

**ANALISA SWOT DALAM BISNIS PARIWISATA TOUR TRAVEL
“EAGLE TOUR AND TRAVEL“****Agus Setiadi**

Politeknik Sahid Pariwisata, Tangerang Selatan, Indonesia.

Email: agusbinar@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan pertumbuhan industri pariwisata, terutama di Kota Batu, bisnis tour & travel seperti Eagle Tour & Travel memiliki peran penting dalam menyediakan layanan perjalanan wisata yang lengkap dan terorganisir bagi wisatawan. Namun, meskipun memiliki prospek yang baik, bisnis seperti Eagle Tour & Travel masih menghadapi berbagai kendala terkait operasional dan pemasaran. Penelitian ini dikembangkan untuk mengelaborasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) terkait bisnis Tour and Travel *Eagle Tour* yang berdiri sejak tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis SWOT terhadap bisnis pariwisata tour and travel, dengan fokus pada brand Eagle Tour and Travel di Kota Batu, Jawa Timur. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode analisis SWOT yang difokuskan untuk memperoleh strategi promosi dan peningkatan penjualan yang efektif berdasarkan rekomendasi yang mengikuti indikator lingkungan eksternal (External Factor Analysis Strategy), kemudian kekuatan dan kelemahan diperoleh melalui faktor internal IFAS (Internal Factor Analysis Strategy). Hasil penelitian, pelaku bisnis dapat mengambil langkah-langkah strategis yang sesuai dengan kuadran-kwadran Analisis SWOT tersebut. Kombinasi dari berbagai strategi di atas akan membantu perusahaan Tour Travel untuk meningkatkan daya saing, menghadapi tantangan, dan memenangkan persaingan di industri pariwisata.

Kata kunci : *Analisa SWOT, bisnis tout travel, Eagle Tour and Travel.***Abstract**

Alongside the growth of the tourism industry, especially in the city of Batu, tour & travel businesses such as Eagle Tour & Travel play a crucial role in providing comprehensive and organized travel services for tourists. However, despite having good prospects, businesses like Eagle Tour & Travel still face various operational and marketing challenges. This research is developed to elaborate on the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) related to the Eagle Tour and Travel business established since 2015. This study aims to conduct a SWOT analysis of the tour and travel tourism business, focusing on the Eagle Tour and Travel brand in Batu City, East Java. Using a qualitative descriptive approach and SWOT analysis method focused on obtaining effective promotional and sales enhancement strategies based on recommendations following external environmental indicators (External Factor Analysis Strategy), then strengths and weaknesses are obtained through internal factors IFAS (Internal Factor Analysis Strategy). The results of the study enable business practitioners to take strategic steps that align with the quadrants of the SWOT Analysis. The

How to cite:Agus Setiadi (2024), Analisa SWOT Dalam Bisnis Pariwisata Tour Travel
“Eagle Tour and Travel”, (6) 2, <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i2.2994>**E-ISSN:**

2684-883X

Published by:[Ridwan Institute](#)

combination of various strategies above will assist Tour Travel companies in enhancing competitiveness, facing challenges, and winning the competition in the tourism industry.

Keywords: SWOT Analysis, tour travel business, Eagle Tour and Travel.

PENDAHULUAN

Provinsi Jawa Timur memiliki banyak potensi pariwisata yang tidak kalah dengan provinsi lain di Indonesia. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang tercatat berkunjung ke Jawa Timur sejak 2011 terus menaik, hanya mengalami penurunan di 2020 dan 2021 (Simanjuntak et al., 2017; Suwardono, 2015). Penurunan tersebut disebabkan antara lain karena terjadinya Pandemi Covid 19, sehingga berimbas pada berkurangnya intensitas kedatangan wisatawan. Tetapi di 2022, sudah mengalami kenaikan kembali (Huda et al., 2022).



Gambar 1. Perkembangan Kunjungan Wisman di Provinsi Jawa Timur

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2022.

Provinsi Jawa Timur memiliki beragam pilihan wisata yang dapat dipilih, dimana Gunung Bromo masih menjadi magnet wisatawan dan telah menjadi ikon wisata di Jawa Timur (Ningsih Qomariyah, 2023; Siswantoro, 2012). Selain itu, keberadaan Kota Malang dan Kota Batu juga menjadi daya tarik wisata karena memiliki ciri khasnya masing-masing. Kota Malang yang memiliki Motto Tri Bina Cita yaitu Kota Pariwisata, Pendidikan dan Industri, mengandalkan wisata alam, khususnya wisata pantainya. Sedangkan Kota Batu dengan kondisi geografis khas pegunungan, mengandalkan wisata alam dan wisata buatanya seperti Jatim Park, Museum Angkut, BNS, dan sebagainya. Tentunya hal ini akan menguntungkan bagi para pelaku usaha, terutama yang bergerak di sektor pariwisata.

Hal ini menunjukkan bahwa potensi kunjungan wisata ke Kota Batu masih cukup tinggi, sehingga hal tersebut apabila dimanfaatkan oleh pelaku industri pariwisata untuk mendapatkan keuntungan.

Kota Batu yang menjadi salah satu kota tujuan wisata juga memiliki beragam jenis usaha pariwisata. Secara kuantitas, makin banyak penyedia akomodasi seperti hotel, restoran, agen perjalanan, yang mulai tumbuh dan bersaing untuk memberikan berbagai penawaran bagi konsumen. Tumbuhnya berbagai jenis usaha tersebut, secara tidak langsung juga akan berkontribusi mempromosikan potensi wisata lokal kepada wisatawan. Di sisi lain, dukungan Pemerintah berupa pembangunan infrastruktur wisata seperti jalan maupun fasilitas lainnya, selain dapat meningkatkan pendapatan daerah, juga dapat mendorong perekonomian warga di sekitar tempat wisata.

