

Pengaruh *enviromental sustainability* terhadap *competitive advantage* dimediasi *sustainability practice adoption* pada biro perjalanan wisata

Sigit Pramono^{1*}, Dunga Dwi Barinta²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.

¹Email: sigitpramono@ub.ac.id

²Email: dungadwi_12@student.ub.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh *Enviroment Sustainability* (ES) melalui Penerapan Strategi *Sustainability* (SPA) terhadap *Competitive Advantage* (CA) pada Biro Perjalanan Wisata (BPW). Objek penelitian ini adalah BPW di Kota Malang, Sampel penelitian ini adalah BPW dalam skala kecil. Proses pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner menggunakan Teknik *snowball sampling*. Item kuesioner diukur dengan skala likert. Pengolahan data selanjutnya menggunakan Smart PLS sebagai alat yang digunakan untuk mengolah data penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teori maupun praktis dalam penelitian strategi *sustainability*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *enviroment Sustainability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Competitive advantage* (CA) pada BPW. *Enviroment Sustainability* merupakan salah satu komponen yang diperlukan dalam untuk meningkatkan *Competitive advantage* (CA) usaha salah satunya BPW. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa praktik penerapan *sustainability* (SPA) memediasi hubungan antara *environment sustainability* (ES) dan *competitive advantage* (CA). Adanya praktek berkelanjutan dari perantara pariwisata memperkuat penerapan *enviroment Sustainability* untuk meningkatkan *competitive advantage* pada BPW. Secara teoritis, diharapkan penelitian ini akan mampu memberikan kontribusi pada teori manajemen pemasaran maupun manajemen strategi yang berkaitan dengan pengembangan bisnis secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi *sustainability* (spa); *enviroment sustainability* (es); *competitive advantage* (ca); biro perjalanan wisata (bpw)

The effect of environmental sustainability on competitive advantage is mediated by sustainability practice adoption at travel agencies

Abstract

This study aims to show the effect of *Environmental Sustainability* (ES) through the Implementation of the *Sustainability Strategy* (SPA) on *Competitive Advantage* (CA) at the Travel Agencies(TA). The object of this research is TA in Malang City. The sample of this research is TA on a SME's. The process of collecting data by distributing questionnaires using the *snowball sampling* technique. Questionnaire items are measured with a Likert scale. Further data processing using Smart PLS as a tool used to process research data. This research can developed theoretical and practical contributions in sustainability strategy research. The results of this study indicate that *Environmental Sustainability* has a positive and significant effect on *Competitive Advantage* (CA) on TA. *Environmental Sustainability* is one of the components needed to increase business *Competitive advantage* (CA), one of which is TA. In addition, this study also found that the practice of implementing sustainability (SPA) mediates the relationship between *environmental sustainability* (ES) and *competitive advantage* (CA). The existence of sustainable practices of tourism intermediaries strengthens the application of *environmental sustainability* to increase *competitive advantage* on TA. Theoretically, it is hoped that this research will be able to contribute to marketing management theory and strategic management related to sustainable business development.

Keywords: Sustainability strategy (spa); *environmental sustainability* (es); *competitive advantage* (ca); travel agencies(ta)

PENDAHULUAN

Pariwisata saat ini sebagai sektor unggulan yang sedang dikembangkan di beberapa negara. Indonesia menjadi salah satu negara yang sedang mengembangkan sektor wisata. Program pengembangan wisata menjadi agenda perencanaan pembangunan jangka menengah atau RPJMN. Pemerintah menyebutkan dalam RPJMN 2015-2019 pengembangan dan pembangunan industri pariwisata mencakup pembinaan usaha pariwisata bagi masyarakat lokal, fasilitas Investasi sektor pariwisata, pengembangan dan peningkatan jenjang keterampilan tenaga kerja lokal di bidang wisata, serta mendorong terbangunnya sikap penduduk lokal yang ramah terhadap wisatawan (BAPPENAS, 2019).

