



## INTISARI

Pariwisata merupakan suatu kebutuhan manusia yang harus dipenuhi dari zaman dahulu kala. Indonesia merupakan salah satu negara dengan potensi keindahan alam yang tersebar di berbagai macam pulau dan salah satunya Yogyakarta yang merupakan salah satu provinsi yang dikenal sebagai kota pelajar. Yogyakarta memiliki potensi wisata yang tidak kalah menarik dengan provinsi lain yang ada di Indonesia. Karena potensi wisatanya sangat berkembang maka perkembangan bisnis usaha wisata di Yogyakarta juga makin meningkat, menyebabkan banyaknya perusahaan biro perjalanan wisata bermunculan. Salah satu biro perjalanan wisata yang usaha wisatanya sangat berkembang adalah Panorama Destination.

Laporan tugas akhir ini akan mengkaji tentang Analisis Strategi Pemasaran Bauran Produk Paket *Inbound* di Panorama Destination. Penelitian ini disajikan secara deskriptif dan bertujuan untuk mengetahui produk apa saja yang dijual Panorama Destination dan bagaimana strategi pemasarannya dengan menggunakan analisis SWOT ( *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threats* ). Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara secara langsung kepada staff dan *inbound manager* Panorama Destination, studi dokumen, observasi, dan kepustakaan.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa produk *inbound* Panorama Destination terdiri dari *daily coach tour, optional tour, dan private tour* yang mana setiap produk terbagai menjadi beberapa bagian seperti *adventure tour, heritage tour*, dan sebagainya. Dengan menggunakan analisa SWOT, penulis dapat mengidentifikasi beberapa unsur kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari produk tersebut sehingga dapat disusun strategi yang tepat untuk pengelolaan produk.

Kata Kunci : Bauran Produk, SWOT, Inbound, Matrixs, Produk Wisata



## ABSTRACT

*Tourism is a human needs to be met from time immemorial. Indonesia is one country with the potential of natural beauty spread across a wide variety of islands and one of Yogyakarta, which is one of the province known as the city of students. Yogyakarta has tourism potential that is not less interesting to other provinces in Indonesia. Because the potential of tourism is highly developed, the business development efforts in Yogyakarta travel is also increasing, make many a travel agency company growing up. One of travel agent highly developed tourism business is Panorama Destination.*

*This final report will examine on Strategy Analysis Product Mix Inbound Packages in Panorama Destination. This research was presented descriptively and aims to find out which products are sale by Panorama Destination and how its marketing strategy by using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity and Threats). The data collection methods used in this study is the interviews directly to staff and inbound manager Panorama Destination, study documents, observation, and literature.*

*The results of this study can be concluded that the product consists of inbound Panorama Destination daily coach tour, optional tour, and a private tour which each product is divided into sections such as adventure tours, heritage tours, etc. By using SWOT analysis, the authors identified several elements of strengths, weaknesses, opportunities and threats of the product so it can be arranged right strategy for the management of the product.*

*Keywords: Products Mix, SWOT, Inbound, Matrixs, Tourism Product*