



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Bersaing TX Travel Sunda**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Sri Ayu Nathalia Subagyo

2016320194

Bandung

2020



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Strategi Bersaing TX Travel Sunda**

Skripsi

Oleh

Sri Ayu Nathalia Subagyo

2016320194

Pembimbing

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Bandung

2020

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Sri Ayu Nathalia Subagyo  
Nomor Pokok : 2016320194  
Judul : Analisis Strategi Bersaing TX Travel Sunda

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada, 29 Juli 2020  
Dan dinyantakan **LULUS**

**Tim Penguji**

Ketua sidang merangkap anggota  
Dr. Rulyusa Pratikto, S.AB., M.S.E.

**Sekretaris**

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

**Anggota**

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Persetujuan Skripsi**

Nama : Sri Ayu Nathalia Subagyo  
Nomor Pokok : 2016320194  
Judul : Analisis Strategi Bersaing TX Travel Sunda

Menyetujui untuk diajukan pada  
Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Bandung, 17 Juli 2020

Pembimbing,

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

17 Juli 2020

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sri Ayu Nathalia Subagyo

NPM : 2016320194

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing TX Travel Sunda

Dengan ini menyatakan bahwa penyusunan skripsi ini merupakan hasil karya ilmiah sendiri serta bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat dari pihak lain tersebut dikutip dan juga ditulis dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia untuk menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, Juli 2020



Sri Ayu Nathalia Subagyo

## ABSTRAK

Nama : Sri Ayu Nathalia Subagyo

NPM : 2016320194

Judul : Analisis Strategi Bersaing TX Travel Sunda

---

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor bagi pemerintah untuk meningkatkan devisa negara, mempercepat pertumbuhan ekonomi Indonesia, dan membantu penciptaan lapangan kerja. Pertumbuhan sektor pariwisata yang meningkat, salah satunya dilihat dari banyaknya pelaku bisnis agen perjalanan dan wisata yang hadir sehingga membuat persaingan di industri ini semakin ketat. TX Travel Sunda adalah salah satu pelaku bisnis di sektor pariwisata, sehingga dengan penggunaan strategi yang tepat merupakan hal yang penting bagi perusahaan agar perusahaan dapat terus bersaing dengan pesaingnya di sektor bisnis pariwisata.

Tujuan penelitian ini adalah membahas strategi yang saat ini perusahaan terapkan dalam mempertahankan eksistensinya di sektor pariwisata, faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan, serta rancangan strategi yang kedepannya dapat diterapkan berdasarkan analisis faktor internal yaitu analisis empat fungsi bisnis dan faktor eksternal yaitu analisis PESTLE dan analisis Porter's 5 Forces, analisis internal dan eksternal digunakan untuk merumuskan kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman (SWOT) sehingga perusahaan dapat terus bersaing di dalam sektor bisnis pariwisata. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus.

Berdasarkan hasil analisis, saran rancangan strategi yang dapat diterapkan di masa yang akan datang oleh perusahaan adalah strategi fokus biaya rendah. Diharapkan dengan penerapan strategi fokus biaya rendah, perusahaan mampu untuk mempertahankan eksistensinya dalam sektor pariwisata.

*Kata kunci: Analisis Lingkungan Internal, Analisis Lingkungan Eksternal, SWOT, Matriks SWOT.*

## **ABSTRACT**

*Name : Sri Ayu Nathalia Subagyo*

*NPM : 2016320194*

*Title : Competitive Strategic Analysis of TX Travel Sunda*

---

*The tourism sector is one of the government methods to increase the country foreign exchange, increase Indonesia's economic growth, and reduce the country's unemployment rate by creating job opportunities. The growth of the tourism sector is increasing, one of which is seen from the many business agents of travel and tourism agents present, making competition in the industry more competitive. TX Travel Sunda is one of the businesses in the tourism sector, so with the use of the right strategy is the important thing for the company to compete with the competitors in the tourism sector.*

*The purpose of this research is to discuss the strategies that currently applied by the company in maintaining its existence in the tourism, internal and external environment factors that can affect the company, and to formulate future strategy based on internal factor analysis, namely analysis of four business functions and external factors namely PESTLE analysis and Porter's 5 Forces analysis, internal and external analysis is used to formulate strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) so companies can continue to compete in the tourism business sector. This research is using descriptive qualitative research with case study research method.*