Industri pariwisata meliputi bidang-bidang usaha yang bisa dikelompokkan ke didalam 3 sektor sebagai berikut:

- **Usaha jasa pariwisata:** biro perjalanan wisata, jasa konvensi, perjalanan insentif, pamera jasa konsultasi pariwisata, jasa Info pariwisata
- **Usaha fasilitas pariwisata:** hotel melati, persinggahan karavan, angkutan wisata, jasa boga dan bar, kawasan pariwisata, rekreasi dan hiburan lazim seperti taman rekreasi, gelanggang renang, padang golf, gelanggang bowling, rumah billiard, panti mandi uap, ketangkasan, desa wisata dan jasa hiburan rakyat
- **Usaha jasa objek wisata:** wisata budaya, wisata minat spesifik dan wisata alam yang memerlukan keahlian dan ketrampilan khusus.

Bisnis tour & travel adalah usaha yang menyediakan pelayanan perjalanan dan akomodasi bagi para pelanggan yang ingin berlibur atau melakukan perjalanan bisnis (Yohana & Sihombing, 2020). Bisnis ini berperan sebagai perantara antara pelanggan dan penyedia jasa seperti maskapai penerbangan, hotel, transportasi, dan tempat wisata (Susanto & Suryawan, 2021). Bisnis tour & travel memberikan layanan yang lengkap dan terorganisir kepada pelanggan. Usaha ini memberikan kemudahan dalam mengatur segala kebutuhan perjalanan mulai dari tiket transportasi, penginapan, paket tur, hingga layanan pendukung lainnya seperti visa, asuransi perjalanan, atau penyewaan mobil. Tujuan utama bisnis ini adalah untuk memudahkan pelanggan dalam merencanakan dan melaksanakan perjalanan wisatawan.

Jasa perjalanan wisata (tour and travel) sebagai salah satu jenis usaha yang mendukung industri pariwisata khususnya di Kota Batu, memiliki prospek yang baik (Besra, 2012). Hal ini dapat dilihat dari potensi pasar yang sangat besar, karena semakin banyak tempat wisata baru yang muncul dan tingginya minat wisatawan mengunjungi tempat wisata. Sebagai penyedia jasa, perusahaan tour & travel berperan untuk memberikan referensi wisata yang menarik yang dikemas secara lengkap beserta fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan (Arjana, 2017).

Eagle Tour & Travel merupakan sebuah tour operator jasa wisata yang bergerak di bidang tour wisata, dan melayani jasa perjalanan wisata untuk Kota Batu dan sekitarnya, bahkan ke level nasional dan internasional. Perkembangan kunjungan wisata di Kota Batu yang terus meningkat menjadi peluang bagi Eagle untuk membantu menyediakan kebutuhan akomodasi bagi wisatawan dalam berwisata di Kota Batu dan sekitarnya (Tambunan, 2016). Dengan segmen menengah, Eagle Tour and Travel memberikan harga yang variatif namun tetap terjangkau untuk setiap paket wisatanya.

Disamping itu, Eagle juga memberikan berbagai fasilitas layanan yang lengkap, seperti menyediakan akomodasi penginapan, tour guide, transport, makan, dokumentasi dll.

Sebagai salah satu tour operator yang telah beroperasi pada sektor pariwisata, Eagle Tour & Travel masih menghadapi berbagai kendala. Kendala tersebut berasal dari beberapa bidang pengelolaan, seperti kendala pada bidang operasional yang terkait dengan penyediaan channel akomodasi untuk penginapan dan restoran maupun transport yang masih sangat terbatas. Kendala lain juga berasal dari bidang pemasaran, dimana Eagle masih mengandalkan media sosial saja, sedangkan sarana promosi lain masih belum maksimal. Disamping berbagai kendala tersebut, banyaknya pesaing besar yang lebih berpengalaman juga dapat mengancam keberlangsungan bisnis dari Eagle.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini dikembangkan untuk mengelaborasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) yang berkaitan dengan bisnis Tour and Travel dengan memfokuskan pada brand Eagle Tour Travel. Dengan mengambil tema yakni **“ANALISA SWOT DALAM BISNIS PARIWISATA TOUR TRAVEL “EAGLE TOUR AND TRAVEL “**.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisa Strength, Weakness, Opportunity and Threats (SWOT). Analisa Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (SWOT) digunakan untuk menganalisis potensi dan permasalahan pada bisnis tour travel, termasuk potensi dan permasalahan internal maupun eksternal (Dewi et al., 2022). Analisis internal ditinjau dari kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada bisnis itu sendiri, sedangkan analisis eksternal ditinjau dari peluang dan ancaman. Adapun Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman diberikan pembobotan dengan tujuan untuk memperoleh prioritas dan keterkaitan antar strategi (Asmarini, 2010).

Demi mendukung agar perumusan strategi bisa lebih efektif, maka analisis yang akan digunakan adalah analisis SWOT yang lebih terstruktur, yaitu dengan penggunaan EFAS (External Factor Analysis Summary) dan IFAS (Internal Factor Analysis Summary).

EFAS (External Factors Analysis Summary)

EFAS digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi suatu organisasi. Faktor-faktor ini mencakup lingkungan politik, ekonomi, sosial, dan teknologi yang dapat berdampak positif atau negatif pada kinerja organisasi. Dalam EFAS, faktor-faktor tersebut dinilai berdasarkan bobot kepentingan dan peringkat keberhasilannya.

IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

IFAS bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal suatu organisasi yang mempengaruhi kinerjanya. Faktor-faktor ini mencakup sumber daya manusia, keuangan, fasilitas, dan sistem yang ada di dalam organisasi. Dalam analisis IFAS, faktor-faktor tersebut dinilai berdasarkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi secara keseluruhan. Penelitian ini menampilkan data-data yang bersifat kualitatif, maka penulis menggunakan analisis data induktif. Induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis (Bungin, 2005:70).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis SWOT terhadap bisnis pariwisata tour and travel, dengan fokus pada brand Eagle Tour and Travel di Kota Batu, Jawa Timur. Dengan melibatkan metode analisis SWOT, penelitian ini akan mengidentifikasi kekuatan internal, kelemahan, peluang eksternal, dan ancaman yang dihadapi oleh Eagle Tour and Travel dalam industri pariwisata. Melalui analisis EFAS dan IFAS, penelitian ini juga bertujuan untuk menyusun strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja bisnis pariwisata tersebut.

