

ABSTRAK

Di era globalisasi sekarang ini terdapat persaingan yang cukup ketat di berbagai bidang pekerjaan khususnya di bidang pariwisata yang berhubungan dengan pelayanan, agar dapat bersaing dan mampu mengimbangi laju persaingan di dunia usaha maka kualitas pelayanan haruslah berorientasi pada perilaku konsumen yang baik. Salah satu upaya untuk dapat bersaing dan mempertahankan konsumen oleh biro perjalanan wisata yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik sehingga konsumen akan terus menggunakan jasa yang diberikan. PT Eksotik Indonesia merupakan salah satu biro jasa *tour & travel* yang berlokasi di Batujajar Bandung. PT Eksotik Indonesia melayani jasa perjalanan dalam negeri maupun di luar negeri. PT Eksotik Indonesia didirikan pada awal tahun 2015 dan telah terdaftar di ASITA (*Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies*). ASITA adalah suatu perkumpulan yang mewadahi pengusaha atau pelaku usaha di bidang jasa perjalanan wisata di Indonesia. PT. Eksotik Indonesia tidak dinaungi oleh yayasan maupun investor dalam negeri ataupun luar negeri. Pemilik *tour dan travel* ini hanya terdiri dari perorangan. Fenomena penurunan jumlah konsumen terjadi di akibatkan oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. Dari analisa yang dilakukan pada pengamatan awal menggunakan *Lost customer analysis* pada beberapa konsumen yang beralih menggunakan jasa yang lain di dapati bahwa harga yang ditawarkan lebih mahal, destinasi yang kurang menarik, serta promosi yang dilakukan kurang menarik perhatian konsumen di dibandingkan dengan *travel* pesaing. Berdasarkan permasalahan terkait terdapat penurunan jumlah konsumen pada PT. Eksotik Indonesia, maka diperlukan strategi pemasaran baru yang lebih efektif untuk kembali meningkatkan jumlah konsumen. Oleh karenanya, pada penelitian tugas akhir ini akan dilakukan analisis dan usulan perancangan layanan untuk meningkatkan jumlah konsumen di PT. Eksotik Indonesia. Metode yang digunakan yaitu strategi bauran pemasaran 7P. untuk mengukur tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen terhadap pelayanan di PT Eksotik Indonesia dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode *importance performance analysis* (IPA) terdapat 2 (dua) variabel yang menjadi prioritas perbaikan, maka langkah yang harus ditempuh yaitu merancang perbaikan variabel tersebut menggunakan SOP (*Standard Operating Procedure*) dan merancang tabel bauran pemasaran komunikasi agar perusahaan dapat meningkatkan promosi yang efektif.

Kata Kunci : 7P, *Importance Performance Analysis* (IPA), SOP (*Standard Operating Procedure*)

ABSTRACT

In the current era of globalization there is considerable competition in various fields of special work in tourism related to services, in order to be able to compete and be able to keep pace with the competition in the service business world, the quality of service must be oriented towards good consumer behavior. One effort to be able to compete and defend consumers by travel agents is by providing the best service so that consumers will continue to use the services provided. PT Eksotik Indonesia is one of the tour & travel service bureaus located in Batujajar Bandung. PT Eksotik Indonesia serves domestic and overseas travel services. PT Eksotik Indonesia was established in early 2015 and has been registered in ASITA (Association of Indonesian Tours and Travel Agencies). ASITA is an association that accommodates entrepreneurs or business people in the field of tourist travel services in Indonesia. PT. Exotic Indonesia is not shaded by foundations or domestic or foreign investors. The tour and travel owner only consists of individuals. The phenomenon of the decline in the number of consumers occurs due to several factors, namely internal factors and external factors of the company. From the analysis carried out at the initial observation using Lost customer analysis on some consumers who switched to using other services, it was found that the prices offered were more expensive, less attractive destinations, and promotions that were less attractive to consumers compared to travel competitors. Based on the related problems there is a decrease in the number of consumers at PT. Exotic Indonesia, a new effective marketing strategy is needed to re-increase the number of consumers. Therefore, in this final project research will be analyzed and proposed design services to increase the number of consumers at PT. Exotic Indonesia. The method used is 7P marketing mix strategy. to measure the level of satisfaction and interests of consumers with regard to services at Exotic Indonesia PT by using the Importance Performance Analysis (IPA) method, based on the results of research using the importance performance analysis (IPA) method there are 2 (two) variables that are priority improvements, the steps that must be taken that is designing improvements to these variables using SOP (Standard Operating Procedure) and designing communication marketing mix tables so that companies can improve effective promotions.

Keywords : 7P, *Importance Performance Analysis (IPA)*, SOP (*Standard Operating Procedure*)