*Based on the results of the analysis, the suggested design strategies that can be applied in the future by the company are focused low cost. It is expected by implementing focused low cost strategy, company able to maintain its existence in tourism sector.*

*Keywords: Internal Enviromental Analysis, Internal Enviromental Analysis, SWOT, SWOT Matrix.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmatNya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan penelitian ini. Penulisan skripsi ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan. Judul dari skripsi ini adalah “Analisis Strategi Bersaing TX Travel Sunda”. Dalam penyusunan skripsi ini telah dibantu oleh banyaknya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun spiritual. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dengan setulus hati, kepada:

1. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M sebagai dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing penulis dengan segala kekurangan yang dimiliki. Terima kasih atas segala waktu, tenaga, kesabaran, dan ilmu yang sudah diberikan kepada penulis selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo. M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si sebagai Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

4. Bapak Daniel Karim, S.IP., MM sebagai dosen wali penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
5. Kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan semangat dengan kesabaran, doa, dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril dan materil.
6. Seluruh keluarga besar yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi.
7. TX Travel Sunda, terutama Ibu Merry yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di TX Travel Sunda.
8. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan waktu dan ilmunya melalui pengajaran kepada peneliti sehingga mendapatkan ilmu serta pengetahuan selama berlangsungnya perkuliahan ini.
9. Dave Nogie Alfarizi selaku teman dekat penulis yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama perkuliahan berlangsung terutama dalam penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat penulis yaitu *sahabatan terus* yang terdiri dari Tasya, Aliya, Irene, Monce, dan Rointan yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, hiburan, dan senantiasa menemani penulis dalam situasi baik dan buruk selama masa perkuliahan.
11. Anne dan Dwindi yang memberikan semangat, dukungan, dan waktunya kepada penulis selama masa perkuliahan. Cerita-cerita dari kalian selalu membuat penulis takjub.

12. Karin, Shintia, dan Sou selaku teman pertama kali penulis selama berada di Universitas Katolik Parahyangan. Semoga kalian selalu bahagia!
13. Lodwyk Devian Christy Larumunde yang selalu membantu penulis untuk belajar selama perkuliahan berlangsung.
14. Saras selaku saudara dari penulis yang selalu menerima keluh-kesah penulis dan memberikan dukungan dan semangat kepada penulis terutama dalam penyusunan skripsi ini.
15. Teman-teman baik penulis di Universitas Katolik Parahyangan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
16. MEDICOMRADE 2017-2019 yang telah memberikan pengalaman kepada penulis dalam mendapatkan pengalaman dari berorganisasi selama perkuliahan.
17. PMKT 2017-2018 yang telah memberikan pengalaman kepada penulis dalam mendapatkan pengalaman dari berorganisasi selama perkuliahan.
18. Teman-teman angkatan 2016 di Universitas Katolik Parahyangan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan masih kurangnya pengalaman dan keterbatasan ilmu penulis baik dari aspek penulisan dan pembahannya. Maka dari itu, kritik serta saran dari pihak-pihak yang membaca penelitian ini tentu akan membantu penulis kedepannya. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat dan ilmu pengetahuan baru bagi pembaca. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih, semoga Tuhan Yang Maha

Esa dapat membalas segala kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan dengan baik.

Bandung, Juli 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Kerangka Pemikiran .....	11
.....	13
.....	13
BAB II.....	14
LANDASAN TEORI.....	14
2.1. Strategi .....	14
2.1.1. Pengertian Strategi .....	14

2.1.2. Tingkatan Strategi .....	15
2.1.3. Jenis-Jenis Strategi .....	17
2.1.4. Strategi Generic ( <i>Generic Strategy</i> ).....	21
2.2. Manajemen Strategi .....	25
2.2.1. Pengertian Manajemen Strategi .....	25
2.2.2. Tahap-Tahap Manajemen Strategis.....	27
2.3. Analisis Lingkungan Eksternal .....	29
2.3.1. Analisis Lingkungan Makro (PESTLE).....	29
2.3.2. Analisis Lingkungan Mikro ( <i>Portes's five forces analysis</i> ).....	32
2.4. Analisis Lingkungan Internal.....	38
2.5. Analisis SWOT .....	40
2.6. Penelitian Terdahulu .....	44
<b>BAB III .....</b>	<b>46</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>46</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	46
3.2. Metode Penelitian.....	47
3.3. Protokol Studi.....	48
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5. Sumber Data .....	52
3.6. Teknik Analisis Data .....	53