Manfaat penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis pariwisata, khususnya di Kota Batu. Analisis SWOT yang dilakukan dapat membantu Eagle Tour and Travel untuk mengidentifikasi area-area di mana mereka unggul dan di mana mereka perlu memperbaiki diri. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan kepada para pelaku industri pariwisata lainnya tentang strategi yang efektif dalam menghadapi dinamika industri pariwisata.

Penelitian ini memberikan panduan bagi Eagle Tour and Travel dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih baik berdasarkan analisis SWOT yang komprehensif. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pelaku industri pariwisata lainnya dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di tengah persaingan bisnis pariwisata yang semakin ketat. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan industri pariwisata, meningkatkan pendapatan daerah, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal di Kota Batu serta sekitarnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Wirartha (2006), penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan pada kondisi obyek yang alami. Sedangkan menurut Moelong (2007), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikan fenomena tersebut pada suatu konteks khusus dengan metode alamiah. Data yang dihasilkan dari penelitian ini bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala, juga menjawab pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan status subyek penelitian pada saat ini.

Penelitian kualitatif juga bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu hal menurut pandangan manusia yang diteliti, sehingga dalam hal ini manusia sebagai subyek memiliki peran yang penting dalam penelitian ini. Gambaran permasalahan juga dapat diketahui dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, dimana subyek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan pegawai Eagle Tour & Travel.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Eagle Tour & Travel, yang beralamat di Jl Pandanrejo no 2 Bumiaji, kota Batu, Jawa Timur. Pemilihan lokasi dilakukan secara

sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa semua sumber data dan informasi berada di lokasi tersebut, yaitu sebagai pusat dari kegiatan operasional dari Eagle Tour & Travel. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi secara langsung ketika Eagle melakukan operasional Tournya. Hal ini untuk melihat sejauh bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan sebagai tambahan informasi bagi peneliti.

Jenis Data

Menurut Uma Sekaran (2011), jenis data terdiri dari 2 jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti secara langsung, sedangkan data sekunder adalah data yang mengacu pada sumber informasi yang telah ada sebelumnya. Sumber data sekunder dapat berupa catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, internet dan lainnya. Jenis data primer yang digunakan oleh peneliti adalah data yang diperoleh langsung dari hasil observasi dan wawancara dengan pemilik modal, serta pegawai Eagle Tour & Travel. Wawancara dengan pemilik modal yaitu Yohana Yusuf, untuk memperoleh data yang berkaitan dengan mitra utama, sumber daya utama, kegiatan utama, dan hal lain yang terkait dengan bisnis model Eagle. Sedangkan wawancara dengan pegawai yaitu Ridwan dan Say, dilakukan untuk memperoleh data terkait dengan aspek fungsional perusahaan Eagle. Untuk data sekunder diperoleh dari informasi yang berasal dari hasil riset dan literatur yang memiliki relevansi dengan topik.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti terdiri dari data internal, yaitu data yang berasal dari dalam suatu organisasi, serta data eksternal, yaitu data yang berasal dari luar suatu organisasi. Data internal yang digunakan peneliti adalah data yang diperoleh dari dokumen perusahaan, yaitu tentang bisnis model yang dijalankan oleh Eagle Tour and Travel, sejarah berdirinya perusahaan, logo, struktur organisasi, dan laporan keuangan. Sedangkan data eksternal pada umumnya didapat dari pihak lain di luar perusahaan dan digunakan sebagai pembandingan. Data eksternal diperoleh antara lain dari web perusahaan, studi kepustakaan, dan data yang bersumber dari internet untuk mendukung topik yang dibahas pada penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah menggunakan teknik Triangulasi. Menurut Sugiyono (2013), triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data dengan menggabungkan berbagai sumber data dan berbagai teknik pengumpulan data. Triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik yang berbeda yaitu : wawancara, observasi dan dokumen. Triangulasi teknik tersebut selain untuk mengecek kebenaran data, juga dilakukan untuk memperkaya data. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur, yaitu wawancara dilakukan secara terencana dengan berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sebagai informan kunci adalah Yohana Yusuf sebagai pemilik modal, sedangkan untuk informan 1 adalah Say, Bagian Keuangan dan informan 2 adalah

Ridwan, Bagian Pemasaran. Lalu peneliti juga melakukan observasi di lapangan dan melakukan dokumentasi sebagai pelengkap teknik pengumpulan data.

Untuk mengetahui potensi dan strategi pengembangan Bisnis Tour and Travel dengan Brand Eagle Tour Travel, maka metodologi dalam penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan atau *strengths, weaknesses, opportunities* dan *threats*. Tujuan dari penggunaan analisis *SWOT* adalah untuk mengukur kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan peluang dari masalah yang diambil dalam penelitian (Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, 2017).

Analisis *SWOT* merupakan analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan pada kekuatan (*strenght*) dan peluang (*Opportunity*) namun dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threats*) secara bersamaan, analisis *SWOT* merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan strategi yang efektif atau berguna kemudian diterapkan sesuai keadaan publik atau pasar saat itu (Mukhlisin & Hidayat Pasaribu, 2020).

Selain itu untuk melihat secara lebih mendalam terhadap peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) digunakan guna mengetahui faktor eksternal seperti lingkungan luar EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategy*), kemudian kekuatan (*strength*) serta kelemahan (*weakness*) yang didapatkan melalui faktor faktor internal IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) dalam perusahaan. Kemudian faktor-faktor ini diberi nilai dan bobot.

