

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA TRAVEL IMPACT ADVENTURES

RADWA HUSNI KAMAL



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Pada Travel Impact Adventures” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Radwa Husni Kamal
K1501232158



RINGKASAN

RADWA HUSNI KAMAL. Strategi Pengembangan Bisnis Pada Travel Impact Adventures. Dibimbing oleh ARIF IMAM SUROSO dan NIMMI ZULBAINARNI.

Sektor pariwisata Indonesia berperan penting dalam perekonomian nasional dengan kontribusi 4,82% terhadap PDB dan penyerapan 25,91 juta tenaga kerja pada 2025. Namun dominasi *Online Travel Agent* (OTA) dan perubahan perilaku wisatawan yang mengutamakan fleksibilitas dan pengalaman autentik menjadi tantangan bagi biro perjalanan wisata. Impact Adventures sebagai salah satu biro perjalanan yang turut mengalami fluktuasi penggunaan jasa dan harus memperkuat aktivitas operasional internal yang masih terbatas di tengah tekanan digitalisasi industri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi Impact Adventures, merumuskan alternatif strategi bisnis, dan menentukan strategi prioritas yang paling tepat diterapkan. Metode yang digunakan adalah metode campuran, yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui wawancara, kuesioner, serta kajian literatur. Analisis strategis mencakup PESTEL dan Porter's Five Forces untuk melihat lingkungan eksternal, serta Analisis Value Chain untuk menganalisis kondisi internal. Perumusan strategi dilakukan melalui tiga tahap, yaitu tahap masukan menggunakan matriks IFE dan EFE, tahap pencocokan dengan matriks IE dan SWOT, dan tahap pengambilan keputusan menggunakan AHP untuk menentukan strategi prioritas bagi perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Impact Adventures memiliki peluang pertumbuhan yang besar seiring meningkatnya wisatawan domestik dan mancanegara, berkembangnya wisata minat khusus, serta semakin luasnya pemanfaatan pemasaran digital. Namun, perusahaan masih menghadapi tantangan internal berupa belum optimalnya sistem digitalisasi layanan, pemasaran, dan integrasi operasional. Posisi perusahaan pada Kuadran I (*Grow and Build*) Matriks IE menunjukkan bahwa strategi pertumbuhan tetap menjadi pilihan yang relevan dengan didukung penguatan aktivitas operasional internal.

Berdasarkan hasil AHP, strategi prioritas yang direkomendasikan meliputi pengembangan website terpadu sebagai saluran penjualan digital, kolaborasi dengan penyedia transportasi berfokus pada wisata domestik, penguatan kemitraan strategis dengan pemasok utama untuk pengembangan wisata minat khusus pada B2B, ekspansi pasar inbound tourism melalui kemitraan internasional, pengembangan digital workspace, serta peluncuran open trip eksklusif melalui kolaborasi dengan influencer dan komunitas. Strategi ini menjawab permasalahan fluktuasi penggunaan jasa pelanggan. implikasi praktis diharapkan dapat meningkatkan digital marketing, penguatan kemitraan, integrasi SDM dan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing di tengah dinamika industri pariwisata yang semakin kompetitif.

Kata kunci: A'WOT, Biro Perjalanan Wisata, Fluktuasi Pelanggan, Formulasi Strategi, Manajemen Bisnis.

@Hak cipta milik IPB University

SUMMARY

RADWA HUSNI KAMAL. Business Development Strategy at Travel Impact Adventures. Supervised by ARIF IMAM SUROSO and NIMMI ZULBAINARNI.

Indonesia's tourism sector plays an important role in the national economy with a contribution of 4.82% to GDP and absorbing 25.91 million workers by 2025. However, the dominance of Online Travel Agents (OTA) and changes in tourist behavior that prioritize flexibility and authentic experiences are becoming challenges for travel agents. Impact Adventures as one of the travel agencies is also experiencing fluctuations in service usage and must strengthen internal capabilities which are still limited amidst the pressure of industrial digitalization.

This research aims to analyze the internal and external factors that influence Impact Adventures, formulate alternative business strategies, and determine the most appropriate priority strategies to implement. The method used is a mixed method, which combines qualitative and quantitative approaches through interviews, questionnaires and literature reviews. Strategic analysis includes PESTEL and Porter's Five Forces to look at the external environment, as well as Value Chain Analysis to analyze internal conditions. Strategy formulation is carried out in three stages, namely the input stage using the IFE and EFE matrices, the matching stage using the IE and SWOT matrices, and the decision making stage using AHP to determine priority strategies for the company.

The research results show that Impact Adventures has great growth opportunities in line with the increase in domestic and foreign tourists, the development of special interest tourism, and the increasingly widespread use of digital marketing. However, the company still faces internal challenges in the form of not yet optimal digitalization systems for services, marketing and operational integration. The company's position in Quadrant I (Grow and Build) of the IE Matrix shows that growth strategy remains a relevant option supported by strengthening internal capabilities.