3.7. Model Penelitian.....	55
BAB IV .....	56
OBJEK PENELITIAN .....	56
4.1. Profil Perusahaan .....	56
4.2. Sejarah Perusahaan.....	56
4.3. Produk Perusahaan .....	60
BAB V.....	66
PEMBAHASAN .....	66
5.1. Strategi TX Travel.....	67
5.2. Rancangan Strategi.....	72
5.2.1. Analisis Internal Perusahaan .....	72
a) Produksi/Operasi.....	72
b) Keuangan.....	74
c) Pemasaran .....	74
5.2.2. Analisis Lingkungan Eksternal .....	79
5.3. Analisis dan Matriks SWOT .....	95
5.3.1. Analisis SWOT .....	95
5.3.2. Matriks SWOT.....	101
BAB VI.....	108
KESIMPULAN DAN SARAN.....	108

6.1. Kesimpulan.....	108
6.2. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	112
LAMPIRAN.....	118

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Penawaran perusahaan agen perjalanan di sekitar Jalan. Sunda, Bandung dan Traveloka .....	7
Tabel 2. 1. Porter's Strategy Mix .....	25
Tabel 2. 2. Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel 3. 1. Protokol Studi .....	48
Tabel 5. 1. Strategi Fokus .....	68
Tabel 5. 2. Strategi Perusahaan dan Perusahaan Pesaing.....	69
Tabel 5.3.2. 1. Matriks SWOT TX Travel Sunda .....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. TX Travel di Bandung.....	5
Gambar 4. 1. Logo TX Travel (Sunda).....	56
Gambar 4.2. 1. Lokasi Baru TX Travel Sunda .....	58
Gambar 4.2. 2. Lokasi Lama TX Travel Sunda .....	59
Gambar 4.2. 3. Penunjukkan Lokasi Baru Perusahaan di Media Sosial .....	59
Gambar 4.3. 1. Paket Tur TX Travel Sunda .....	61
Gambar 4.3. 2. Paket Tur Internasional TX Travel Sunda.....	62
Gambar 4.3. 3. Paket Tur Hiburan (Sport) TX Travel Sunda.....	63
Gambar 4.3. 4. Paket Tur Dream Cruise TX Travel Sunda.....	64
Gambar 4.3. 5. Pengurusan Pembuatan Passport oleh TX Travel Sunda .....	64
Gambar 4.3. 6. Pengurusan Pembuatan VISA oleh TX Travel Sunda .....	65
Gambar 5. 1 Instagram TX Travel Sunda .....	72
Gambar 5. 2. Nilai Tukar Rupiah terhadap Dolar AS (13-20 Maret 2020) .....	82
Gambar 5.2.1. 1. Kegiatan Pemasaran Melalui Travel Fair.....	77
Gambar 5.2.2. 1. Bukti keanggotaan ASITA (Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies) .....	81
Gambar 5.3.2. 2. Paket Tour Libur Hari Raya Lebaran.....	84

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2. 1. Analisis PESTLE .....	29
Diagram 2. 2. Five Forces Analysis Porter .....	32
Diagram 2. 3. Matriks SWOT .....	43



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Pariwisata adalah salah satu sektor yang menjadi salah satu cara bagi pemerintah untuk meningkatkan devisa negara. Menurut Undang-Undang Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai macam fasilitas serta layanan yang disediakan oleh pengusaha, masyarakat serta pemerintah. Sebagaimana yang tertuang dalam UU No. 10 Tahun 2009 bahwa industri pariwisata merupakan kumpulan usaha yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata, dan usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata. (Wahyudi, 2017).

Indonesia memiliki kemampuan yang besar dalam mengembangkan sektor pariwisatanya. Sektor pariwisata merupakan sektor yang dinilai cukup memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan daerah, tidak hanya itu, dengan berkembangnya sektor pariwisata mampu menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sehingga dapat mengatasi pengangguran. Menurut *World Tourism Organization* (WTO) pariwisata merupakan kegiatan manusia

yang melakukan perjalanan serta tinggal di daerah luar lingkungan sehari-harinya.