Sementara itu untuk IFAS dan EFAS dapat didekripsikan sebagai berikut :

	Strenght (S)	Weakness (W)
EFAS	Menentukan faktor dari dalam perusahaan yang merupakan kekuatan	Menentukan faktor dari luar perusahaan yaitu merupakann kelemahan
IFAS	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Opportunities (O)	Menentukan faktor dari luar perusahaan yaitu merupakan peluang	Menghasilkan rencana dengan meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang
Threats (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
Menentukan faktor dari luar yaitu merupakan ancaman	Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan mengatasi ancaman	Menciptakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dalam mengatasi ancaman

Sumber data Diolah Peneliti 2023

Matrik Analisis SWOT IFAS & EFAS

Matrik SVWOT adalah alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. (Saleh et al., 2022) Untuk lebih jelasnya alternatif strategis didalam teknik analisis SWOT terbagi menjadi empat yaitu :

1. Strategi SO, Memanfaatkan kekuatan (*Strength (S)*) dalam memanfaatkan peluang (*Opportunity (O)*)
2. Strategi ST, Memanfaatkan kekuatan (*Strength (S)*) dalam menghindari ancaman (*Threat(T)*)
3. Strategi WO, Strategi dalam mengurangi kelemahan (*Weakness (W)*) untuk mendapatkan peluang (*Opportunity (O)*)
4. Strategi WT, Strategi dalam mengurangi kelemahan (*Weakness (W)*) dan mencegah ancaman (*Threat (T)*).

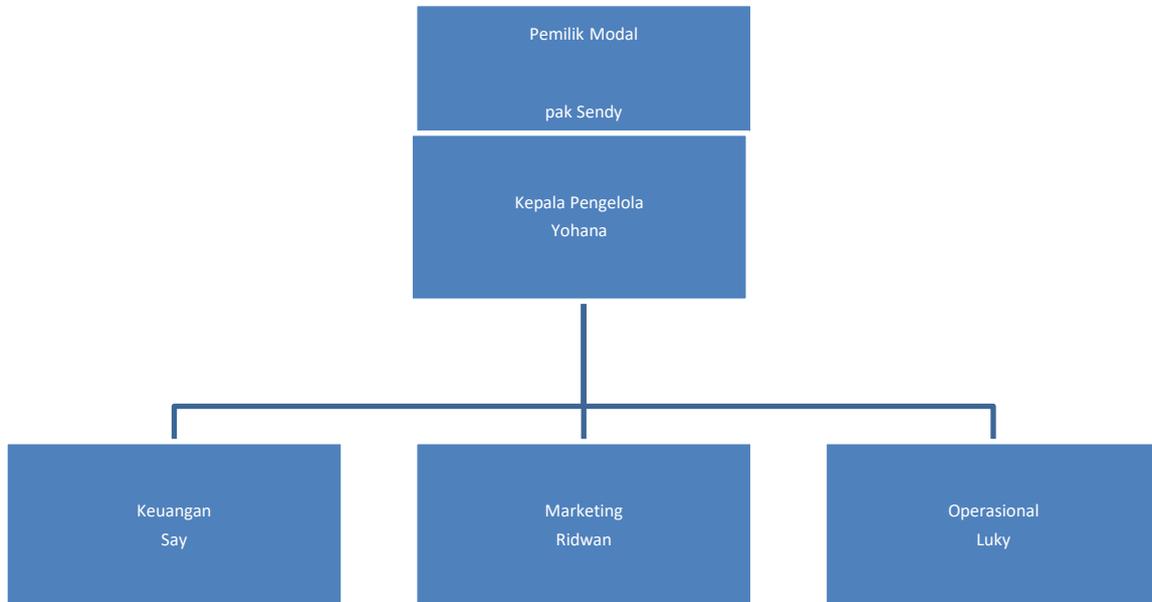
HASIL DAN PEMBAHASAN

Eagle Tour & Travel merupakan sebuah operator jasa perjalanan yang berfokus pada bidang tour wisata, dimana Eagle memberikan wisatawan kemudahan akomodasi dan referensi wisata di Kota Batu dan sekitarnya. Pada awalnya, Eagle Tour and Travel terbentuk dari ide pendirinya yaitu Yohana untuk memiliki sebuah usaha. Setelah berdiskusi dengan kakaknya, Sendy Fransiscus Tantonno akhirnya ia berpikiran untuk membuka bisnis travel walaupun awalnya ragu-ragu. Dengan hanya berbekal sebuah mobil yang dimiliki oleh Sendy Fransiscus serta chanel yang dimiliki oleh Yohana di kawasan Batu serta pengetahuan tempat wisata lainnya, keduanya memutuskan untuk memulai usaha tersebut. Nama “Eagle” merupakan ide dari Yohana, dimana nama tersebut merupakan sebagai penggambaran sebuah impian untuk bisa terbang tinggi secara impian. Dengan harapan nama tersebut dapat mudah dikenal karena memiliki kesan Batu-nya serta memiliki keunikan tersendiri. Dan akhirnya Eagle Tour & Travel resmi terbentuk dan berjalan pada tanggal Juli 2015.

Awal berjalan, Eagle Tour & Travel hanya melayani wisata di Kota Batu, dan Jawa Timur. Perjuangan awal yang cukup berat berupa beberapa masalah operasional seperti kendala chanel akomodasi yang masih sangat terbatas, kekurangan dana maupun tenaga, serta minimnya promosi harus dihadapi oleh Eagle Tour & Travel. Namun lambat laun kendala tersebut dihadapi secara bersama-sama oleh Yohana, Say, dan Ridwan. Banyak pihak yang juga ikut memberikan support, seperti halnya kakak dari Sendy yang memberikan bantuan modal berupa satu unit mobil untuk digunakan sebagai operasional, serta adanya beberapa channel seperti operator Jeep Bromo, penginapan di Batu, Catering, dan juga pihak lainnya yang bersedia untuk dijadikan sebagai partner dari Eagle Tour and Travel. Media promosi yang digunakan Eagle Tour and Travel hanya lewat broadcast pada media sosial serta Instagram. Namun karena pesatnya perkembangan media sosial serta

word of mouth dari lingkungan pergaulan, Eagle Tour and Travel mulai dikenal oleh konsumen dari Kota Batu maupun dari luar kota.

Eagle Tour & Travel masih memiliki struktur perusahaan yang sederhana yang diilustrasikan pada gambar berikut.



Sumber : Data diolah, 2023.

