



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

Terakreditasi A
SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Differensiasi PT. Bhara Wisata
berdasarkan Value Chain

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh
Luthfia Purnamasari Rachman
2014320108

Bandung
2019



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

Terakreditasi A
SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Analisis Strategi Differensiasi PT. Bhara Wisata
berdasarkan Value Chain

Skripsi

Oleh
Luthfia Purnamasari Rachman
2014320108

Pembimbing
Dr. Theresia Gunawan, S.Sos.MM., M.Phil.

Bandung
2019

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Luthfia Purnamasari Rachman
NPM : 2014320108
Jurusan/ Program studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Strategi Differensiasi PT. Bhara Wisata
berdasarkan Value Chain

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

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

Bandung, 14 Januari 2019

Luthfia Purnamasari Rachman

ABSTRAK

Nama : Luthfia Purnamasari Rachman

NPM : 2014320108

Judul : Analisis Strategi Diferensiasi PT. Bhara Wisata berdasarkan Value Chain

Tingkat stress yang meningkat secara bersama juga tingkat pariwisata di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat. Potensi yang dimiliki setiap daerah dapat dikembangkan untuk meningkatkan potensi pariwisata daerah tersebut. Meningkatnya potensi pariwisata membuat kenaikan kedatangan para wisatawan ke Indonesia melalui bandara-bandara besar yang ada di Indonesia juga ikut meningkat setiap tahunnya.

Dalam strategi diferensiasi, perusahaan berusaha menjadi unik dalam industrinya pada berbagai dimensi yang secara umum dihargai oleh pembeli. Diferensiasi dapat didasarkan pada produk itu sendiri. Sistem penyerahan produk yang dipergunakan untuk menjualnya, pendekatan pemasaran, dan faktor lain. Logika dari strategi diferensiasi mengharuskan perusahaan memilih atribut untuk mendiferensiasikan diri secara berbeda dengan atribut pesaingnya. Analisis juga dilakukan untuk lingkungan eksternal dan internal menggunakan berbagai cara.

PT Bhara Wisata ini adalah sebuah *tout&travel* yang melakukan *inbound travel* adalah agar Indonesia mendapatkan devisa dari para wisatawan yang berlibur ke Indonesia. Selain itu juga agar dapat membantu mensejahterakan masyarakat seperti tempat makan, supir bus, tour leader. PT Bhara Wisata tidak hanya membawa wisatawan ke tempat makan yang sudah besar tetapi mereka juga mengajak ke tempat makan seperti warteg untuk para *backpacker* karena memang sudah permintaan dari wisatawannya, itu juga membantu mensejahterakan masyarakat kecil.

PT. Bhara Wisata ini menggunakan strategi *differentiation* selama menjalankan perusahaan tersebut. Menurut informasi yang didapat penulis dari pihak perusahaan, dengan menggunakan strategi diferensiasi perusahaan dapat membuat produk yang berbeda dan menjadi keunggulan mereka dan juga lebih baik dalam mempengaruhi kompetensi dalam berkompetisi dengan perusahaan pesaing lainnya.

Kata Kunci : Inbound Travel, Strategi Diferensiasi, Analisis SWOT, Analisis Internal, Analisis Eksternal, Value Chain

ABSTRACT

Name : Luthfia Purnamasari Rachman

NPM : 2014320108

Title : *Analysis of Differentiation Strategies at PT. Bhara Wisata is based on a Value Chain*

Stress levels are increasing along with tourism which is a sector currently growing rapidly in Indonesia. The potential that each region has, can be developed to increase the tourism potential of each region. Increasing the tourism potential also will increase tourists arrival in Indonesia through major airports every year.

In differentiation strategy, company strives to be unique in its industry on various dimensions that is generally valued by buyers. Differentiation can be based on the products itself. The delivery system of products used to sell, marketing approaches, and other factors. The logic of differentiation strategy requires the company to choose attributes to differentiate themselves differently from the competitor's attributes. Analysis is also done for the external environment and internal uses in various ways.