Berbagai macam obyek wisata termasuk di Indonesia selalu ramai dikunjungi oleh wisatawan mancanegara ataupun wisatawan domestik, hal tersebut mendukung pertumbuhan pariwisata Indonesia yang didukung juga oleh pemerintah. Menteri Pariwisata menyatakan bahwa pariwisata telah ditetapkan sebagai sektor unggulan pembangunan.

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa pariwisata karena kebiasaan berpergian dan tidak memiliki waktu untuk mengurus berbagai macam kebutuhan *travelling* seperti tiket perjalanan (penerbangan, kereta api, dsb), surat perjalanan (visa), penginapan membuat eksistensi *Agent Tour and Travel* semakin dibutuhkan. Demi memenuhi kebutuhan tersebut, kesempatan untuk membangun bisnis *Agent Tour and Travel* pun semakin dilirik oleh para pembisnis. Dengan terus bertambahnya obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi tentu saja memberikan dampak positif bagi industri bisnis *Agent Tour and Travel*. Banyaknya pembisnis yang memutuskan untuk berbisnis *Agent Tour and Travel*, mereka berusaha untuk menjadikan perusahaannya sebagai perusahaan terbaik dibandingkan dengan para pesaingnya. Perusahaan berlomba – lomba menyediakan paket wisata dan perjalanan yang harganya cukup murah namun dapat memberikan pelayanan yang baik. Hal penting yang harus diperhatikan *Agent Tour and Travel* adalah menjaga kepercayaan konsumen sehingga pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan.

Dengan tingginya minat masyarakat Indonesia untuk berwisata bahkan saat perekonomian sedang melemah yang dilihat berdasarkan tingkat minat masyarakat Indonesia yang tinggi untuk mengikuti kegiatan *travel fair* yang diselenggarakan oleh perusahaan *travel agent*, maka semakin mendukung perusahaan *travel agent* untuk terus beroperasi. (Hartati, 2018)

Persaingan antar perusahaan *Agent Tour and Travel* dapat dikatakan semakin ketat. Ketua Umum Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies (Asita) Rusmiati mengatakan bahwa pada tahun 2020, pelaku usaha agen perjalanan wisata akan terus bertumbuh yang dibuktikan sampai saat ini terdapat 7.000 pelaku usaha agen perjalanan (Zuhriyah, 2019). Dengan banyaknya pelaku usaha *travel agent* termasuk *online travel agent*, para konsumen dapat dengan mudah memilih dan menentukan perusahaan *travel agent* yang terbaik yang dapat dilihat dari kelengkapan informasi yang ditawarkan.

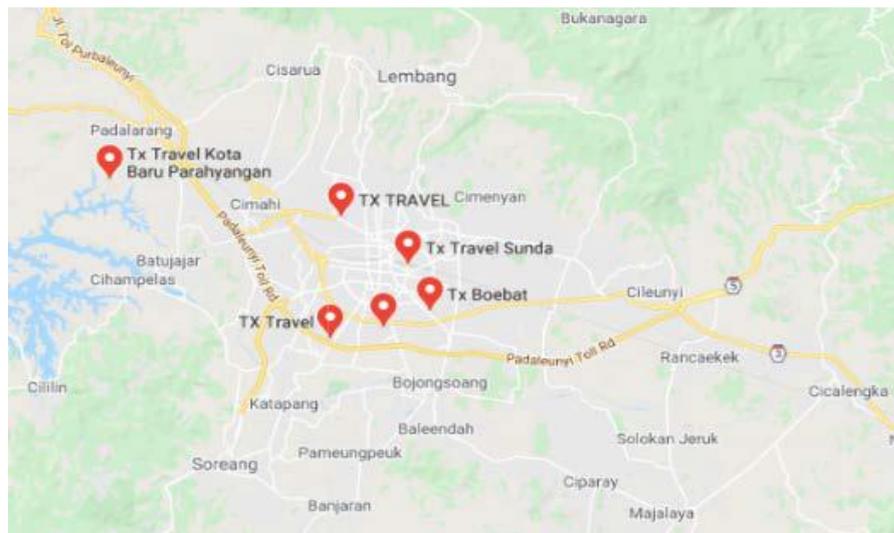
Perusahaan *online ticketing/online travel agent* memiliki layanan yang berbasis digital, dimulai dari transaksi pencarian informasi, pemesanan, juga pembayarannya dilakukan *via online*. *Booking online* menawarkan layanan untuk pemesanan akomodasi perjalanan. Salah satu contoh *online travel agent* di Indonesia adalah Traveloka. Perusahaan *online ticketing* didukung dengan kekuatan algoritme dan inovasinya melalui teknologi, salah satu fitur yang ditawarkan oleh perusahaan *online ticketing* yang tidak dimiliki oleh perusahaan *offline ticketing* adalah menu *reschedule* dan Traveloka memiliki fitur *Best Price Guarantee* dimana perusahaan

memberikan uang pengganti ketika ada situs pesaing nya yang menawarkan harga *booking* kamar hotel lebih rendah dari yang Traveloka tawarkan. (Antariksa, 2017)