Pada struktur tersebut, Sedy selaku pemilik modal bersifat pasif dan tidak ikut dalam mengelola bisnisnya. Sedangkan Yohana sebagai pendiri sekaligus sebagai kepala pengelola, bertanggung jawab terhadap untuk mengatur segala aspek pengelolaan bisnisnya. Lalu Say memiliki tanggung jawab sebagai Bagian Keuangan, dimana ia harus mengelola aliran dana yang masuk dan mengalokasikannya sesuai dengan kebutuhan untuk akomodasi tour. Dan Ridwan sebagai Bagian Pemasaran, memiliki peran untuk mengatur konten promosi pada berbagai media promosi, terutama di media sosial. Dalam hal operasional masih terjadi rangkap jabatan, baik Yohana, Say, dan Ridwan mengelola secara bersama-sama dengan sistem bagi tugas. Hal ini tentunya masih menjadi kendala karena adanya rangkap jabatan yang dapat mengganggu efektifitas kerja, seperti yang diungkapkan oleh informan kunci : “...selain strukturnya tidak terlalu mengikat dan usaha kita masih kecil, kita juga masih kekurangan SDM. Padahal operasional tersebut sangat krusial dan apabila terjadi masalah dapat mengganggu keseluruhan bisnis kita” (Yohana, wawancara tanggal 3 Juni 2017).

Setelah berjalan lebih dari satu tahun, sang pemilik yaitu informan kunci menuturkan bahwa konsumen dari Eagle Tour & Travel kebanyakan berasal dari luar kota. Mulai dari Surabaya, Bandung, Jakarta, hingga Luar Negeri. Dengan segmen menengah ke atas, Eagle Tour yang memberikan penawaran harga yang cukup bersaing dengan agen tour lainnya, mampu menarik konsumen dari berbagai kalangan seperti mahasiswa, keluarga, hingga lembaga atau instansi tertentu. Dan yang paling menjadi primadona

tujuan wisata adalah wisata Gunung Bromo, yang telah menjadi icon wisata di Jawa Timur. Selain itu, wisata di Kota Batu seperti Jatim Park, Museum Angkut, Agrowisata, dan lainnya, juga menjadi magnet tersendiri khususnya bagi wisatawan dari luar kota.

Eagle Tour & Travel hingga kini telah menyediakan berbagai paket wisata ke berbagai destinasi yang dapat dipilih. Antara lain wisata Gunung Bromo, wisata pantai dan snorkeling di Malang Selatan, Batu City Tour (Jatim Park, Agrowisata, Batu Night Spectacular, dll). Sistem tour yang digunakan Eagle Tour and Travel adalah Private Group Tour, dimana Eagle Tour and Travel menyediakan paket wisata dengan minimal peserta sejumlah 6 orang untuk beberapa tujuan wisata yang dapat dipilih. Keunggulannya adalah tidak ada orang lain yang ikut bergabung selama tour, jadi privasi dan ke-eksklusifitasan tour dapat terjaga. Hal ini berbeda dengan sistem Open Trip, dimana tidak ada batasan jumlah orang yang ikut dan terbuka untuk siapapun.

Analisa SWOT Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

Secara umum, tujuan dari analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi faktor kunci yang datang dari lingkungan internal dan eksternal. (Rangkuti, 2006). Dengan begitu, dari segi faktornya analisis SWOT dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yakni:

- a. Faktor internal, merupakan *strength* dan *weakness* yang datang dari lingkungan internal organisasi atau perusahaan.
- b. Faktor eksternal, merupakan *opportunities* dan *threat* yang datang dari lingkungan eksternal organisasi atau perusahaan.

Berikut Analisis SWOT dari Eagle Tour Travel

Analisis Tantangan/Ancaman, Peluang, Kelemahan & Kekuatan

a. Tantangan/ Ancaman

1. **Pandemi dan Ketidakpastian Global:** Krisis kesehatan seperti pandemi COVID-19 dapat memiliki dampak signifikan pada perjalanan dan pariwisata. Pembatasan perjalanan, penutupan tujuan wisata, dan perubahan kebijakan dapat mengganggu operasional perusahaan Tour and Travel dan mengurangi permintaan.
2. **Ketidakstabilan Politik dan Keamanan:** Konflik politik, ketidakstabilan sosial, atau masalah keamanan di tujuan wisata dapat mengurangi minat wisatawan untuk berkunjung. Ketidakpastian politik juga dapat mempengaruhi kondisi ekonomi dan nilai tukar mata uang, yang pada gilirannya memengaruhi biaya perjalanan dan keputusan wisatawan. Seperti mendekati Pemilu 2024 dan beralihnya tempat Ibukota.
3. **Persaingan Ketat:** Industri perjalanan yang kompetitif menghadirkan tantangan dalam memenangkan dan mempertahankan pelanggan. Persaingan dengan perusahaan Tour and Travel lain, platform pemesanan online, serta layanan perjalanan yang disediakan oleh maskapai penerbangan atau agen perjalanan daring dapat membuat sulit untuk mempertahankan pangsa pasar.
4. **Perubahan Teknologi dan Perilaku Konsumen:** Perkembangan teknologi & perubahan perilaku konsumen dapat mempengaruhi cara pelanggan mencari, memesan, dan mengalami perjalanan. Adaptasi dengan teknologi baru seperti

aplikasi perjalanan, platform pemesanan online, dan pengalaman berbasis digital untuk tetap relevan.

5. **Ketidakpastian Lingkungan dan Keberlanjutan:** Ketidakpastian terkait dampak perubahan iklim dan isu-isu lingkungan lainnya dapat memengaruhi daya tarik destinasi dan mengubah preferensi wisatawan.

b. Peluang (*Opportunity*)

1. **Peningkatan Permintaan Wisata Berkelanjutan:** Semakin banyak wisatawan yang mencari pengalaman perjalanan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Kami dapat mengambil peluang ini dengan menawarkan paket perjalanan yang mengutamakan ekowisata, konservasi lingkungan, dan partisipasi dalam inisiatif sosial di destinasi wisata.
2. **Pengalaman Wisata Digital dan Virtual:** Dengan perkembangan teknologi seperti realitas virtual (VR) dan realitas augmentasi (AR), kami dapat menciptakan pengalaman wisata digital yang mengesankan.
3. **Segmentasi Pasar yang Lebih Tepat Sasaran:** Teknologi memungkinkan perusahaan untuk lebih mendalam dalam menganalisis data pelanggan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi dan perilaku pelanggan, kami dapat merancang paket perjalanan yang lebih spesifik dan disesuaikan dengan berbagai segmen pasar.
4. **Inovasi Layanan dan Pengalaman Wisata:** kami dapat berinovasi dalam cara mereka menyajikan pengalaman wisata kepada pelanggan. Contohnya, mengintegrasikan teknologi interaktif dalam tur, menawarkan pengalaman gastronomi unik, atau mengadakan perjalanan tema khusus yang menarik.
5. **Kemitraan Strategis dengan Industri Terkait:** Mengembangkan kemitraan dengan sektor terkait seperti teknologi, transportasi, atau makanan dan minuman dapat memberikan peluang baru. Contohnya, kerjasama dengan perusahaan transportasi dapat membantu dalam penyediaan paket perjalanan yang komprehensif dan efisien.