Rencana pengembangan pariwisata selanjutnya tidak lagi berfokus pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Pemerintah merencanakan program *Quality Tourism Experience*. Program yang dicanangkan memiliki orientasi pada peningkatan devisa pariwisata, peningkatan jumlah dan ketrampilan pariwisata, serta nilai tambah yang dapat diciptakan melalui sektor pariwisata (Drajat, 2019). Disisi lain, Bank Indonesia menyebutkan pariwisata merupakan sektor paling efektif dalam mendorong devisa negara (Gewati, 2019).

Orientasi pengembangan pada peningkatan nilai dan pendapatan seluruh dapat meningkatkan motivasi seluruh elemen yang berada dalam sektor pariwisata. Salah satu komponen yang berada dalam industri pariwisata adalah UMKM penyedia perjalanan wisata (BPW). Program pemerintah yang berkaitan dengan pariwisata akan berdampak pada keberadaan dan kondisi BPW.

Jumlah BPW di Indonesia saat ini terus meningkat. Pada tahun 2011 tercatat jumlah BPW dalam skala menengah dan besar mencapai 1.120 perusahaan (KEMENPAR, 2018). Jumlah tersebut belum terhitung dengan BPW dalam skala kecil dan belum terdaftar oleh pemerintah. Kebijakan dan program kerja yang akan dilaksanakan oleh pemerintah dapat memicu pertumbuhan BPW setiap tahunnya. Pertumbuhan BPW akan terus menunjukkan tren positif (Yunianto, 2019).

Peningkatan tren kunjungan wisata setiap tahun menunjukkan angka positif. Lonjakan wisatawan domestik dan mancanegara menjadi pasar yang potensial bagi BPW (Rozack, 2018). Namun disisi lain jumlah peningkatan kunjungan pariwisata dapat menyebabkan peningkatan persaingan yang semakin tinggi antar BPW, khususnya BPW dalam skala UMKM. Setiap tahunnya diperkirakan lebih dari 100 BPW yang keluar dari pasar. ASTINDO sebagai asosiasi BPW menyatakan 80% dari seluruh BPW merupakan UMKM yang sulit bersaing dengan travel agent besar dan online (Soenarso, 2019).

BPW dalam Industri pariwisata harus mempersiapkan dan menerapkan strategi sustainability agar dapat bertahan di pasar. Islam, Hasan, dan Zhang (2019) menyatakan penerapan strategi berkelanjutan dalam industri pariwisata menjadi strategi yang banyak digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam pariwisata. Sejumlah perusahaan terkenal mampu eksis dengan lingkungan keberlanjutan yang diciptakan (Islam, Hasan, dan Zhang, 2019; Angelkova et al, 2012; Heidari et al, 2018).

Beberapa peneliti mengungkapkan strategi berkelanjutan banyak diminati oleh perusahaan di industri pariwisata. Perusahaan pariwisata mulai mengubah perilaku mereka dan mencari strategi keberlanjutan yang akan diterapkan dalam bisnis dan usaha yang dibentuk (Ruhanen et al, 2015; Islam, Hasan, dan Zhang 2019). Masalah sustainability dalam industri pariwisata menjadi komponen utama dalam membentuk competitive advantage (Eccles, 2012; Islam, Hasan, dan Zhang 2019). Competitive Advantage mengacu pada kemampuan perusahaan dalam mencapai kinerja yang lebih besar dari para pesaingnya (Porter, 1998; Pratono et al, 2019).

BPW dengan menerapkan Strategi *Sustainability* dalam mempengaruhi *Competitive Advantage* memerlukan eksplorasi lebih lanjut. Selain itu penerapan strategi *sustainability* memberikan beberapa manfaat seperti kepuasan dan peningkatan jumlah wisatawan, meningkatkan pendapatan, meningkatkan produktivitas karyawan dan daya saing perusahaan (Lee dan Chu, 2017; Islam, Hasan, dan Zhang, 2019).

Praktik strategi *sustainability* telah menjadi minat besar dalam industri pariwisata yang menguntungkan dalam pengembangan pariwisata. Implikasi lingkungan, sosial dan budaya yang tidak diinginkan yang memaksakan perlunya pariwisata berada di bawah konsep pembangunan berkelanjutan. Keberlanjutan pengembangan pariwisata tergantung pada peluang lingkungan untuk memastikan kestasbilen (Geisdoefer et al, 2017; Islam, Hasan, dan Zhang, 2019).