PT. Jakarta Express Utama merupakan salah satu perusahaan yang menanggapi peluang bisnis *travel* di Indonesia. PT. Jakarta Express Utama adalah perusahaan jasa yang bergerak di bidang perjalanan yang berdiri sejak 1991 yang menawarkan jasa *tour*, hotel, pemesanan tiket serta paspor dan visa. Pada tahun 2004 PT. Jakarta Express Utama melakukan *franchising* yang dinamakan TX Travel yang hingga saat ini terdapat lebih dari 200 cabang tersebar di 54 kota di Indonesia. (Rohimah, 2018)

TX Travel merupakan Biro Perjalanan Wisata yang beridiri sejak tahun 2004 yang menjunjung konsep *Full Service Travel Agent* yang menyediakan penjualan tiket pesawat, voucher hotel, paket tour dan kapal pesiar dan senantiasa memberikan pelayanan sebaik mungkin yang didukung dengan profesionalitas. Perusahaan ini memegang Rekor MURI tahun 2004 sebagai *travel agent* yang difranchisekan pertama di Indonesia dan telah memiliki lebih dari 200 cabang di 54 kota di Indonesia. Kekuatan TX Travel terletak pada filosofi bisnisnya yang terus konsisten diterapkan sang pendiri, Anthonius Thedy, sejak bisnis ini didirikan, yakni melayani dari hati dan memberikan tiket termurah demi memuaskan *customernya*. Dengan luasnya jaringan yang tersebar, teknologi yang terus dikembangkan, *branding* dan distribusi *channel* yang kuat, menjadikan TX Travel siap bersaing dengan para pesaing perusahaan *Agent Tour and Travel*.

Banyaknya perusahaan cabang di berbagai kota, TX Travel pun hadir di kota Bandung. TX Travel Bandung memiliki berbagai cabang yaitu TX Travel Kota Baru Parahyangan, TX Travel Boebat, TX Travel Mekar Wangi, TX Travel Dr. Djunjunan, TX Braga, TX Ganesha, dan TX Travel Sunda.



Gambar 1. 1. TX Travel di Bandung

*Sumber: Google*

Strategi yang digunakan oleh ketujuh perusahaan cabang TX Travel di Bandung merupakan strategi yang sama karena mengikuti strategi yang diterapkan oleh perusahaan pusat, namun di Bandung terdapat beberapa perusahaan *travel agent* di sekitar jalan Sunda yang bersaing dengan TX Travel Sunda, yaitu Panorama JTB Bandung, AntaVaya Tour dan Mytours. Selain itu, TX Travel Sunda bersaing juga dengan perusahaan *online ticketing*, salah satu nya Traveloka.

TX Travel Sunda melakukan kerjasama dengan keenam perusahaan cabang TX Travel di Bandung dengan bekerjasama menjual produk (paket tour) yang dikeluarkan oleh perusahaan pusat.

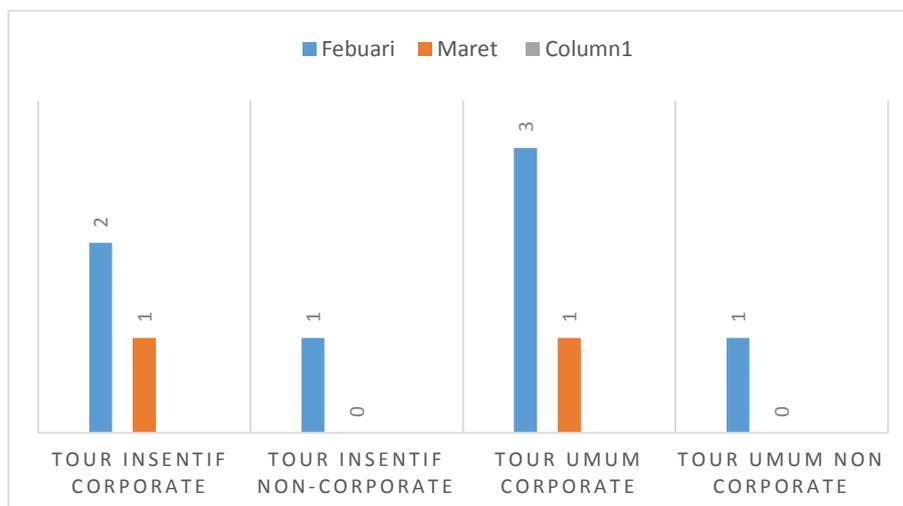
Dengan persaingan industri pariwisata di bidang agen perjalanan, konsumen tertarik pada paket-paket tur yang ditawarkan, tidak hanya itu mereka tertarik akan kemudahan pelayanan yang disediakan serta informasi yang sangat membantu. Tabel 1.1, menjelaskan bahwa untuk menarik minat masyarakat di setiap perusahaan memiliki penawaran pembayaran dan penawaran *product & service* yang berbeda-beda seperti pemberian promo, memberikan voucher, memberikan cicilan, memberikan *cashback* hingga memberikan pelayanan hingga 24 jam.

Tabel 1. 1. Penawaran perusahaan agen perjalanan di sekitar Jalan. Sunda, Bandung dan Traveloka

<b>Nama Perusahaan</b>	<b>TX Travel Sunda</b>	<b>Panorama JTB Tour Sunda</b>	<b>MyTours Sunda</b>	<b>AntaVaya Tour &amp; Travel Sunda</b>	<b>Traveloka</b>
<b>Penawaran</b>	Memberikan kredit pembayaran kepada pelanggan tetap	Memberikan promo pembayaran dengan bekerjasama dengan salah satu Bank	Melakukan penjualan dan transaksi melalui <i>platform e-commerce</i> Tokopedia	Memiliki banyak penawaran <i>product &amp; service</i>	Memiliki beragam penawaran
	Memberikan pelayanan 24 jam	Memberikan kode promo tambahan	Memberikan voucher potongan harga	Memberikan pelayanan 24 jam	Memberikan pelayanan 24 jam
	Fokus kepada <i>customer corporate</i>	Memberikan cicilan 3, 6, 9, dan 12 bulan			Memberikan potongan harga dan sistem poin
		Memberikan <i>cashback</i>			Memberikan pembayaran kredit

Sumber: Data Olah Penulis

Perusahaan dapat bertahan hingga saat ini karena perusahaan selalu memperbaharui dan menyesuaikan produk-produk yang ditawarkannya berdasarkan *trend*/kecenderungan masyarakat yang sedang terjadi karena hampir seluruh konsumen tertarik pada produk yang menyesuaikan dengan *trend* yang sedang terjadi serta didukung dengan penawaran paket tur yang menarik sehingga konsumen tertarik untuk menggunakan produk TX Travel Sunda, seperti *trend* berlibur ke Thailand karena wisata kuliner, menawarkan baju-baju murah namun berkualitas, dan wisata alam nya. Selain itu, meskipun terjadi nya pandemi covid-19 dari awal tahun 2020 hingga saat ini, perusahaan tetap dapat bertahan dengan melakukan penjualan di beberapa bulan terakhir. Data jumlah konsumen TX Travel Sunda pada bulan Februari dan Maret 2020 dengan segmentasi *corporate* (korporasi/perusahaan) sudah tercapai. Dibuktikan dari setiap bulannya terdapat pelanggan korporasi. Bulan Februari 2020 pada tur insentif *corporate* terdapat dua grup tur yang mana dalam satu grup terdapat dua puluh orang dan terdapat tiga grup tur umum *corporate* serta terdapat satu grup tur insentif *non-corporate* dan satu grup tur umum *non-corporate*. Dalam bulan Maret 2020 pada tur insentif *corporate* terdapat satu grup tur dan terdapat satu tur umum korporasi serta tidak ada konsumen tur insentif dan umum *non-corporate*. *Tour series* merupakan tur yang menawarkan perjalanan ke mancanegara, sedangkan *tour insentif* contohnya seperti perusahaan yang melakukan acara diluar kantor seperti *gathering, outbond, meeting*, dsb.



