

## ABSTRAK

Industri pariwisata diseluruh Negara saat ini mengalami perkembangan. Hal ini karena semakin banyak tempat unik dari berbagai Negara yang dapat dijadikan destinasi wisata oleh wisatawan, terlebih lagi Indonesia menduduki peringkat kelima Dunia dan peringkat pertama di Asia sebagai destinasi wisata terbaik. Mulai terasa peningkatan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara melakukan perjalanan wisata. Disisi lain persaingan industri *travel agent* semakin ketat, perusahaan dituntut kreatif dan inovatif untuk mengetahui keinginan konsumen. Selain menciptakan inovasi baru perusahaan juga harus bisa memasarkan produknya, memasarkan sebuah produk bukan hal yang mudah dibutuhkan strategi – strategi yang tepat agar konsumen merasa tertarik. Oleh karena itu menentukan strategi – strategi dapat digunakan dengan metode analisis SWOT, analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor internal (IFS) dan faktor eksternal (EFS) terhadap layanan Produk/jasa PT Gumbira Wana Indonesia, serta untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk layanan Produk/jasa PT Gumbira Wana Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket kepada 23 orang di Perusahaan PT Gumbira Wana Indonesia dan juga wawancara dengan pihak Direktur Perusahaan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, serta Teknik analisis data yang digunakan yaitu kuisisioner atau angket, wawancara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi internal layanan Produk/jasa PT Gumbira Wana Indonesia memiliki nilai 3,425 yang dapat diartikan kekuatan perusahaan baik dengan penilaian skala likert. Sedangkan pada kondisi eksternal layanan Produk/jasa PT Gumbira Wana Indonesia memiliki nilai 3,167 yang dapat diartikan nilai peluang tinggi dengan penilaian skala likert. Posisi layanan Produk/jasa PT Gumbira Wana Indonesia saat ini berada pada fase pertumbuhan usaha. Hasil ini dibuktikan pada matriks internal dan eksternal SWOT yang menunjukkan keadaan perusahaan berada pada sel 1. Strategi yang tepat layanan Produk/jasa PT Gumbira Wana Indonesia saat ini adalah dengan strategi SO (Strength Opportunities).

**Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran**