

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (Bahasa Indonesia)	i
HALAMAN SAMPUL (Bahasa Inggris)	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
ABSTRACTS	xvi
INTISARI	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Tinjauan Pustaka.....	6
1.6 Landasan Teori.....	11
1.6.1 Biro Perjalanan Wisata.....	11
1.6.2 Produk Paket Wisata <i>Study Tour</i>	13
1.7 Metode Penelitian.....	18
1.7.1 Jenis Penelitian.....	18
1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
1.7.3 Metode Pengumpulan Data.....	19
1.7.4 Objek Penelitian dan Narasumber.....	24
1.7.5 Metode Analisis Data.....	26
1.8 Sistematika Penulisan.....	31
BAB II GAMBARAN UMUM AGA TOUR	33
2.1 Profil <i>Aga Tour</i>	33

2.2 Lokasi <i>Aga Tour</i>	35
2.3 Produk	36
2.4 Visi dan Misi <i>Aga Tour</i>	37
2.5 Struktur Organisasi	37
2.6 Konsumen <i>Study Tour Aga Tour</i>	40
2.7 Paket Wisata <i>Study Tour</i> di <i>Aga Tour</i>	41
BAB III ANALISIS SWOT STRATEGI PENGEMBANGAN PAKET WISATA AGA TOUR	44
3.1 Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>) <i>Aga Tour</i> 44	
3.1.1 Kekuatan (<i>Strengths</i>)	45
3.1.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	51
3.1.3 Peluang (<i>Opportunities</i>)	57
3.1.4 Ancaman (<i>Treath</i>)	63
3.2 Matriks IFAS dan EFAS <i>Aga Tour</i>	68
3.3 Diagram SWOT	71
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Saluran Proses Produksi dan Konsumsi Produk Wisata	14
Gambar 1.2 Diagram SWOT.....	28
Gambar 2.2 Lokasi Kantor <i>Aga Tour</i>	35
Gambar 2.3 Pengelola <i>Aga Tour</i> di depan kantor <i>Aga Tour</i>	35
Gambar 2.4 Lokasi Kantor Cabang <i>Aga Tour</i>	36
Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT <i>Aga Prakarsa Alam Wisata (Aga Tour)</i>	38
Gambar 2.6 Proposal Penawaran paket wisata <i>study tour Aga Tour</i>	42
Gambar 3.1 Diagram SWOT <i>Aga Tour</i>	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Usaha Jasa Perjalanan Wisata Berskala Menengah dan Besar Tahun 2007 - 2011	2
Tabel 1.1 Data Konsumen <i>Study Tour</i> dan rekanannya Kabupaten Magelang	4
Tabel 1.3 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS).....	27
Tabel 1.4 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS).....	27
Tabel 1.5 Matriks SWOT.....	29
Tabel 2.1 Daftar Konsumen <i>Aga Tour</i> di Provinsi D.I. Yogyakarta dan Kabupaten Magelang Tahun 2018.....	41
Tabel 3.1 Matriks <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)</i>	70
Tabel 3.2 Matriks Eksternal <i>Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)</i>	71
Tabel 3.3 Alternatif Strategi.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Narasumber	83
Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara	85