Grafik 1. 1. Penjualan TX Travel Sunda Bulan Febuari dan Maret 2020

*Sumber: Data Perusahaan*

TX Travel Sunda merupakan perusahaan cabang TX Travel pertama di Bandung yang hingga saat ini masih bertahan dengan situasi persaingan perusahaan yang ketat, maka dari itu penulis tertarik untuk mengetahui lebih mendalam mengenai strategi yang digunakan serta hal yang membedakan TX Travel Sunda dapat bertahan hingga kini serta untuk mengetahui pengaruh lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Karena itu penelitian ini akan membahas “Analisis Strategi Bersaing TX Travel Sunda”.

## 1.2. Identifikasi Masalah

TX Travel Sunda merupakan salah satu perusahaan cabang yang dimiliki oleh TX Travel yang hingga saat ini masih bertahan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa pariwisata, namun dibalik semua itu, TX Travel Sunda tetap harus mempertahankan keberadaannya dari para pesaing khususnya TX Travel cabang lainnya.

Dengan demikian rumusan penelitian ini:

1. Strategi apa yang selama ini sudah diterapkan oleh TX Travel Sunda?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan internal dan eksternal TX Travel Sunda?
3. Apa rancangan strategi yang dapat didapatkan oleh TX Travel Sunda di masa yang akan datang?

### **1.3.Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian berdasarkan pokok – pokok permasalahan diatas:

1. Untuk mengetahui strategi apa yang selama ini sudah diterapkan oleh TX Travel Sunda.
2. Untuk menganalisis pengaruh lingkungan internal dan eksternal TX Travel Sunda.
3. Untuk mengetahui rancangan strategi yang kedepannya dapat diterapkan oleh TX Travel Sunda.

### **1.4.Manfaat Penelitian**

Penulis berharap dengan dibuatnya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yang diteliti, pihak yang memerlukan, dan ataupun penulis sendiri.

1. Bagi Perusahaan (TX Travel Sunda)

Penulis berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat memberikan referensi strategi yang dapat perusahaan gunakan kedepannya.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi wadah pembelajaran yang penulis harapkan dapat memperluas serta memperdalam wawasan mengenai strategi bisnis perusahaan.

### 3. Bagi Pihak yang Memerlukan

Diharapkan hasil akhir dari penelitian ini dapat memberikan informasi baru serta dapat menjadi referensi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang berguna.

## **1.5.Kerangka Pemikiran**

Untuk menentukan strategi bersaing yang dapat mendukung perusahaan agar tetap bertahan di lingkup pasar, tentunya dibutuhkan langkah – langkah yang harus dilakukan. Salahsatunya seperti yang telah digambarkan pada kerangka pemikiran diatas. Para pimpinan perusahaan diharuskan untuk selalu mengawasi kegiatan internal perusahaan yang terdiri dari kegiatan operasi, keuangan, pemasaran, dan SDM. Sebagai contoh, laporan keuangan dapat menjadi bukti yang konkret apakah perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian dan dari laporan keuangan dapat dilihat kegiatan apa yang membuat perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian. Selain itu, lingkup pemasaran yang terkotak – kotak menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan dalam menentukan tindakan agar para *customer* tidak pergi.

