



ABSTRACT

The final step of my pursuit of my bachelor's degree in Toulouse Business school was my 4-month internship that I did at one of the branches of leading travel agencies in Indonesia, TX Travel. This company is focusing on accommodating all-inclusive travel packages from cruises, airlines, hotels, etc. The industry of travel and tourism has special sentiment for me since a young age. My parents were in the business of travel agencies. However, due to unforeseen conditions we need to close the business in 2020.

In this internship I work as a CEO office intern, with the franchise owner Mr Hernawan. I was tasked to with activities regarding marketing, product development, sales, and product execution. All tasked is done in relation to running the branch effectively. Within this internship I can see first-hand, what needs to be done in order to run a successful branch as Mr Hernawan's.

Being the biggest problem that TX Travel is facing, which is digitisation. Together with my supervisor we chose the topic of "Business growth strategy in an entrepreneurship". Ever since the emergence of Online Travel Agent (OTA), traditional travel agency has seen a decline in their customer. And now, it has become more critical than ever to find the ways to ensure the sustainability of the business by gaining new customer segment. That's why we have now to ask the question: "How can TX Travel maintain their business by gaining and attract new customer especially the youth segment through Market Penetration Strategy"

The first part of this paper will describe the whole environment of my internship. What I did daily, short term, and long-term projects. Whereas on the



second part of the paper, we will deep dive into the problem statement of that has been mentioned before. Lastly, in the third part of the paper I will discuss the conclusions and possible recommendations that can be applicable to TX Travel.

ABSTRAK

Langkah terakhir dalam proses saya meraih gelar sarjana di Sekolah Bisnis Toulouse adalah magang yang dilakukan selama 4 bulan di salah satu cabang agen perjalanan terkemuka di Indonesia, TX Travel. Perusahaan ini berfokus pada mengakomodasi paket perjalanan lengkap dari kapal pesiar, maskapai penerbangan, hotel, dll. Industri perjalanan dan pariwisata memiliki sentimen khusus bagi saya sejak kecil. Orang tua saya berbisnis di bidang agen perjalanan. Namun, karena kondisi yang tidak terduga, kami harus menutup bisnis tersebut pada tahun 2020.

Dalam magang ini saya bekerja sebagai *CEO Office Intern*, dengan pemilik waralaba Bapak Hernawan. Saya ditugaskan untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran, pengembangan produk, penjualan, dan eksekusi produk. Semua tugas yang diberikan berkaitan dengan menjalankan cabang secara efektif. Dalam magang ini saya dapat melihat secara langsung, apa saja yang harus dilakukan untuk menjalankan cabang yang sukses seperti milik Bapak Hernawan..

Masalah terbesar yang sedang dihadapi oleh TX Travel, yaitu digitalisasi. Bersama Bapak Hernawan, kami memilih topik “Strategi pertumbuhan bisnis dalam kewirausahaan”. Sejak kemunculan Online Travel Agent (OTA), biro perjalanan tradisional mengalami penurunan jumlah pelanggan. Dan sekarang, menjadi lebih penting dari sebelumnya untuk menemukan cara untuk memastikan keberlangsungan bisnis dengan mendapatkan segmen pelanggan baru. Itulah mengapa kita sekarang harus mengajukan pertanyaan: “Bagaimana TX Travel dapat mempertahankan bisnis mereka dengan mendapatkan dan menarik pelanggan baru terutama segmen anak muda melalui Strategi Penetrasi Pasar”



Bagian pertama dari makalah ini akan menjelaskan keseluruhan lingkungan kerja magang saya. Apa yang saya lakukan setiap hari, proyek jangka pendek dan jangka panjang. Sedangkan pada bagian kedua dari makalah ini, kita akan mendalami pernyataan masalah yang telah disebutkan sebelumnya. Terakhir, pada bagian ketiga dari makalah ini saya akan membahas kesimpulan dan kemungkinan rekomendasi yang dapat diterapkan untuk TX Travel.