PT Bhara Wisata is a tour and travel service who does inbound travel, so that Indonesia can get foreign exchange from tourist on vacation in Indonesia. Other than that, in order to help the welfare society such as restaurant, drivers, and tour leader, PT Bhara Wisata is not only bringing tourists to great restaurants, but they also bring tourists to warteg for backpackers because it was indeed a request from the tourists themselves, it also help the welfare small society.

PT Bhara Wisata use a differentiation strategy while running the company. Based on the information that writers get from the company, by using the differentiation strategy, company can get different product and make them become their excellence, and also be better at influencing competence in competing with other competing company.

Keywords* : *Inbound Travel, Strategi Diferensiasi, SWOT Analysis, Internal Analysis, External Analysis , Value Chain

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalu tercurah memberikan kesehatan dan hikmah kepada penulis sehingga dalam penulisan skripsi yang berjudul **Analisis Strategi Diferensiasi PT. Bhara Wisata berdasarkan Value Chain** ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Strata 1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan juga saran kepada penulis baik selama kuliah maupun pada saat penyusunan skripsi ini berlangsung sehingga dapat terselesaikan dengan baik, terutama kepada :

1. Kepada Allah SWT yang sudah memberikan kesehatan, kelancaran dan kemudahan selama penulis menulis skripsi ini.
2. Orang tua tercinta Mami Tin dan Papi Luth yang tidak pernah berhenti untuk memberikan semangat agar skripsi ini selesai tepat waktu dan juga tidak pernah berhenti untuk menemani selama penulis mengerjakan skripsi ini dan juga doa yang tiada henti.
3. Untuk adik Nafisa Mutiarasari Rachman yang sudah sangat banyak membantu penulis dalam menulis skripsi ini.
4. Kepada pihak PT Bhara Wisata Bapak Herman Rukmanadi dan Ibu Andri Nasution yang sudah memperbolehkan penulis menggunakan PT Bhara Wisata untuk dijadikan bahan skripsi penulis.

5. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing seminar dan skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan skripsi ini.
6. Bapak Urip Santoso, Dr.,Drs., S.E.,M.m.,Ak. selaku dosen wali penulis selama perkuliahan.
7. Ibu M. Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
8. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh Staf Akademik, Staf Kemahasiswaan yang telah memberikan bantuan dan jasanya kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
9. Terima kasih untuk Kakek penulis Bapak H.E Waslam yang sudah menjadi inspirasi dan semangat selama hidup penulis.
10. Terima kasih untuk Siti Nur' Ainun Zakiyah dan Naura Kalya Ilmadari Herbayu untuk motivasi dan semangatnya disaat penulis kehilangan arah dan kehabisan stok semangat.
11. Teman-teman terbaik selama di UNPAR : Diana Cintia Dewi, Hanifah Hasna, Kania Noviany, Nurfitriya , Putri Atan, Reitwi Manggala, Sari Ramadhani, Silvia Lolyta, Tsaniya Faza terimakasih sudah ada untuk penulis selama menjalani perkuliahan di UNPAR dan juga dukungan pada saat penelitian ini.
12. Alin Azizah, dan Anisa Rizkitaliani selaku teman SMA yang selalu menemani penulis dan memberikan motivasi sampai skripsi ini selesai.
13. Hana Eka Hidayati, Fitri Saraswati, Anggun Talitha, Astari Ayu Putri, Alfianur, Osmar Fareed, Brama Ramadhan, Ashram Sharivar, Farid Maulana terima kasih selalu ada saat penulis membutuhkan hiburan disaat suntuk.

14. Terima kasih kepada Putri Ananda Rukmanadi sudah menemani penulis mulai dari olahraga hingga menimbun lemak kembali dan juga meluangkan waktunya untuk menemani penulis di kantor saat wawancara demi keberlangsungannya skripsi ini.
15. Terima kasih kepada kakak kakak penulis yang selalu bertanya kapan lulus dan kapan mulai merintis bisnis sendiri yang dijadikan oleh penulis sebagai motivasi agar skripsi ini cepat selesai.
16. Terima kasih kepada mba dan mas yang sudah memberikan motivasi agar cepat selesai skripsinya, agar tidak terlalu lama main laptop dan juga yang selalu bertanya bagaimana kabar skripsi penulis.
17. Seluruh teman-teman kuliah dan Administrasi Bisnis 2014 terimakasih atas kerjasama dan segala pengalaman berharga dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
18. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan dalam pengalaman, sarana, dan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat menjadi salah satu bahan informasi bagi pembaca.