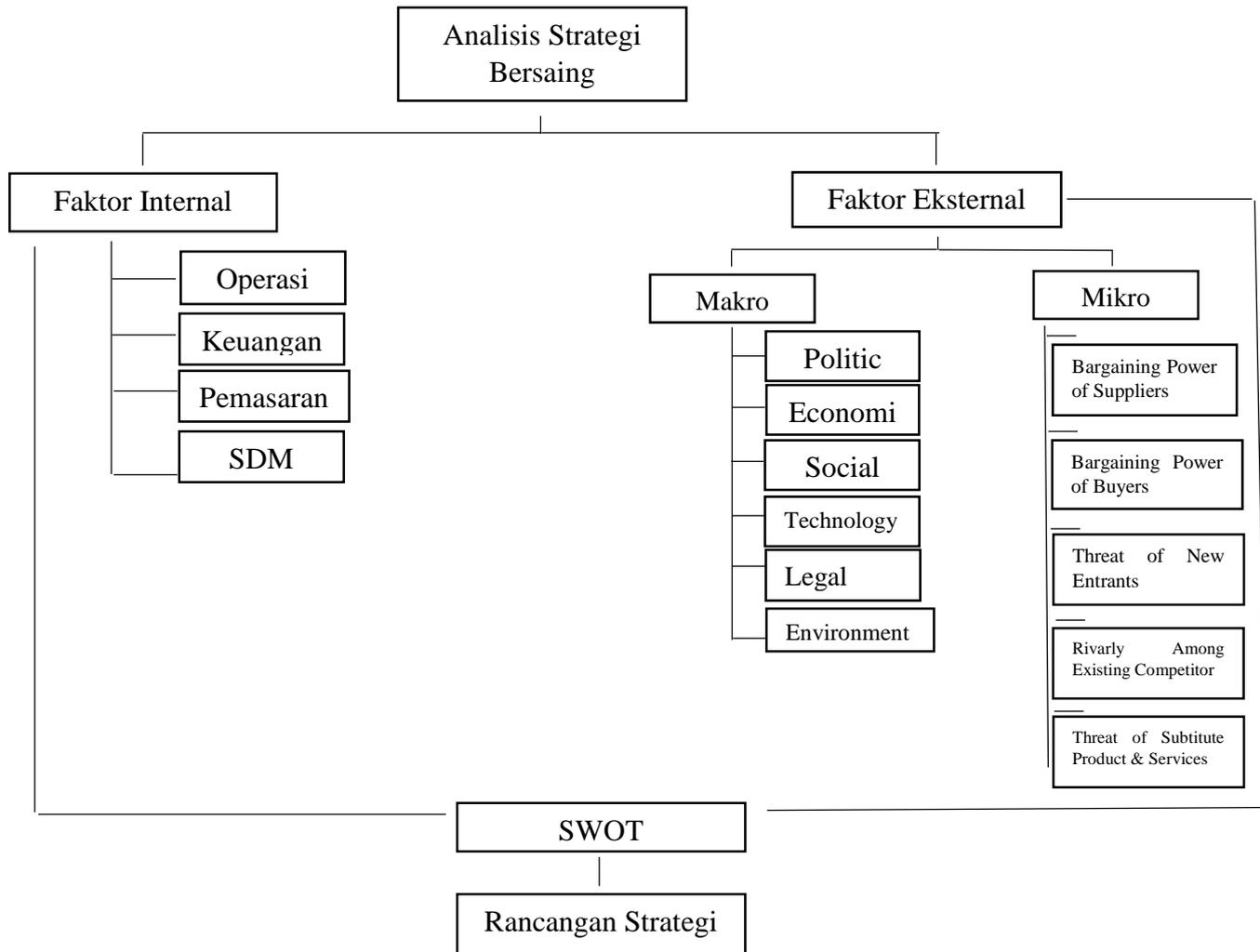
Selain kegiatan internal yang harus diawasi, kegiatan eksternal pun diperlukan akan adanya pengawasan. Seperti yang diketahui bahwa kegiatan eksternal adalah kegiatan diluar perusahaan yang tetap memberikan dampak

terhadap pengambilan keputusan strategi yang perusahaan akan ambil, kegiatan ini dapat dilihat dari dua aspek, yaitu makro dan mikro.

Pengaruh *politic, economic, social, technology, legal, environment* dapat memberikan gambaran tentang lingkungan bisnis sehingga dapat membantu perusahaan dalam merancang serta mengambil keputusan bersaing terhadap kompetitor, tidak hanya itu saja, kegiatan politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum yang berlaku (undang – undang), dan keadaan lingkungan ini pun diperhatikan agar perusahaan mengetahui dampak yang diberikan pada kegiatan bisnis perusahaan dari ke-enam hal tersebut.

Aspek selanjutnya yang menjadi alat pertimbangan bagi perusahaan dalam menganalisis strategi bersaing adalah dengan menganalisis pembeli, dimana pembeli hanya dapat membeli produk/jasa di perusahaan kita atau pada kompetitor, selain itu mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada supplier, memperhatikan para kompetitor dengan industri sejenis, serta mengukur tinggi dan rendahnya persaingan yang terjadi.

Hasil pertimbangan dari kegiatan internal dan eksternal yang sudah didapatkan kemudian dihubungkan dengan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threat*) sebagai alat analisis dan evaluasi strategi yang selama ini perusahaan gunakan dan yang digunakan untuk merancang strategi yang akan datang untuk perusahaan.



Bagan 1. 1. Kerangka Pemikiran

*Sumber: Data Olah Penulis*