



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A
SK BAN – PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada
Big Boss Travel**

Skripsi

Oleh
Kezia Monica
2010320174

Bandung

2017



**Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A
SK BAN – PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada
Big Boss Travel**

Skripsi

Oleh
Kezia Monica
2010320174

Pembimbing,
Sanerya Hendrawan, Ph.D.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Kezia Monica
Nomor Pokok : 2010320174
Judul : Analisis Strategi Penegmbangan Bisnis Pada Big Boss
Travel

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 11 Januari 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

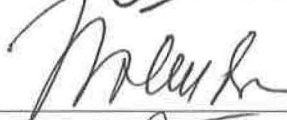
Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota
Gandhi Pawitan, Ph. D.

: 

Sekretaris

Sanerya Hendrawan, Ph. D.

: 

Anggota

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.si.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Kezia Monica
NPM : 2010320174
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Analisis strategi pengembangan bisnis pada
Big Boss Travel

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 11 Januari 2017



Kezia Monica

ABSTRAK

Nama : Kezia Monica

NPM : 2010320174

Judul : Analisis strategi pengembangan bisnis pada Big Boss Travel

Industri pariwisata di Indonesia terus berkembang dengan drastis dari tahun ke tahun dan menjadi salah satu sumber devisa bagi Negara. Hal ini tidak lepas dari dukungan pemerintah untuk mengembangkan kekayaan pariwisata Indonesia. Bisnis biro perjalanan wisata merupakan bisnis yang berkembang dikarenakan mudahnya konsumen untuk mendapatkan tiket pesawat, hotel, dan paket pariwisata pendukung lainnya. Situasi ini membuat peningkatan jumlah biro perjalanan wisata di Indonesia. Sehingga persaingan yang ada pun semakin tinggi.

Big Boss Travel adalah salah satu biro perjalanan wisata yang terpercaya di Indonesia yang selalu berupaya mengembangkan bisnisnya untuk memuaskan konsumen. Persaingan tinggi membuat Big Boss Travel selalu berinovasi dan mencari strategi yang baik untuk meningkatkan pendapatannya. Pengembangan bisnis adalah salah satu strategi yang disarankan perusahaan agar dapat bersaing dan bertahan agar menjadi salah satu biro perjalanan wisata terbaik.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengumpulkan semua informasi yang berkaitan dengan Big Boss Travel dan strategi apa yang sudah di implementasikan oleh Big Boss Travel. lalu penulis menganalisis dan memformulasikan pengembangan bisnis untuk Big Boss Travel.

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian deskriptif analitis dan metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Data yang telah dikumpulkan di analisis dengan menggunakan analisis SWOT, matriks IFE dan EFE, matriks SWOT dan matriks IE.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa strategi yang di terapkan oleh Big Boss Travel sudah cukup efektif. sehingga penulis menyarankan Big Boss Travel untuk mempertahankan dan mengembangkan strategi yang sudah ada dengan strategi penetrasi pasar, pengembangan produk dan strategi pengembangan pasar yang diharapkan bisa membantu Big Boss Travel untuk mengembangkan perusahaan kedepannya. serta dengan peningkatan sumber daya manusia dan terus mengikuti perkembangan teknologi dan informasi yang terbaru diharapkan Big Boss Travel bisa bersaing dengan biro jasa pariwisata lainnya dan bisa menjadi salah satu biro jasa pariwisata terpercaya kedepannya.

Kata kunci: Analisis strategi pengembangan bisnis, pengembangan bisnis, biro pariwisata.

ABSTRACT

Name : Kezia Monica

NPM : 2010320174

Title : *Development Strategy Analysis on Big Boss Travel*

Tourism industry in Indonesia has dramatically evolved over the years. The government support in promoting and developing the tourism wealth of Indonesia has led this industry into one of the foreign exchange sources. This condition create a new opportunity for the travel bureau by offering convenience to obtain flight ticket, make hotel reservation or buy other travel packages. Market demand has made a tight competition of this business.

Bog Boss Travel is one of reliable travel agencies in Indonesia attempting to develop its business by delivering customer satisfaction. The competition has made this company find better and innovative strategy to gain more income. Business development is one of the strategies suggested to be one of the best travel bureaus.

The aim of this research is to collect all infomation related to Big Boss Travel and strategies which have been implemented. The information then analyzed and formulated to develop this travel agency.