Bandung, 14 Januari 2019

Penulis

Luthfia Purnamasari Rachman

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Strategi	9
2.2 Pengertian Manajemen Strategis	9
2.2.1. Strategi Diferensiasi	11
2.2.2. Strategi Biaya Rendah (<i>cost leadership</i>).....	13
2.2.3. Strategi Fokus (focus)	15
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal	16
2.4 Analisis Lingkungan Internal	16
2.5 Analisis SWOT	17
2.6 Analisis PEST	19
2.7 Analisis Rantai Nilai	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23

3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4 Teknik Analisis Data	25
3.4.1 Analisis Strategi.....	26
3.5 Objek Penelitian	26
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	27
4.1 Sejarah Perusahaan.....	27
4.2 Profil Perusahaan	29
4.3 Logo Perusahaan	29
4.4 Visi dan Misi	30
4.5 Stuktur Organisasi PT. Bhara Wisata.....	30
4.5.1 Struktur Organisasi PT. Bhara Wisata Bandung	30
4.5.2 Job Description PT. Bhara Wisata Bandung	30
BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	37
5.1 Strategi yang digunakan oleh PT. Bhara Wisata.....	37
5.2 Analisis Lingkungan Eksternal	39
5.2.1 Analisis PEST	39
5.2.2 Porter’s Five Forces	42
5.4 Analisis Rantai Nilai	52
5.4.1 Kegiatan Utama (<i>Primary Activities</i>)	54
5.4.2 Kegiatan Sekunder (<i>Support Activities</i>).....	58
5.5.1 Tabel Sumber Keunggulan Perusahaan	60
5.6 Analisis SWOT	63
5.6.1 <i>Strength</i> (Kekuatan).....	63
5.6.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	63

5.6.3 <i>Opportunities</i> (Peluang).....	63
BAB 6_KESIMPULAN DAN SARAN	67
6.1 Kesimpulan dari PT. Bhara Wisata	67
6.2 Saran untuk PT. Bhara Wisata	69
Daftar Pustaka	71
Lampiran	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kedatangan Turis Melalui Bandara Udara.....	3
Tabel 2.1 Matrix SWOT	18
Tabel 4.1 Tugas Staf Operasional	35
Tabel 4.2 Tugas Branch Manager	37
Tabel 4.3 Tugas Accounting Departement.....	39
Tabel 4.4 Tugas Finance Departement.....	41
Tabel 4.5 Tugas Head Operation Departement.....	43
Tabel 4.6 Tugas Staf	45
Tabel 5.1 Analisis Rantai Nilai	52
Tabel 5.2 Sumber Keunggulan Perusahaan	60
Tabel 5.3 Matrix SWOT	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7 Analisis Rantai Nilai	20
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	29
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT. Bhara Wisata Bandung	30

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini tingkat tekanan stress di kota besar semakin tinggi. Tingkat stress disebabkan tidak hanya dari pekerjaan tetapi dari kemacetan yang semakin parah, kenaikan harga yang tidak stabil, keuangan, kesibukan dan juga kehidupan pribadi masing masing. Tekanan stress ini yang memicu orang orang untuk melakukan liburan. Liburan yang dilakukan untuk melepas stress yang mereka alami selama mereka bekerja agar setelah liburan mereka akan merasa lebih segar dan siap untuk menghadapi pekerjaan.

Tingkat stress yang meningkat secara bersama juga tingkat pariwisata di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat. Hal ini dapat digunakan oleh pemerintah untuk mengembangkan potensi pariwisata yang ada. Selain menguntungkan untuk pemerintah, hal ini juga menguntungkan untuk tur dan travel. Tur dan travel juga diuntungkan karena akan banyak para wisatawan yang menggunakan jasa mereka untuk mempermudah dalam berlibur.

Dengan banyaknya orang yang melakukan liburan dengan menggunakan tur dan travel ini adalah hal yang menguntungkan untuk tur dan travel. Tetapi ini bisa membuat persaingan yang lebih ketat dengan tur dan travel lainnya. Semakin banyak tur dan travel yang bermunculan, semakin banyak saingan jadi tur dan travel harus kreatif dalam memberikan pemasaran kepada pelanggan.