Kontribusi BPW yang cukup besar untuk pertumbuhan ekonomi, industri pariwisata dan isu-isu terkaitnya telah mendapat perhatian yang kuat, terutama pada masalah daya saing. Akibatnya, pasar pariwisata yang sangat kompetitif telah menyebabkan bisnis mencari pendekatan baru, mengadopsi strategi baru dan model bisnis yang memungkinkan untuk menghadapi perubahan lingkungan ekonomi, teknologi, sosial dan politik (Marion et al., 2014; Heidari et al, 2018).

Faktor *enviromtent sustainability* menjadi hal yang dipertimbangkan dalam menerapkan strategi *sustainability*. Hal ini sebagai salah satu upaya dalam mengisi celah penelitian yang dari penelitian Islam, Hasan, dan Zhang (2019). Islam, Hasan, dan Zhang (2019) mengungkapkan hasil *enviromtent sustainability* dari beberapa indikator belum menunjukkan hasil yang signifikan dalam mempengaruhi praktek strategi *sustainability* pada *competitive advantage*.

Berdasarkan fenomena dan celah penelitian yang tersedia penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh *enviromtent sustainability* dalam mempengaruhi *competitive advantage* melalui praktik penerapan *sustainability* pada biro perjalanan wisata. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan dampak baik secara empiris maupun teoritis.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh *Enviromtent Sustainability* (ES) dalam mempengaruhi *Competitive Advantage* (CA) melalui praktik penerapan *sustainability* (SPA) pada biro perjalanan wisata (BPW). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode hipotesis testing. Lokasi penelitian berada di kota Malang. Kota Malang dipilih sebagai lokasi penelitian karena Kota Malang menjadi kota yang memiliki kunjungan wisatawan populer di Indonesia.

Pengumpulan data menggunakan metode *snowball sampling*, persebaran BPW yang jumlahnya tidak dapat dipastikan mengakibatkan proses pengumpulan data berdasarkan informasi responden sebelumnya. Responden dalam penelitian ini merupakan pemilik atau pengambil keputusan dalam BPW. Responden selanjutnya diminta untuk mengisi kuesioner yang digunakan alat untuk mengukur variabel yang diteliti. Waktu pengumpulan data selama 5 minggu. Pengumpulan data dimulai pada tanggal 25 Juli hingga 30 Agustus 2020. Jumlah responden yang ditargetkan dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Kuesioner yang tidak sesuai akan dipisahkan dan tidak dilakukan proses pengolahan data. Ketidaksesuaian kuesioner diakibatkan oleh beberapa hal seperti responden yang tidak menjawab beberapa item pada kuesioner, atau jawaban responden mengindikasikan ketidakseriusan dalam menjawab kuesioner.

Indikator yang digunakan dalam penelitian berasal dari beberapa penelitian sebelumnya. Variabel Strategi *Sustainability* menacu pada penelitian Ahani et al (2017) dan Camilleri (2017). Selanjutnya *Competitive Advantage* mengadopsi indikator yang dikemukakan oleh Guimaraes et al (2017). Variabel *Enviromtent Sustainability* mengadopsi item yang terdapat pada penelitian Islam, Hasan, dan Zhang (2019). Instrumen yang diadopsi akan disesuaikan dengan kondisi responden namun tetap berpedoman pada makna dari penelitian sebelumnya sehingga tidak terjadi perubahan yang signifikan pada pemaknaan.