Case study is the method of this analitical descriptive research. Data were analyzed using SWOT analysis, matrix of IFE, EFE, SWOT and IE. The result shows that Big Boss Travel has implemented fairly effective strategy. This company is suggested to maintain present strategy and adopt market penetration, product development and market development strategies along with the human resources improvement, keeping up with the latest information and technology. By implementing these strategies, it is expected for the company to be the most reliable company in the future.

Keywords: business development, development strategy analysis, travel bureau.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus atas berkat dan kasih anugerah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Analisis strategi pengembangan bisnis pada Big Boss tour & Travel". Penelitian ini disusun sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Strata – 1, pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Proses pembuatan skripsi ini dikerjakan peneliti dengan suka dan duka. Namun adanya doa, restu, dan dorongan dari orang tua selama ini justru menjadikan peneliti bersemangat untuk melanjutkan penelitian. Untuk itu dengan segala bakti peneliti memberikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua, Bapak Franky Mahmudi dan Ibu Suzy Mahmudi. Selanjutnya, pada kesempatan ini peneliti ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah turut membantu dalam pembuatan skripsi ini diantaranya:

1. Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan petunjuk dan saran pada penyusunan skripsi ini.
2. Kepada Bapak Mangadar Situmorang, Drs., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Kepada Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan persetujuan.

4. Kepada Weri Hartati selaku pemilik Big Boss Travel yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan keterangan mengenai, data-data serta masukan yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.
5. Kepada seluruh responden yakni semua staff Big Boss Travel, yang membantu menjawab semua pertanyaan yang di ajukan oleh penulis.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen, dan pegawai Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, yang telah mencurahkan waktu dan membekali ilmu kepada peneliti selama di bangku perkuliahan.
7. Ko Yoke Kornarius, S.AB., M.SI. yang telah meluangkan waktu untuk membantu dalam penyelesaian perkuliahan dan proses skripsi saya
8. Kepada kedua orang tua saya Franky Mahmudi dan Suzy Mahmudi dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa dan semangat kepada peneliti dalam meyelesaikan pendidikannya.
9. Kepada kekasih saya Giovanni Suntirta yang telah menemani dan mendukung serta membantu saya dalam menyusun penelitian ini.
10. Kepada Leona, Felicia, Elisa dan Yason yang telah mendukung serta membantu saya dalam menyusun penelitian ini. terimakasih banyak sudah menjadi sahabat yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa kepada peneliti hingga penelitian ini selesai dengan baik
11. Seluruh teman-teman sepejuangan Eka, Galih, Gilentania, Anastasia monica, Devi amelia, Laura olla, Marcella yang selalu menyemangati dan memberikan bantuan selama proses penyusunan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini yang tak luput dari kekurangan. Sehingga dibutuhkan saran dan kritik yang membangun untuk menciptakan karya yang lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih dan berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Semoga Tuhan selalu melindungi, memberkati dan menyertai seluruh rekan yang sudah turut serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih.

Bandung, Desember 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Indetifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Obyek Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORI	10
2.1 Definisi Strategi	10
2.2 Manajemen Strategik	11
2.2.1 Definisi Manajemen Strategik.....	11
2.2.2. Konsep Manajemen Strategik	14
2.3 Jenis-jenis Strategi	17
2.3.1 Strategi Integrasi	17
2.3.2 Strategi Intensif	18
2.3.3 Strategi Diverifikasi	19
2.3.4 Startegi Defensif.....	20
2.4 Keunggulan Bersaing Generik	20
2.5 Strategi Pengembangan Bisnis	21
2.6 Strategi Unit Bisnis	22
2.7 Evaluasi kebijakan strategi perusahaan.....	23
2.8 Pengamatan faktor lingkungan.....	24
2.8.1 Lingkungan eksternal (peluang dan ancaman).....	24
2.8.2 Lingkungan internal	29
2.8.2.1 Tujuan analisis SWOT	31
2.8.2.2 Matriks SWOT	31
2.9 Analisis Data	33
2.10 Biro Perjalanan Wisata.....	34
2.11. Penelitian terdahulu	35
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Peran peneliti.....	39
3.4 Teknik Pengambilan Data	40

