

ABSTRACTS

The background of this research is the emerging of new travel agents who become the competitor of Aga Tour in serving study tour packages. According to the issue, Aga Tour need to determine their strategy to objectively find their company internal and external conditions using SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Data was collected by doing interview, observation, and documentation. The sample of this research consist of the owner, managers, employees, and consumers of Aga Tour (10 person). This research use SWOT analysis, the first step by making the IFAS and EFAS matrix by providing quantity to find the total score of IFAS and EFAS variables. The second step is to formulate strategies namely SO, WO, ST, and WT. The results of this research indicate that the analysis of the internal environment has the strength factors are the company has been established a long time, has dominated the study tour market in Magelang, and the tour package products have been trusted. While the weaknesses of the products and services offered are less innovative, still dependent on old consumers, and lack of promotion using the internet network, especially social media. In external conditions, the opportunities are increased consumer demand, large tourism service market opportunities, and developing others tour packages. The threats faced are many competitors in the same sector at lower prices and they have used social media as a way of promotion. Therefore, Aga Tour is considered necessary to implement several new strategies. The strategies create additional promotions using social media and maintain the quality of services and facilities offered.

Keywords: Development Strategy, Tour Packages, SWOT Analysis

INTISARI

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh makin berkembangnya pesaing *Aga Tour* dalam melayani paket wisata *study tour* sehingga mengharuskan *Aga Tour* untuk menentukan strategi yang digunakan. Tujuannya agar *Aga Tour* dapat melihat secara obyektif kondisi internal dan eksternal perusahaannya melalui analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah studi dokumen, observasi, dan wawancara guna mendapatkan data primer dan data sekunder, dengan teknik pembahasan analisis deskriptif. Sampel data penelitian ini terdiri dari pemilik, pengelola, karyawan, dan konsumen di *Aga Tour* dengan jumlah sepuluh orang. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT, langkah pertama dengan membuat matriks IFAS dan EFAS dengan memberikan pembobotan untuk menemukan skor total dari variabel IFAS dan EFAS. Langkah kedua merumuskan strategi yaitu SO, WO, ST, dan WT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis lingkungan internal memiliki kekuatan antara lain perusahaan sudah berdiri cukup lama, sudah menguasai pasar *study tour* di Kabupaten Magelang, dan produk paket wisatanya sudah dipercaya. Sedangkan kelemahannya produk dan jasa yang ditawarkan kurang inovatif, masih bergantung pada konsumen lama, dan minimnya pemasaran karena kurang memanfaatkan promosi menggunakan jaringan internet, terutama media sosial. Pada kondisi eksternal, peluang yang dimiliki meningkatnya permintaan konsumen, peluang pasar yang luas, dan mengembangkan paket wisata selain *study tour*. Ancaman yang dihadapi *Aga Tour* yaitu adanya banyak pesaing pada bidang yang sama dengan harga lebih murah dan telah melakukan promosi melalui media sosial. Oleh karena itu, dirasa perlu untuk menerapkan strategi baru yaitu melakukan promosi tambahan melalui media sosial serta menjaga kualitas pelayanan dan fasilitas yang ditawarkan.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Paket Wisata, Analisis SWOT