c. Kelemahan (*Weakness*)

1. **Ketergantungan pada Perubahan Tren:** Industri perjalanan sangat dipengaruhi oleh tren dan perubahan perilaku konsumen. Kelemahan ini mungkin timbul ketika perusahaan tidak dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan tren atau gagal mengantisipasi perubahan yang akan datang.
2. **Keterbatasan Sumber Daya:** kami sendiri mungkin mengalami keterbatasan dalam sumber daya manusia, finansial, atau teknologi. Ini dapat membatasi kemampuan kami untuk mengembangkan layanan baru, memperluas operasional, atau memberikan layanan pelanggan yang optimal.
3. **Risiko Keamanan dan Kesehatan:** Ancaman seperti wabah penyakit, bencana alam, atau masalah keamanan di tujuan wisata dapat memiliki dampak signifikan pada operasional perusahaan kami. Kelemahan ini dapat memengaruhi ketersediaan tujuan wisata, mengganggu jadwal perjalanan, atau menyebabkan pembatalan.

4. **Persaingan yang Intensif:** Industri perjalanan cenderung kompetitif, dengan banyak perusahaan Tour and Travel bersaing untuk pangsa pasar yang sama. Kelemahan ini mungkin timbul ketika perusahaan kami menghadapi persaingan yang kuat dan sulit untuk membedakan diri dari pesaing.
5. **Ketergantungan pada Musim Wisata:** Jika perusahaan kami sangat mengandalkan musim wisata tertentu atau destinasi yang populer pada waktu-waktu tertentu, kami mungkin mengalami fluktuasi pendapatan yang signifikan di luar periode tersebut. Ini dapat mempengaruhi stabilitas keuangan perusahaan kami.

d. Kekuatan(Strength)

1. **Pengetahuan Mendalam tentang Destinasi Wisata:** Perusahaan kami mungkin memiliki pengetahuan yang mendalam tentang berbagai tujuan wisata, budaya lokal, atraksi, dan pengalaman unik di berbagai destinasi. Ini memungkinkan perusahaan kami untuk merancang paket perjalanan yang menarik dan memuaskan pelanggan.
2. **Kemitraan Strategis:** Perusahaan kami memiliki kemitraan yang kuat dengan penyedia layanan lokal, hotel, maskapai penerbangan, dan entitas lainnya di destinasi wisata, ini dapat memberikan akses yang lebih baik dan harga yang kompetitif untuk pelanggan.
3. **Pengalaman Pelanggan yang Baik:** Perusahaan kami memiliki rekam jejak dalam memberikan pengalaman pelanggan yang positif dan layanan yang berkualitas. Ulasan positif dan referensi dari pelanggan sebelumnya dapat memperkuat reputasi perusahaankami.
4. **Inovasi dalam Layanan:** perusahaan kami juga mampu mengadopsi teknologi dan inovasi terbaru dalam industri perjalanan, ini dapat memberikan keunggulan kompetitifdalam menyajikan pengalaman yang lebih menarik dan efisien kepada pelanggan.
5. **Diversifikasi Portofolio Produk:** perusahaan kami menawarkan beragam paket perjalanan, dari petualangan alam hingga liburan santai, ini dapat menarik berbagai segmen pelanggan dengan preferensi yang berbeda.

e. Kebijakan Strategis

Berdasarkan uraian SWOT diatas menghasilkan kemungkinan strategi alternatif :

Tabel 1. Kenijakan Strategis

		SW	STRENGTHS	WEAKNESS
OT	/		1. Tim Profesional dan Berpengetahuan Luas	1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia
			2. Hubungan Kemitraan yang Kuat	2. Ketergantungan pada Kemitraan Tertentu
			3. Reputasi Positif dan Ulasan Pelanggan	3. Keterbatasan Teknologi atau Inovasi
			4. Inovasi dalam Teknologi Wisata	4. Kurangnya Diversifikasi
			5. Diversifikasi Portofolio Produk	5. Kualitas Layanan yang Tidak Konsisten

OPPURTUNITY	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tingkat Penetrasi Pasar yang Meningkat	<i>Pengembangan Paket Perjalanan Berkelanjutan</i>	<i>Peningkatan Pelatihan dan Pengembangan</i>
Perubahan Tren Pariwisata	<i>Pemanfaatan Teknologi dan Inovasi</i>	<i>Diversifikasi Kemitraan</i>
Teknologi yang Berkembang	<i>Paket Perjalanan Tematik Berbasis Pengetahuan</i>	<i>Peningkatan Inovasi Teknologi</i>
Kemitraan dengan Industri Terkait	<i>Diversifikasi Portofolio Produk untuk Musim Wisata yang Berbeda</i>	<i>Pengembangan Paket Perjalanan Responsif</i>
Peningkatan Kesadaran Keberlanjutan	<i>Kampanye Pemasaran Berbasis Edukasi</i>	<i>Peningkatan Konsistensi Layanan</i>
TREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Pandemi dan Krisis Kesehatan	<i>Kemitraan yang Kuat dan Diversifikasi</i>	<i>Diversifikasi Tim dan Pengembangan Sumber Daya Manusia</i>
Ketidakpastian Ekonomi	<i>Pengalaman Pelanggan yang Positif sebagai Keunggulan Bersaing</i>	<i>Pengembangan Kemitraan yang Beragam dan Stabil</i>
Perubahan Kebijakan dan Regulasi	<i>Pemanfaatan Teknologi Inovatif</i>	<i>Inovasi Teknologi dan Penggunaan Platform Digital</i>
Persaingan Intensif	<i>Fokus pada Keberlanjutan dan Pariwisata Bertanggung Jawab</i>	<i>Pengembangan Paket Perjalanan Fleksibel dan Responsif</i>
Perubahan Tren Konsumen dan Preferensi	<i>Adaptasi Terhadap Musim Wisata dan Tren Pasar</i>	<i>Peningkatan Fokus pada Pengalaman Pelanggan dan Diversifikasi Produk</i>