3.5 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV OBJEK PENELITIAN	47
4.1 Profile perusahaan.....	47
4.2 Jasa Big Boss Travel	48
4.2.1 Produk Dan Jasa Big Boss Travel	50
4.3 Logo Perusahaan	53
4.4 Visi Perusahaan.....	53
4.5 Misi Perusahaan	54
4.6 Bagan Organisasi	54
4.7 Aktivitas Umum Perusahaan.....	55
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	56
5.1 Evaluasi Strategi Perusahaan	56
5.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal	58
5.1.2 Lingkungan umum	59
5.1.3 Lingkungan Industri	64
5.2 Analisis Lingkungan Internal.....	69
5.2.1 Analisis SWOT	69
5.3 Tahap Perumusan Strategi.....	78
5.3.1 Matriks SWOT	78
5.4 Analisis Matrik IFE, EFE dan IE	83
5.4.1 Matrik EFE (<i>external factor Evaluation</i>).....	83
5.4.3 Matriks Internal-Eksternal (IE).....	86
5.5 Tahap Pemilihan Strategi	88
5.5.1 Strategi Penetrasi Pasar	88
5.5.2 Strategi Pengembangan Produk	90
5.5.3 Strategi Pengembangan Pasar	91
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	93
6.1 Kesimpulan	93
6.2 Saran.....	98
Daftar Pustaka.....	102
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pesaing	3
Tabel 3.1 IFE matriks.....	41
Table 3.2 EFE Matriks	42
Tabel 5.1 Tabel fasilitas perjalanan	71
Tabel 5.2 Big Boss Travel matriks SWOT	78
Tabel 5.3 Matriks EFE	83
Tabel 5.4 Matriks IFE	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	The Five Task of Strategic Management	14
Gambar 2.3	porter's five forces model	25
Gambar 2.3	porter's five forces model	32
Gambar 3.1	Kekuatan Internal Bisnis	44
Gambar 4.1	Contoh tour domestik dan internasional	50
Gambar 4.2	Contoh paket yang di jual	50
Gambar 4.3	Pencarian hotel dan car rental	51
Gambar 4.4	logo perusahaan.	52
Gambar 5.1	realisasi perjalanan WISNUS per triwulan 2013-2015	63
Gambar 5.2	Variasi Tour Domestik.....	71
Gambar 5.3	10 Destinasi Pariwisata	74
Gambar 5.4	paket wisata komunitas tertentu	75
Gambar 5.5	Produk Big Boss Travel	80
Gambar 5.6	Promo tiket pesawat	81
Gambar 5.7	THE IFE TOTAL WEIGHTED SCORES.....	86

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era dewasa ini banyak industri jasa yang berkembang pesat, serta perkembangan bisnis yang semakin meningkat membuat peluang dan tantangan bisnis pun meluas. Sebagai pelaku bisnis, perusahaan harus bisa melihat peluang-peluang bisnis baru dan bagaimana cara agar kita bisa mempromosikan produk atau jasa yang dapat di terima oleh masyarakat. Di dukung dengan berkembangnya sektor pariwisata Indonesia berkontribusi untuk kira-kira 4% dari total perekonomian Pemerintah akan berfokus pada memperbaiki infrastruktur Indonesia (termasuk infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi), akses, kesehatan & kebersihan dan juga meningkatkan kampanye promosi online (marketing) diuar negeri. Pemerintah juga merevisi kebijakan akses visa gratis di 2015 untuk menarik lebih banyak turis asing.

Perkembangan ini ditandai dengan tingkat kesibukan masyarakat yang tinggi sehingga masyarakat membutuhkan waktu berlibur sejenak untuk menjernihkan pikiran. maka demi terciptanya kembali kinerja yang efektif, Sebagian besar masyarakat tidak hanya menggunakan jasa untuk mencari alat transportasi saja, akan tetapi pada saat ini masyarakat mulai beralih dan tertarik menggunakan jasa *tour and travel* dengan segala fasilitas dan kelebihan yang ditawarkan, sehingga kebutuhan wisata yang tergolong tersier sudah mulai bergeser kearah primer, Oleh

karena banyaknya fasilitas dan kelebihan yang diberikan oleh pihak *tour and travel*, maka *animo* masyarakat untuk menggunakan jasa *tour and travel* semakin meningkat. Maka meningkat pula pertumbuhan atau pendirian perusahaan *tour and travel* pada saat ini. Hal ini pulalah yang menyebabkan persaingan di antara perusahaan-perusahaan *tour and travel* semakin ketat. Salah satunya adalah Big Boss Travel. Sehingga dengan tingginya permintaan maka terdapat berbagai macam pilihan-pilihan dari harga terendah sampai harga tinggi tentu dengan keuntungan yang berbeda dalam setiap paket tour. Adanya pilihan-pilihan tersebut tentu tergantung dengan penilaian dan keadaan dari setiap konsumen.