Tabel 1.1 Kedatangan Turis Melalui Bandara Udara*Tabel 1. 2*

Pelabuhan Masuk	2017	2016	2015	2014	2013
Soekarno-Hatta (Jiwa)	2,586,027.00	2,416,060.00	2,304,275.00	2,246,437.00	2,240,502.00
Ngurah Rai (Jiwa)	5,656,948.00	4,852,634.00	3,923,970.00	3,731,735.00	3,241,889.00
Hasanuddin (Jiwa)	17,789.00	16,897.00	13,091.00	15,713.00	17,730.00
Sepinggan (Jiwa)	4,665.00	10,995.00	7,865.00	13,156.00	16,904.00
Adi Sucipto (Jiwa)	143,982.00	112,058.00	81,278.00	89,156.00	86,020.00
Husein Sastranegara (Jiwa)	165,456.00	181,033.00	159,647.00	180,392.00	176,318.00
Total (Jiwa)	8,574,867.00	7,589,677.00	6,490,126.00	6,276,589.00	5,779,363.00

Sumber : Data Badan Statistik Nasional, 2018

Perkembangan pariwisata Indonesia berkembang mulai dari laut, pantai, gunung dan situs tradisional yang bersejarah. Untuk tingkat pengembangan gunung akan lebih sulit dibandingkan dengan pengembangan laut dan pantai. Karena gunung lebih memiliki resiko yang besar pada saat wisatawan akan menikmati keindahan alamnya meskipun banyak orang yang menyukai gunung karena harus melewati banyak rintangan dibandingkan pada saat menikmati pantai dan laut. Untuk mengembangkan pariwisata di gunung juga harus memiliki kemampuan karena untuk menjelajahi gunung terdapat rintangan rintangan yang hanya dapat

dilewati oleh orang yang sudah memiliki kemampuan tersebut. Ada banyak daerah di Indonesia yang memiliki pantai dan laut yang masih belum dikembangkan. Dikembangkan disini maksudnya adalah belumnya dibangun infrastruktur yang baik sehingga belum banyak orang yang mengetahui tempat tersebut sehingga tempat tersebut belum menjadi destinasi para wisatawan. Untuk menjelajahi pantai tidak cukup sulit hanya perlu berhati hati dengan ombak yang datang, tidak perlu kemampuan khusus kecuali wisatawan ingin main hingga ke tengah pantai itu berbeda cerita dan harus memiliki kemampuan khusus seperti dapat berenang dengan baik, tidak mudah panik, itu adalah kemampuan yang harus dimiliki untuk main hingga ke tengah pantai.

Letak geografis Indonesia yang memiliki banyak potensi pariwisata mulai dari gunung, pantai dan laut. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk turis berlibur, baik dari turis lokal maupun turis asing. Daya tarik yang dimiliki oleh pariwisata Indonesia harus diiringi dengan ketersediaanya penunjang yang akan mensupport untuk memudahkan para turis untuk mendatangi tempat tersebut. Untuk mengembangkan potensi pariwisata dibutuhkan fasilitas yang dapat memudahkan wisatawan untuk berkunjung dan menikmati pariwisata yang ada di Indonesia.

Tur dan travel adalah sebuah agen perjalanan yang dapat mempermudah wisatawan dalam berlibur. Tur dan travel memiliki fasilitas yang ada bermacam-macam jenisnya mulai dari travel yang hanya menerima pembelian tiket, travel yang hanya mengurus pembuatan paspor dan visa, travel yang hanya melayani pariwisata yang ada di Indonesia, travel yang melayani pariwisata yang ada di Indonesia dan diluar Indonesia dan ada juga travel yang melayani semua keperluan

wisatawan untuk berlibur mulai dari tiket perjalanan, hingga semua keperluan yang diperlukan selama perjalanan liburan.