Strengths-Opportunities (SO) Strategies : Memanfaatkan kekuatan internal untuk mengambil peluang eksternal. Beberapa strategi adalah:

- Mengembangkan paket perjalanan inovatif yang memanfaatkan keahlian tim profesional dan tren pariwisata yang berkembang.
- Meningkatkan investasi dalam teknologi wisata untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan.
- Memperkuat hubungan kemitraan yang sudah ada untuk menciptakan layanan yang unik dan menarik.

Weaknesses-Opportunities (WO) Strategies: Mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Beberapa strategi adalah:

- Melakukan pelatihan dan pengembangan untuk tim agar bisa merespon perubahan tren konsumen dan regulasi.
- Menjalin kemitraan dengan penyedia teknologi untuk mengatasi keterbatasan teknologi dan meningkatkan efisiensi.
- Diversifikasi portofolio produk untuk mengatasi keterbatasan diversifikasi dan mengambil peluang di berbagai segmen pasar.

Strengths-Threats (ST) Strategies: Menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal. Beberapa strategi adalah:

- Meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan untuk menghadapi persaingan intensif.

- Membentuk aliansi dengan pemangku kebijakan untuk mempengaruhi perubahan regulasi yang mengancam bisnis.
- Menggunakan reputasi positif dan ulasan pelanggan untuk mengatasi ancaman dari perubahan tren konsumen.

Weaknesses-Threats (WT) Strategies: Mengatasi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Beberapa strategi adalah:

- Menjalin kemitraan dengan penyedia layanan berpengalaman untuk mengatasi keterbatasan sumber daya manusia.
- Mengembangkan rencana kontinjensi untuk menghadapi pandemi dan krisis kesehatan yang dapat mempengaruhi industri pariwisata.
- Meningkatkan inovasi produk dan layanan untuk mengatasi ancaman perubahan tren konsumen dan preferensi.

Dengan Pembobotan Efas Dan Ifas

a. Pembobotan EFAS

Tabel 2. Pembobotan EFAS

Faktor Strategis EKSTERNAL	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
Peluang				
1. Tingkat Penetrasi Pasar yang Meningkat 10%		4	0.4	
2. Perubahan Tren Pariwisata	12.5%	3	0.375	
3. Teknologi yang Berkembang	7.5%	4	0.3	
4. Kemitraan dengan Industri Terkait	10%	4	0.4	
5. Peningkatan Kesadaran Keberlanjutan	10%	3	0.3	
Ancaman			1.755	
1. Pandemi dan Krisis Kesehatan	12.5%	4	0.5	
2. Ketidakpastian Ekonomi	10%	3	0.3	
3. Perubahan Kebijakan dan Regulasi	7.5%	3	0.225	
4. Persaingan Intensif	10%	4	0.4	
5. Perubahan Tren Konsumen & Preferensi 10%		3	0.3	
Total	1,00		1.725	

b. Pembobotan IFAS

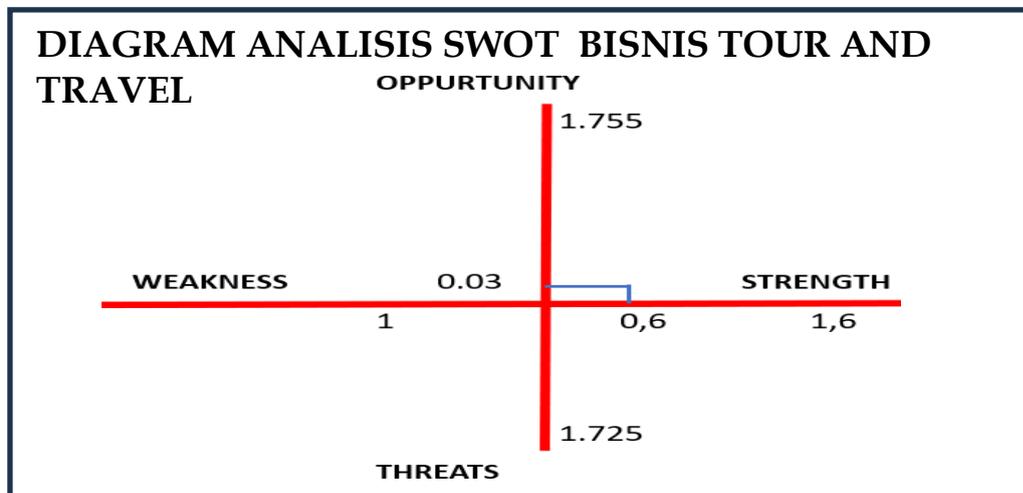
Tabel 3. Pembobotan EFAS

Faktor Strategis INTERNAL	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
Kekuatan				
1. Tim Profesional & Berpengetahuan Luas 10%		4	0,4	
2. Hubungan Kemitraan yang Kuat	10%	4	0,4	
3. Reputasi Positif dan Ulasan Pelanggan	7,5%	4	0,3	

Analisa SWOT Dalam Bisnis Pariwisata Tour Travel
“Eagle Tour and Travel“

4. Inovasi dalam Teknologi Wisata	10%	3	0,3
5. Diversifikasi Portofolio Produk	12,5%	3	0,2
Kelemahan			1.6
1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia	10%	2	0,2
2. Ketergantungan pada Kemitraan Tertentu	10%	2	0,2
3. Keterbatasan Teknologi atau Inovasi	7,5%	2	0,15
4. Kurangnya Diversifikasi	12,5%	2	0,25
5. Kualitas Layanan yang Tidak Konsisten	10%	2	0,2
Total	1,00		1

Diagram Analisis Swot



Gambar 2. Diagram Analisis SWOT KESIMPULAN

KESIMPULAN

Kesimpulannya, pelaku bisnis dapat mengambil langkah-langkah strategis yang sesuai dengan kuadran-kuadran Analisis SWOT tersebut. Kombinasi dari berbagai strategi di atas akan membantu perusahaan Tour Travel untuk meningkatkan daya saing, menghadapi tantangan, dan memenangkan persaingan di industri pariwisata. Mengingat Potensi industri pariwisata di Kota Batu memiliki prospek yang sangat baik, dilihat dari kunjungan wisatawan dan pertumbuhan berbagai jenis usaha jasa pariwisata. Eagle Tour & Travel sebagai pelaku bisnis, masih memiliki berbagai hambatan pada aspek fungsionalnya.

