

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor yang penting dan dinamis dalam ekonomi global. Industri ini mengalami pertumbuhan yang pesat, didorong oleh kemajuan teknologi yang memudahkan akses dan komunikasi. Namun, fenomena ini juga menghadapi tantangan yang signifikan seperti keterbatasan mobilitas dan krisis ekonomi. Data penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara, observasi, dan studi pustaka kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis SWOT dan matriks perbandingan terhadap Indo Fajar Ciptakarya Wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi desain yang efektif bagi PT Indo Fajar Ciptakarya Wisata untuk meningkatkan kinerja bisnis dan citra merek. Temuan menunjukkan beberapa kelemahan dalam strategi desain saat ini, yang mempengaruhi efektivitas komunikasi visual dan persepsi pelanggan. Strategi yang diusulkan bertujuan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan ini dengan menerapkan identitas visual yang konsisten dan menarik, mengoptimalkan upaya pemasaran digital, dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan citra merek dan mendorong pertumbuhan bisnis untuk PT Indo Fajar Ciptakarya Wisata, membuatnya lebih kompetitif di pasar pariwisata.

Kata Kunci : Bisnis, Citra Merek, Strategi Desain