Tur dan travel pasti sudah memiliki program perjalanan selama waktu liburan atau *itinerary* yang dimiliki selama rombongan tersebut berlibur, namun program tersebut dapat diganti apabila rombongan tersebut tidak menginginkan. Jadi sebenarnya program yang sudah dirancang oleh tur dan travel hanyalah sekedar banyangan untuk para rombongan sehingga mereka dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Ada juga tur dan travel yang wisatawannya dapat membuat program sendiri untuk suatu rombongan tetapi biaya yang harus dikeluarkan lebih besar dibandingkan dengan program yang sudah dibuatkan oleh tur dan travel tersebut.

Tur dan travel yang akan dibahas pada skripsi ini tidak sama dengan travel lainnya. Karena tur dan travel PT. Bhara Wisata ini hanya melayani tamu dari luar Indonesia ke Indonesia. Tur dan travel PT. Bhara Wisata tidak melayani pembuatan passport, visa dan travel ini tidak menerima pembelian tiket, bahkan travel ini tidak memberangkatkan orang Indonesia yang akan berlibur ke keluar kota ataupun keluar negeri. Tur dan travel PT. Bhara Wisata hanya melayani turis asing yang akan berlibur ke Indonesia. Tur dan travel PT. Bhara Wisata melayani turis asing dari mulai pembelian tiket dari negara asal menuju Indonesia, hotel, transportasi hingga konsumsi sesuai dengan permintaan turis tersebut. Travel Bhara Tour telah berdiri selama 36 tahun.

Tur dan travel PT. Bhara Wisata ini berbeda dengan tur dan travel yang banyak diketahui saat ini. Karena tur dan travel PT. Bhara Wisata ini memiliki segmen

pasar yang berbeda dengan tur dan travel yang biasa. Tetapi terdapat sedikit kendala dalam bagaimana cara mereka untuk mendapatkan wisatawan asing yang akan datang ke Indonesia, bagaimana cara memasarkan produk yang dimiliki oleh tur dan travel ini sehingga menarik wisatawan sehingga mereka tertarik untuk datang ke Indonesia, bagaimana cara untuk memasarkan produk yang mereka miliki ke pasar yang tepat.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana implementasi strategi *differensiasi* di PT. Bhara Wisata?
2. Bagaimana analisis *value chain* untuk PT. Bhara Wisata untuk memenuhi strategi *differensiasi*?
3. Bagaimana rekomendasi yang dapat ditetapkan di PT. Bhara Wisata berdasarkan hasil analisis *Matching SWOT* dan *Value Chain*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dibahas pada latar belakang masalah yang ingin dibahas, diselidiki, dan dijawab, berikut tujuan untuk melakukan penelitian ini adalah untuk memperoleh pemecahan masalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi *differensiasi* di PT. Bhara Wisata.
2. Untuk mengetahui analisis *value chain* untuk PT. Bhara Wisata untuk memenuhi strategi *differensiasi*.
3. Untuk mengetahui rekomendasi yang dapat ditetapkan di PT. Bhara Wisata berdasarkan hasil analisis *Matching SWOT* dan *Value Chain*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi dua aspek, yaitu aspek teoritis dan aspek praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu strategi pada bagian strategi fokus dan strategi diferensiasi.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai ilmu pembelajaran yang dapat memahami dan memperluas ilmu pengetahuan di bidang strategi strategi fokus dan strategi diferensiasi dan belajar menganalisis suatu masalah untuk mendapatkan solusi dan pemecahannya dari hambatan yang dihadapi oleh PT.Bhara Tour.

b. Bagi PT. Bhara Wisata

Hasil penelitian diharapkan dapat membantu PT. Bhara Wisata untuk mengetahui tantangan dan peluang dari lingkungan eksternal dan mengetahui kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal dan untuk mengetahui kelemahan dan kekurangan dari strategi yang sudah dimiliki sebelumnya dan memperbaiki kesalahan dan dapat menjadi masukan bagi PT. Bhara Wisata untuk mengevaluasi keberhasilan dan mengelola perusahaan agar dapat meningkatkan kualitas perusahaan.

c. Bagi Pihak Lain

Mendapatkan berbagai macam informasi mengenai strategi yang terjadi pada PT. Bhara Wisata. Selain itu, penulisan ini diharapkan menjadi tambahan referensi bagi penelitian yang sejenis.