Berdasarkan Analisis SWOT, dilakukan penyempurnaan dengan Perbaikan antara lain. Pertama, Eagle dapat menjalin kerjasama dengan mitra baru, seperti Tour & Travel lain untuk mempermudah Eagle dalam menyediakan akomodasi lebih baik dan lebih banyak. Kedua, Eagle dapat memberikan promo atau diskon khusus bagi konsumen selama periode tertentu, seperti saat liburan atau tahun baru. Ketiga, perbaikan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan memberikan tambahan fasilitas gratis maupun

melakukan inovasi Paket Tour. Keempat, Eagle dapat memperbaiki struktur jabatan dan pemberian tanggung jawab yang jelas, serta mengurus izin operasional usaha. Kelima, Eagle dapat menambah aset fisiknya berupa transportasi dan menetapkan biaya perbaikan aset. Keenam, Eagle dapat memberikan reward kepada konsumen yang loyal, agar hubungan dengan konsumen menjadi lebih baik. Ketujuh, Eagle dapat meningkatkan intensitas pemasaran melalui promosi langsung dengan Proposal Tour dan brosur, maupun melalui pembuatan website. Kedelapan, Eagle dapat membuka lini bisnis baru untuk menambah keuntungan, seperti membuka shuttle Batu-Juanda dan Jasa Dokumentasi. Terakhir, Eagle dapat membuka Paket Tour untuk segmen yang baru seperti Tour keluarga ataupun Tour Honey Moon untuk pasangan.

Strategi pengembangan bagi Eagle Tour & Travel dapat diterapkan secara tepat dan efektif melalui adanya Business Plan. Dengan melihat industri pariwisata saat ini yang terus berkembang, usaha jasa Tour wisata seperti Eagle memiliki prospek bisnis yang cukup menjanjikan. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu dilakukan pengkajian dengan cara mendalami atau mengembangkan analisis-analisis lain yang diteliti, sebab tidak menutup kemungkinan bahwa dengan penelitian yang mencakup lebih banyak analisis akan dapat menghasilkan kajian yang lebih optimal tidak saja untuk pengembangan produk Tour and Travel, tapi juga berkontribusi terhadap pengembangan sektor kepariwisataan.

BIBLIOGRAFI

- Arjana, I. G. B. (2017). *Geografi pariwisata dan ekonomi kreatif*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Asmarini, A. D. (2010). *Strategi Kebijakan Pembangunan Daerah Kabupaten Klaten: Pendekatan Analisis SWOT dan AHP: Lontar Universitas Indonesia*. Dipetik Agustus 11, 2017.
- Besra, E. (2012). Potensi wisata kuliner dalam mendukung pariwisata di kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1).
- Dewi, P. J. S., Fahmi, M. I., Herachwati, N., & Agustina, T. S. (2022). Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Tritik Kabupaten Nganjuk Berbasis Analisis SWOT. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 193–203.
- Huda, N., Astuti, E. S., Martawardaya, B., Purwanto, D. A., Listiyanto, E., & Fahmid, M. M. (2022). *Proyeksi Ekonomi Indonesia 2022: Pemulihan di atas Fundamental Rapuh*. INDEF.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi Peningkatan Omset UKM Percetakan Dengan Pendekatan Analisis SWOT. *Sesindo* 9, November, 34.
- Mukhlisin, A., & Hidayat Pasaribu, M. (2020). Analisis Swot dalam Membuat Keputusan

dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat. *Invention: Journal Research and Education Studies*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.51178/invention.v1i1.19>

Ningsih Qomariyah, W. (2023). *Analisis Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Melalui Program Pengembangan Desa Emas (Entrepreneur, Mandiri, Adil dan Sejahtera) Terhadap Masyarakat Sekitar Wisata Bromo, Kecamatan Sukapura, Kabupaten Probolinggo (Doctoral dissertation, UIN KH Achmad Siddiq Jember)*.

Rangkuti, F. (2006). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Saleh, H., Sibua, A., & Setiawan, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Rumah Makan Melisa Menggunakan Metode SWOT. *Jurnal Teknik Silitek*, 02(01), 17–23.

Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). *Sejarah pariwisata: menuju perkembangan pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Siswanto, H. (2012). *Kajian Daya Dukung Lingkungan Wisata Alam Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Kabupaten Karanganyar (Doctoral dissertation, Program Magister Ilmu Lingkungan Undip)*.

Susanto, P. C., & Suryawan, R. F. (2021). Optimalisasi dan Kontribusi Usaha Travel Agent kepada Maskapai Penerbangan di Masa Pandemi COVID-19. *Premium Insurance Business Journal*, 8(1), 46–51.

Suwardono, H. (2015). *Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan Di Kota Semarang (Kajian Dari Perspektif Syariah) (Doctoral dissertation, UNS (Sebelas Maret University))*.

Tambunan, T. D. (2016). Pengembangan kawasan wisata alam berdasarkan tipologi sklus hidup pariwisata di Kabupaten Pasuruan. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.

Yohana, S., & Sihombing, D. A. (2020). STRATEGI BERSAING PADA BISNIS TRAVEL (STUDI KASUS: KATE TRAVEL). *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 109–119.

Copyright Holder:

Agus Setiadi (2024)

First publication right:

Syntax Idea

This article is licensed under:

