

ABSTRAK

Triplow merupakan perusahaan yang bergerak di bidang agen perjalanan. Dalam pemasaran produk Triplow menerapkannya secara *online* dan *offline*, namun pemasaran *online* Triplow lebih cenderung untuk media iklan dan promosi produk sedangkan untuk negosiasi dan pembelian paket perjalanan konsumen lebih memilih secara *offline* atau bertemu langsung dengan pihak Triplow. Keunggulan produk paket perjalanan Triplow dari Jakarta ke Bali adalah memiliki harga yang lebih ekonomis, destinasi yang jarang dikunjungi, dan paket perjalanan yang lengkap membuat konsumen dapat lebih leluasa dan nyaman dalam perjalanannya ke Bali

Aspek pasar ini didapat dengan menyebarkan kuesioner kepada 270 responden yang tinggal di Jakarta. Dari hasil kuesioner nantinya akan dapat menentukan besarnya pasar potensial, pasar tersedia, dan pasar sasaran. Hasil dari kuesioner menunjukkan persentase pasar potensial sebesar 93%, persentase pasar tersedia sebesar 66%, dan persentase pasar sasaran sebesar 0,0225%.

Adapun hasil perhitungan dari aspek finansial yang menunjukkan nilai tingkat investasi NPV sebesar Rp. 135,466,318.56, IRR = 27.86% dan PBP = 3,275 tahun. Berdasarkan hasil dari aspek finansial tersebut penulis menyimpulkan bahwa Bisnis Traveling Triplow dinyatakan layak karena nilai IRR yang diperoleh lebih besar dari nilai MARR, dan NPV bernilai positif..

Kata kunci: Agen Travel, Triplow, NPV, IRR, PBP