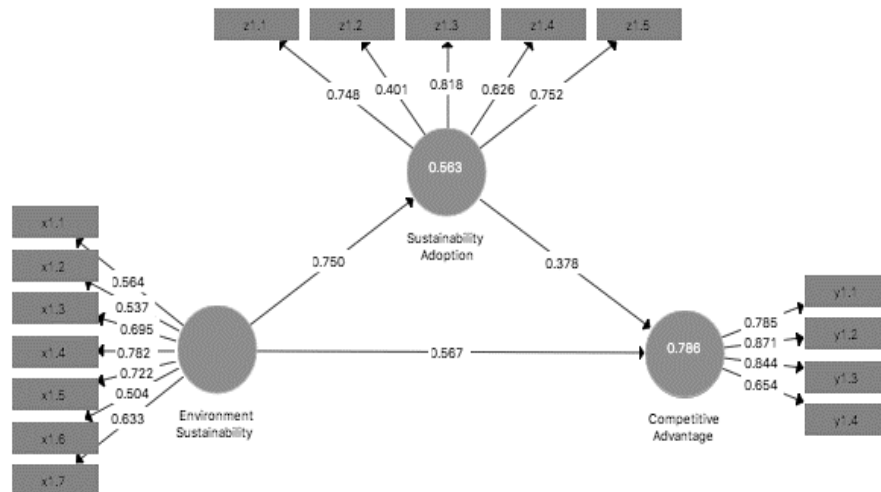
Smart PLS 3.2.8 dipilih sebagai alat yang digunakan untuk mengukur model persamaan struktural. Penggunaan aplikasi Smart PLS 3.2.8 sangat tepat digunakan untuk pengoperasian sampel dalam jumlah kecil. Proses pengolahan data dilakukan dengan 3 tahap. Tahap 1 menghitung setiap indikator dalam penelitian kemudian menganalisis validitas dan reliabilitasnya. Setelah itu, menghilangkan indikator yang nilainya dibawah 0,6. Setelah dihilangkan model diukur ulang. Pada tahap terakhir, menginterpretasi diagram jalur hasil pengolahan. Analisis SEM digunakan untuk menguji hipotesis model konseptual yang diusulkan. Dengan analisis model Strutural, penelitian ini menggunakan pemuatan faktor standar dan nilai-T dari koefisien jalur untuk menentukan kekuatan jalur dan tingkat signifikansi dari variabel laten.

Pertanyaan-pertanyaan utama mengenai kondisi demografis dalam survey yaitu jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Selain informasi terkait perusahaan menjadi bagian dalam penelitian ini seperti jabatan responden, lama perusahaan berdiri, dan jenis badan usaha. Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan sebesar 32 responden. Seluruh responden merupakan biro jasa wisata yang beroperasi di wilayah malang. Data deskriptif dari sampel terakhir menunjukkan 63% (n=20) responden laki-laki dan

37% perempuan (n=12). Responden sebagian besar berada pada usia di atas 18 - 27 tahun sebesar 47% (n=15), dengan tingkat pendidikan paling banyak Sarjana (n=18) atau 56%, Jabatan responden sebagian besar sebagai pemilik usaha 78% (n=25), perusahaan yang menjadi responden rata-rata telah menjalankan bisnisnya selama 3-4 tahun sebanyak 50% (n=16), serta sebagian besar perusahaan memiliki jenis badan usaha persekutuan komanditer 75% (n=24).

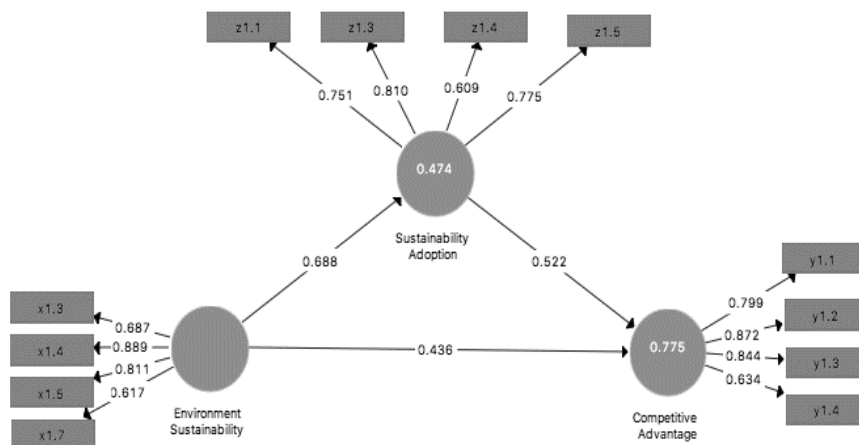
HASIL DAN PEMBAHASAN

Model penelitian ini terdiri dari 3 konstruk yaitu Environment Sustainability (X), Sustainability Practice Adoption (Z), dan *Competitive Advantage* (Y). Langkah dalam mengevaluasi validitas dan reliabilitas sebuah konstruk dilakukan dengan mengevaluasi model pengukuran. Berikut ini adalah diagram jalur dari penelitian:



Gambar 1. Hasil uji validitas dan reabilitas

Berdasarkan diagram jalur tersebut terlihat bahwa beberapa item memiliki nilai di bawah 0,6. Item tersebut diantaranya: item X1.1, X1.2, X1.6 dan Z1.2. Pengukuran *outer loading* akan mempengaruhi nilai *average varian extracted*. Menurut Hussein (2015) seluruh item pada model harus memiliki *outer loading* diatas 0,6. Jika nilai *outer loading* yang memiliki nilai dibawah 0,6 langkah selanjutnya adalah mengeluarkan item dari model penelitian. maka langkah yang dilakukan adalah menghapus item yang nilainya di atas 0,6 dari yang terendah. Selanjutnya diagram jalur setelah mengeluarkan item tersebut nampak seperti gambar dibawah ini



Gambar 2. Outer loading

Koefisien determinasi (r^2)

Koefisien determinasi menentukan kontribusi variabel endogen pada variabel konvergennya. Pada penelitian ini variabel *competitive advantage* memiliki nilai r^2 adjusted sebesar 0,760. Hal ini menunjukkan variabel *environment sustainability* memberikan kontribusi secara langsung pada variabel *competitive advantage* sebesar 76%. Kemampuan Variabel *environment sustainability* menjelaskan variabel *competitive advantage* sebesar 76%, sisanya 24% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Kontribusi variabel *sustainability practice adoption* menunjukkan nilai r^2 adjusted sebesar 0,456. Hal ini menunjukkan variabel *environment sustainability* memberikan kontribusi pada variabel *competitive advantage* melalui variabel *sustainability practice adoption* sebesar 45.6%. Sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pengujian hipotesis

Tabel 1. Path coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
X->Y	0.436	0.454	0,118	3,693	0.000
X->Z	0.688	0.707	0.104	6,637	0.000
Z->Y	0,522	0,502	0,136	3,848	0.000

Pengujian pengaruh secara langsung digunakan untuk menjelaskan hipotesis melalui Path Coefficients. Nilai Path Coefficients dapat dilihat melalui nilai t-statistik yang harus diatas t-tabel yaitu 1,96 yang berarti terdapat pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen pada setiap hipotesis yang telah ditentukan. Nilai t-statistik $\geq 1,96$ atau nilai *probabilitas* $\leq$ *Level of Significance* ($\alpha = 5\%$), dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima, atau dengan kata lain terdapat pengaruh signifikan antar variabel yang diuji.

Pada tabel tersebut variabel seluruh variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki nilai t-statistik lebih dari nilai t tabel (1,96). Hal ini menunjukkan variabel *environment sustainability*, *practice sustainability adoption* memberikan pengaruh secara signifikan pada variabel *competitive advantage*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel *environment sustainability* pada *competitive advantage*. Berdasarkan tabel tersebut variabel *environment sustainability* memiliki pengaruh signifikan pada variabel *competitive advantage*. Hal itu ditunjukkan dengan nilai t-statistik $3,693 > 1,96$ dan nilai p value $0,000 < 0,05$. Dengan demikian hipotesis penelitian H1 dapat diterima.

Sedangkan pengujian hipotesis mediasi atau pengaruh tidak langsung dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel atau dikenal dengan uji Sobel (Latan dan Ghazali, 2012). Pengujian ini dilakukan agar mengetahui nilai signifikansi pengaruh tidak langsung antar variabel, dengan syarat nilai t hitung $> 1,96$. Pengujian dengan metode Sobel dilakukan terhadap hipotesis 2. Hipotesis selanjutnya menduga terdapat pengaruh signifikan *Environment Sustainability* pada variabel *competitive advantage* melalui *sustainability practice adoption*.