Based on the AHP results, the recommended priority strategies include developing an integrated website as a digital sales channel, collaborating with travel agents focused on domestic tourism, strengthening strategic partnerships with key suppliers for the development of B2B special interest tourism, expanding the inbound tourism market through international partnerships, developing digital workspaces, and launching exclusive open trips through collaboration with influencers and communities. This strategy addresses the problem of fluctuations in customer service usage. Practical implications are expected to improve digital marketing, strengthen partnerships, integrate human resources and product innovation to increase competitiveness amidst the increasingly competitive dynamics of the tourism industry.

Keywords: A'WOT, Business Management, Fluctuating Demand, Formulation Strategy, Travel Agency.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA TRAVEL IMPACT ADVENTURES

RADWA HUSNI KAMAL

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen Dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

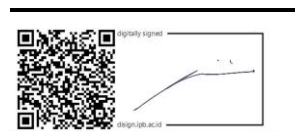
- 1 Dr. Zenal Asikin, S.E., M.Si.
- 2 Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.

Judul Tesis : Strategi Pengembangan Bisnis Pada Travel Impact Adventures
Nama : Radwa Husni Kamal
NIM : K1501232158

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Arif Imam Suroso, M.Sc.

Pembimbing 2:
Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi, M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP 196009161986011001

Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP 196812291992031016



Tanggal Ujian: 30 Juni 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan September 2025 sampai bulan Juli 2026 ini ialah Manajemen Strategi, dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Pada Travel Impact Adventures”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing Prof. Dr. Ir. Arif Imam Suroso, M.Sc. dan Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi, M.Si., yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada moderator seminar dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada tim Impact Adventures yang telah bersedia menjadi objek penelitian. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah saya Husni Kamal, ibu saya Amany Lubis, Kakak saya Ayman Husni Kamal dan Akram Husni Kamal serta seluruh keluarga dan teman seperjuangan di SB Anak Ayam Piyik yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

Radwa Husni Kamal

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	9
II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Biro Perjalanan Wisata	10
2.2 Strategi	11
2.3 Perumusan Strategi	11
2.4 Analisis Eksternal	12
2.5 Analisis Internal	14
2.6 <i>Internal External Matrix (IE)</i>	15
2.7 Analisis SWOT	15
2.8 <i>Analytic Hierarchy Process</i>	16
2.9 Kajian Relevan	17
2.10 Kerangka Pemikiran	19
III METODE	21
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Metode Pengolahan Analisis Data	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Profil Impact Adventures	32
4.2 Identifikasi Faktor Eksternal dan Internal	33
4.3 Penentuan Posisi Perusahaan	65
4.4 Evaluasi Alternatif Strategi	66
4.5 Rancangan Analisis Prioritas Strategi Bisnis	75
4.6 Implikasi Manajerial	80
V SIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	94
RIWAYAT HIDUP	111



DAFTAR TABEL

1	Responden penelitian	21
2	Rangkuman metode analisis	22
3	Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	24
4	Ilustrasi penilaian bobot faktor strategis internal dan eksternal	26
5	Kerangka matriks EFE	26
6	Ilustrasi penilaian bobot faktor strategis internal dan eksternal	27
7	Kerangka matriks IFE	27
8	Matriks SWOT	29
9	Skala yang digunakan dalam AHP dan definisinya	30
10	Hasil <i>Porter's Five Force</i>	42
11	Nilai persaingan antar industri sejenis	43
12	Nilai ancaman pendatang baru	44
13	Nilai ancaman produk substitusi	46
14	Nilai daya tawar pemasok	48
15	Nilai daya tawar pembeli	49
16	Hasil faktor eksternal	50
17	Jumlah <i>tour guide</i>	52
18	Hasil faktor internal	60
19	<i>External factor evaluation</i>	61
20	<i>Internal factor evaluation</i>	63
21	Skor analisis faktor SWOT	76
22	Skor analisis sub-faktor SWOT	77
23	Prioritas alternatif strategi bisnis	78
24	Implikasi manajerial	81

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah wisatawan mancanegara	2
2	Fluktuasi penggunaan jasa Impact Adventures	7
3	Kerangka pemikiran penelitian	20
4	Analisis PESTEL	23
5	Analisis <i>value chain</i>	25
6	Matriks <i>Internal Eksternal</i>	28
7	Abstraksi proses hierarki	30
8	Persentase penggunaan layanan OTA	38
9	Persentase pengeluaran wisatawan	42
10	Jumlah BPW menengah ke besar sesuai provinsi	44
11	Tampilan <i>customer service</i> sebelum pemesanan	53
12	Tampilan pemesanan paket perjalanan	56
13	Tampilan website Impactadventures.travel	59
14	Hasil analisis <i>Value Chain</i>	60
15	Matriks internal-external	65
16	Matriks SWOT	67
17	Model hierarki proses Impact Adventures	76



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner PESTEL	95
2	Kuesioner <i>Porter's Five Forces</i>	97
3	Kuesioner Analisis Value Chain	100
4	Kuesioner External Factor Evaluation	104
5	Kuesioner Internal Factor Evaluation	106
6	Kuesioner AHP	108