

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Analisis SWOT guna Menentukan Strategi dalam meningkatkan Jumlah Konsumen di Malindo Tour and Travel” Yang ditulis oleh Muhammad Rizki Ardiansyah NIM 126407203026, Pembimbing Didik Setiawan, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh PT Malindo Tour and Travel yang berlokasi di Kecamatan Kalidawir, salah satu kecamatan di Kabupaten Tulungagung, yang memiliki potensi besar dalam sektor Pariwisata, khususnya di bidang Tour and Travel. Semenjak terjadinya wabah Covid-19 PT Malindo Tour and Travel mengalami penurunan jumlah konsumen atau pengguna jasa Travel.

Penelitian ini berfokus: 1) Bagaimana hasil dari penerapan analisis SWOT di agen travel Malindo Tour and Travel? 2) Bagaimana cara agar Malindo Tour and Travel meningkatkan jumlah konsumen atau pengguna jasa di Malindo Tour and Travel?

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengidentifikasi strategi yang efektif untuk diterapkan di Malindo Tour and Travel, dan 2) Meningkatkan jumlah konsumen atau pelanggan yang memanfaatkan layanan travel di Malindo Tour and Travel.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode observasi dan wawancara langsung sebagai teknik utama untuk mendapatkan data yang akurat. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan individu, sementara data sekunder diambil dari berbagai sumber pustaka dan dokumen terkait lainnya.

Berikut hasilnya: (1) Pada analisis SWOT di Malindo Tour and Travel, yang menjadi faktor kekuatan (*Strength*) bagi agen travel Malindo Tour and Travel adalah armada travel yang banyak, kepemilikan bus pariwisata sendiri dan kualitas pelayanan yang baik. Selanjutnya yang menjadi faktor kelemahan (*Weakness*) pada agen travel Malindo Tour and Travel adalah kurangnya promosi pada akun sosial media, kurangnya variasi jasa layanan dan ketergantungan kepada pihak ketiga. Sedangkan pada faktor peluang (*Opportunity*) yang dimiliki oleh Malindo Tour and Travel adalah meningkatnya jumlah pengguna jasa dan kerjasama dengan berbagai pihak eksternal. Selanjutnya pada faktor ancaman (*Threat*) yang dimiliki oleh Malindo adalah munculnya wabah penyakit baru, naiknya harga bahan bakar kendaraan dan meningkatnya jumlah pesaing baru. (2) Strategi yang bisa digunakan oleh Malindo Tour and Travel dalam meningkatkan jumlah konsumen berdasarkan analisis SWOT berupa strategi S-O, strategi S-T, Strategi W-O, strategi WT. (3) Faktor yang mendukung dan menghambat peningkatan agen travel Malindo Tour and Travel.

Keyword : Strategi Peningkatan, Analisis SWOT, Tour and Travel

ABSTRACT

Thesis with the title "SWOT Analysis to Determine Strategies to increase the Number of Consumers at Malindo Tour and Travel" written by Muhammad Rizki Ardiansyah NIM 126407203026, Student Supervisor Setiawan, S.E., M.M.

The background to this research is that PT Malindo Tour and Travel which is located in Kalidawir District, which is one of the sub-districts in the Tulungagung Regency area, has great potential in the tourism sector, especially the Tour and Travel section. Since the Covid-19 outbreak, PT Malindo Tour and Travel has experienced a decline in the number of consumers or users of travel services.

The research focus of this study is 1) What are the results of applying SWOT analysis at the Malindo Tour and Travel travel agency? 2) How can Malindo Tour and Travel increase the number of consumers or service users at Malindo Tour and Travel?

The objectives of this research are 1) To find out the right strategy to apply at Malindo Tour and Travel 2) To increase the number of consumers or customers using travel services at Malindo Tour and Travel.

This research uses qualitative research. The method used is direct observation and interviews to collect data accurately. The data sources obtained are primary data and secondary data. Primary data was obtained from individual interviews, secondary data was obtained from library sources and other documents.

The results obtained by the researchers are (1) In the SWOT analysis at Malindo Tour and Travel, the Strengths for the Malindo Tour and Travel travel agent are a large travel fleet, ownership of its own tour buses and good service quality. Furthermore, the Weakness factors in the Malindo Tour and Travel travel agent are the lack of promotion on social media accounts, lack of variety of services and dependence on third parties. Meanwhile, the Opportunity factor owned by Malindo Tour and Travel is the increasing number of service users and collaboration with various external parties. Furthermore, the Threat factors that Malindo has are the emergence of new disease outbreaks, rising vehicle fuel prices and the increasing number of new competitors. (2) Strategies that can be used by Malindo Tour and Travel to increase the number of consumers based on SWOT analysis in the form of S-O strategy, S-T strategy, W-O strategy, WT strategy. (3) Factors that support and hinder the increase in Malindo Tour and Travel travel agents.

Keywords: Improvement Strategy, SWOT Analysis, Tour and Travel