bagi perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini keterbatasan berada pada pengumpulan data, karena pada saat proses wawancara, ada beberapa informan yang kurang terbuka dalam menjawab pertanyaan dari peneliti, tetapi peneliti tetap menemukan garis besar dari jawaban yang didapat dan memungkinkan untuk tetap melakukan penelitian.

5.4 Saran

1. Saran untuk Pihak Internal (PT. Bali Sundaram)

Saran yang dapat menjadi pertimbangan pihak PT. Bali Sundaram antara lain :

- a. PT. Bali Sundaram dapat mempertimbangkan untuk menambah jumlah karyawan baru untuk mengisi kekosongan pada beberapa divisi. Adanya penambahan karyawan ini tentu saja dapat lebih mengoptimalkan kegiatan operasional perusahaan.
- b. PT. Bali Sundaram dapat mempertimbangkan untuk melakukan kegiatan promosi melalui media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak orang atau sub agent sehingga bisa menjadi mitra bisnis. Promosi melalui pencarian pada google juga dapat dilakukan perusahaan, sehingga apabila konsumen mencari dengan kata kunci “*travel agent*” maka nama PT. Bali Sundaram bisa menduduki pencarian teratas

2. Saran untuk Pihak Eksternal (Perusahaan Lain)

Saran yang dapat dipertimbangkan terkait sistem penjualannya yaitu Setiap perusahaan harus terus selalu menanamkan prinsip berkembang dengan cepat karena perusahaan harus siap bersaing dengan kompetitornya, maka dari itu memerlukan perkembangan dalam sistem penjualannya, contohnya dengan tidak hanya berfokus pada produk tertentu, juga tidak hanya berfokus pada jumlah customer.

3. Saran untuk Strategi

Strategi alternatif pada PT. Bali Sundaram adalah Strategi SO (*Strength-Opportunity*), strategi alternatif yang diperoleh ada 3 yaitu memperluas pangsa pasar, mengembangkan dan meningkatkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan, serta mempertahankan dan meningkatkan pelayanan kepada mitra bisnis. Strategi ini akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu dan juga bagaimana perusahaan mengetahui kekuatan serta kelemahannya.