Hasil dari perkalian Sobel-test menghasilkan nilai t-statistik $33,8160 > t$ -tabel (1,96). Dengan demikian variabel *environment sustainability* memiliki pengaruh signifikan pada *competitive advantage* melalui *sustainability practice adoption* sebagai variabel mediasi. Nilai t-statistik pengujian tidak langsung lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t statistik pengaruh langsung. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *environment sustainability* dalam mewujudkan *competitive advantage* harus melalui *sustainability practice adoption*. Dengan demikian H2 dapat diterima.

Hasil analisis inferensial menunjukkan bahwa H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa *Environment Sustainability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Competitive advantage* (CA) pada Biro Perjalanan Wisata (BPW). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Grimstad & Burgess, 2014; Li & Liu, 2014; Molina-Azorín et al., 2015). Penelitian ini juga mendukung adanya teori *resource-based view*. Menurut *resource-based view theory* menjelaskan bahwa sumber daya alam itu berharga, langka, tidak dapat diganti, dan tidak dapat ditiru, yang dapat dikonfigurasi ulang untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (J. Barney, 1991; J. B. Barney & Clark, 2007; Montgomery, 1995). Hal ini dikarenakan *Environment Sustainability* dapat mendorong terbentuknya

Competitive advantage (CA) Biro Perjalanan Wisata (BPW). *Competitive Advantage* (CA) mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih besar daripada pesaing mereka (Islam, Hasan, dan Zhang, 2019; Porter, 1998). Dalam lingkungan yang sangat dinamis, perusahaan membutuhkan adaptasi berbasis pengalaman untuk menciptakan keunggulan kompetitif (Pratono, 2019). Ketika lingkungan pasar yang mudah berubah dengan cepat dan keunggulan kompetitif diakui sebagai konstruk yang berguna untuk memahami kemampuan perusahaan untuk unggul dibanding pesaingnya (Pratono, 2019; Covin dan Lumpkin, 2011).

Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa H2 diterima, maka praktik penerapan sustainability (SPA) memediasi hubungan antara environment sustainability (ES) dan competitive advantage (CA) pada Biro Perjalanan Wisata (BPW). Penelitian ini mendukung penelitian Islam, Hasan, dan Zhang (2019). Hal ini dikarenakan praktek berkelanjutan dari perantara pariwisata menjadi pendorong terbentuknya CA (Nastanski dan Baglione, 2014; Islam dan Zhang, 2019). Manfaat yang dirasakan yang mendukung lokal memiliki dampak positif pada pariwisata berkelanjutan (Lopez et al., 2018). Selain itu, strategi *sustainability* sangat bergantung pada kondisi alam, keuangan dan sosial (Angelkova, 2012; I Islam, Hasan, dan Zhang, 2019). Islam, Zhang, dan Hasan (2019) menyebutkan Keberlanjutan dalam pariwisata adalah masalah besar karena praktik ini sangat diperlukan untuk konservasi budaya, menghasilkan lapangan kerja, kemajuan keuangan, dan ekspansi sosial-ekonomi secara keseluruhan. Terlepas dari berbagai fokus dan perspektif pariwisata berkelanjutan, salah satu komponen penting untuk pencapaian pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah partisipasi berbagai pemangku kepentingan. Ko (2005) dalam Islam dan Zhang (2019) menyarankan bahwa berbagai pemangku kepentingan harus dilibatkan sejak tahap awal penilaian keberlanjutan. Pembangunan pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai proses yang memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa membahayakan kemampuan generasi mendatang.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *environment Sustainability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Competitive advantage* (CA) pada Biro Perjalanan Wisata (BPW). *Environment Sustainability* merupakan salah satu komponen yang diperlukan dalam untuk meningkatkan *Competitive advantage* (CA) usaha salah satunya Biro Perjalanan Wisata (BPW). Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa praktik penerapan sustainability (SPA) memediasi hubungan antara environment sustainability (ES) dan competitive advantage (CA). Adanya praktek berkelanjutan dari perantara pariwisata memperkuat penerapan *environment Sustainability* untuk meningkatkan *competitive advantage* pada Biro Perjalanan Wisata (BPW). Variabel-variabel ini belum tentu dapat digunakan untuk objek lainnya, karena disetiap objek yang berbeda akan ditemukan variabel yang berbeda-beda, dikarenakan penelitian ini dilakukan di Kota Malang maka hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisasi ke wilayah yang lainnya karena karakteristik dan budaya yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Islam, M. F., Zhang, J., & Hasan, N. (2019). Assessing the adoption of sustainability practices in tourism industry: Insights from a developing country. *Bottom Line*. <https://doi.org/10.1108/BL-09-2019-0113>
- Ahani, A., Rahim, N.Z.A. and Nilashi, M. (2017), "Forecasting social CRM adoption in SMEs: a combined SEM-neural network method", *Computers in Human Behavior*, Vol.75, pp. 560-578
- Angelkova, T., Koteski, C., Jakovlev, Z. and Mitrevska, E. (2012), "Sustainability and competitiveness of tourism", *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 44, pp. 221-227, doi: 10.1016/j.sbspro.2012.05.023.
- Heidari, A., Yazdani, H.R., Saghafi, F. and Jalilvand, M.R. (2018), "A systematic mapping study on tourism business networks", *European Business Review*, Vol. 30 No. 6, pp. 676-706, doi: 10.1108/EBR-01-2017-0015.

-
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B.D. and McLennan, C-IJ. (2015), "Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis", *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 23 No. 4, pp. 517-535.
- Eccles, R. Ioannou, I. and Serafeim, G. (2012), "Is sustainability now the key to corporate success?", *The Guardian*, available at: www.theguardian.com/sustainable-business/sustainability-key-corporate-success
- Porter, M. (1998), *Competitive Strategy: Technique for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press, New York, NY.
- Pratono, A.H., Darmasetiawan, N.K., Yudianto, A. and Jeong, B.G. (2019), "Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: the role of inter-organizational learning", *The Bottom Line*, Vol. 32 No. 1, pp. 2-15.
- Lee, T. and Chu, W. (2017), "The relationship between entrepreneurial orientation and firm performance: influence of family governance", *Journal of Family Business Strategy*, Vol. 8 No. 4, pp. 213-223.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N.M. and Hultink, E.J. (2017), "The circular economy – a new sustainability paradigm? ", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 143, pp. 757-768.
- Marion, J., Eddleston, A., Friar, H. and Deeds, D. (2014), "The evolution of inter organizational relationships in emerging ventures: an ethnographic study within the new product development process", *Journal of Business Venturing*, Vol. 30 No. 1, pp. 67-84.
- Ghobakhloo, M., Arias-Aranda, D. and Benitez-Amado, J. (2011), "Adoption of e-commerce applications in SMEs", *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 111 No. 8, pp. 1238-1269.
- Nastanski, M. and Baglione, S. (2014), "Sustainability: benefits of social responsibility to brand value and profit", *The Journal of International Management Studies*, Vol. 9 No. 2, pp. 164-173.
- Lopez, M.F.B., Virto, N.R., Manzano, J.A. and Miranda, J.G.-M. (2018), "Residents' attitude as determinant of tourism sustainability: the case of Trujillo", *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 35, pp. 36-45
- Ahani, A., Rahim, N.Z.A. and Nilashi, M. (2017), "Forecasting social CRM adoption in SMEs: a combined SEM-neural network method", *Computers in Human Behavior*, Vol. 75, pp. 560-578.
- Saarienen, J. (2006), "Traditions of sustainability in tourism studies", *Annals of Tourism Research*, Vol. 33 No. 4, pp. 1121-1140.
- Wall, G. (1982), "Cycles and capacity: incipient theory of conceptual contradiction?", *Tourism Management*, Vol. 3 No. 3, pp. 188-192
- Mckercher, B. (1993), "The unrecognized threat to tourism: can tourism survive 'sustainability'?", *Tourism Management*, Vol. 14 No. 2, pp. 131-136.
- Scheyvens, R. (1999), "Ecotourism and the empowerment of local communities", *Tourism Management*, Vol. 20 No. 2, pp. 245-249.
- Ko, T.G. (2005), "Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach", *Tourism Management*, Vol. 26 No. 3, pp. 431-445.
- Kuncoro, W. and Suriani, W.O. (2018), "Achieving sustainable competitive advantage through product innovation and market driving", *Asia Pacific Management Review*, Vol. 23 No. 3, pp. 186-192.
- Gupta, S. and Kumar, V. (2013), "Sustainability as corporate culture of a brand for superior performance", *Journal of World Business*, Vol. 48 No. 3, pp. 311-320.
- Covin, J. and Lumpkin, G. (2011), "Entrepreneurial orientation theory and research: reflection on a needed construct", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 35 No. 5, pp. 855-872.
-

-
-
- Camilleri, M.A. (2017), "Corporate sustainability and responsibility: creating value for business, society and the environment", *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, Vol. 2 No. 1, p. 59
- Rozack, Abdul. 2020. Bisnis Tour Travel Makin Dibutuhkan. <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2018/02/12/48474/bisnis-tour-and-travel-makin-dibutuhkan>. Diakses Pada 10 Februari 2020
- Soenarso, Sugeng Adji. 2019. Astindo: 100 Perusahaan Travel Agen Tutup Karena Kalah Saing dengan Online. <https://industri.kontan.co.id/news/astindo-100-perusahaan-travel-agen-tutup-karena-kalah-saing-dengan-online>. Diakses Pada 10 Februari 2020
- BAPPENAS. 2019. Pembangunan Pariwisata 2015-2019. https://www.bappenas.go.id/files/5814/1826/9547/Paparan_Deputi_Ekonomi.pdf. Di akses pada 10 Februari 2020
- Drajat, Herry.2019. Target Pariwisata Tidak Lagi Pada Jumlah Kedatangan Wisatawan. <https://venuemagz.com/news/target-pariwisata-tidak-lagi-pada-jumlah-kedatangan-wisatawan/>. Diakses Pada 10 Februari 2020
- Gewati, Mikhael. 2019. BI: Industri Pariwisata Menjadi Sektor Paling Menghasilkan Devisa. <https://travel.kompas.com/read/2019/03/23/084500627/bi--industri-pariwisata-jadi-sektor-paling-hasilkan-devisa>. Diakses Pada 10 Februari 2020
- KEMENPAR. 2018. Perkembangan Biro Perjalanan Wisata (BPW) Berskala Menengah dan Besar Menurut Provinsi. <https://www.kemenpar.go.id/post/perkembangan-biro-perjalanan-wisata-bpw-berskala-menengah-dan-besar-menurut-provinsi>. Diakses Pada 10 Februari 2020.
- Yunianto, Roni. 2018. PARIWISATA DAERAH : 2019, Bisnis Biro Perjalanan Tetap Moncer. <https://surabaya.bisnis.com/read/20181201/436/865240/pariwisata-daerah-2019-bisnis-biro-perjalanan-tetap-moncer>. Diakses Pada 10 Februari 2020
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007). Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage. In J. B. Barney (Ed.), *Oxford University Press* (1st ed., Vol. 1, Issue 4). Oxford University Press.
- Grimstad, S., & Burgess, J. (2014). Environmental sustainability and competitive advantage in a wine tourism micro-cluster. *Management Research Review*, 37(6), 553–573. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2013-0019>
- Li, D. yuan, & Liu, J. (2014). Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China. *Journal of Business Research*, 67(1), 2793–2799. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.08.007>
- Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J., Pereira-Moliner, J., López-Gamero, M. D., & Pertusa-Ortega, E. M. (2015). The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry. *Tourism Management*, 50, 41–54. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.008>
- Montgomery, C. A. (1995). *Resource-Based and Evolutionary Theories of the Firm* (C. A. Montgomery (ed.)). Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-1-4615-2201-0>