

ABSTRAK

ANR *Tour & travel* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di sektor jasa perjalanan yang menawarkan berbagai layanan perjalanan dan sudah berdiri sejak tahun 2016. Saat ini, ANR *Tour & travel* berfokus menawarkan layanan Umrah dan Hajinya kepada pelanggan. Dalam menjual layanannya, ANR *Tour & travel* memiliki masalah dalam mencapai target pada setiap keberangkatannya. Meskipun demikian, jika ditinjau pada keberangkatan Umrah dan Haji di Indonesia, tren keberangkatan pada setiap tahunnya kian bertambah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat elemen di dalam model bisnis ANR yang belum berjalan secara optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan dan mengevaluasi model bisnis ANR *Tour & travel* menggunakan metodologi *Business model canvas* dan analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threat*) lalu kemudian dilakukan penyesuaian strategi yang sesuai dengan permasalahan dan memetakannya ke dalam model bisnis baru. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan metode wawancara untuk mengetahui kondisi eksisting dari model bisnis ANR *Tour & travel*, kuesioner untuk mengetahui profil *customer* dan studi literatur untuk mengetahui kondisi lingkungan dari model bisnis. Untuk mendukung ANR dalam menyelesaikan masalah ketidaktercapaian target penjualan, perbaikan yang dilakukan adalah dengan merancang blok *key resources dashboard monitoring* terkait penjualan dan kinerja *agent marketing* yang berkaitan dengan blok *key activities* dengan menambahkan pelatihan dan evaluasi performa *agent marketing*. Perbaikan ini diiringi dengan peningkatan nilai yang ditawarkan dengan membuat layanan baru berupa dokumentasi perjalanan dan paket umrah *plus city tour*. Untuk mendistribusikan layanannya ke pelanggan dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dilakukan peningkatan aktivitas pemasaran dengan bekerja sama dengan pelanggan loyal sebagai *brand advocate* dan mengadakan program loyalitas dan diskon bagi pelanggan berulang. Perbaikan juga terjadi pada blok *customer segment* dimana terdapat perluasan segmen usia dan wilayah untuk menjangkau target yang lebih besar.

Kata Kunci: Jasa Perjalanan, Haji dan Umrah, Model Bisnis, *Business model canvas*, SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*)