Big boss Travel adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perjalanan pariwisata domestik maupun internasional. Big Boss Travel terletak di Jl. Mangga dua raya, komplek ruko grand boutique blok A no 44 jakarta utara. Big boss Travel adalah cabang dari TX Travel yang menyediakan paket perjalanan tour domestik dan internasional, tiket pesawat domestik dan internasional, tiket kereta api dan pemesanan hotel. Tetapi perjalanan jasa wisata tidak selalu menguntungkan, karena banyaknya agen-agen yang menawarkan paket tour dan travel di Indonesia sehingga membuat tidak sedikitnya agen wisata yang gulung tikar, maka strategi yang dijalankan oleh perusahaan harus tepat dan terus maju mengikuti era globalisasi yang terus berkembang setiap harinya.

Harapan yang ingin dicapai oleh Big Boss Travel pada mulanya adalah dengan pencapaian penjualan tiket pesawat sebanyak 1000 tiket untuk menutupi modal yang keluar, serta penjualan tour dengan minimal penjualan satu orang dalam seminggu. Tetapi dengan melimpahnya agen-agen wisata membuat konsumen

lebih selektif dan memilih biro-biro perjalanan. serta dengan tidak stabilnya keadaan ekonomi pada saat ini yang mengakibatkan naik turun nya mata uang asing sehingga menyebabkan penurunan penjualan pada jasa tour yang terlihat sangat signifikan. Karena hal itu, penjualan tiket serta paket tour tidak sesuai dengan harapan sebelum nya yang ingin dicapai. Penjualan yang tidak menentu menyebabkan Big Boss Travel harus bisa mengembangkan strategi yang sudah ada. Selain itu Big boss Travel mempunyai pesaing utama antara lain:

Tabel 1.1 Tabel Pesaing

NO	NAMA PESAING	KETERANGAN
1	Dwidaya Tour	Untuk paket tour Cth : perbedaan fasilitas dan paket perjalanan yang di bedakan
2	Traveloka	Untuk tiket perbandingan harga sebesar 50.000-100.000

Di lihat dari tabel di atas, Big Boss Travel bisa lebih unggul dari para pesaing nya dikarenakan, Big Boss Travel mempunyai berbagai macam variasi tour, dan perebedaan harga tiket pesawat yang lebih murah di banding pesaing nya.

Lalu, Big Boss Travel juga membuat gebrakan seperti mempromosikan paket wisata domestik yang lebih banyak dan bervariasi untuk lebih menonjol dari pada biro perjalanan lain nya dalam menghadapi ketidakstabilan ekonomi, dan dengan

pelayanan 24 jam secara online serta pelayanan yang cepat dan ramah membuat Big boss Travel terus berkembang. Pesaingan yang ketat dengan harga yang di tawarkan cenderung hampir sama membuat perusahaan jasa pariwisata berlomba berlomba mencari konsumen dengan menawarkan paket tour yang menarik minat konsumen.

Untuk pencapaian target serta harapan, maka membutuhkan strategi yang tepat. Perkembangan strategi yang tepat dapat membuat perusahaan terus berinovasi dan unggul di dalam sebuah persaingan. Dengan memberikan pelayanan yang baik, cepat dan ramah, serta berinteraksi dengan konsumen membuat salah satu strategi yang di tawarkan oleh Big Boss Travel.

Dengan strategi tersebut Big Boss Travel dipercaya masyarakat menjadi salah satu agen kepercayaan yang di pilih oleh konsumen. Hal ini lah yang membuat Big Boss Travel bersemangat dalam mengembangkan strategi dan usahanya untuk mencapai target dan tujuan yang diinginkan serta untuk peningkatan dan pengembangan yang jauh lebih baik dari sebelumnya.

Maka dari itu, penulis memilih Big Boss Travel sebagai objek penelitian, karena dalam proses kegiatan bisnis diperlukan strategi bersaing dan strategi strategi lain nya dalam upaya mendukung pengembangan Big Boss Travel sehingga terbentuk nya karya tulis yang berjudul:

“Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Big Boss Travel”.

1.2 Identifikasi Masalah

Pesaingan yang ketat serta munculnya pesaing-pesaing baru menyebabkan perlunya strategi yang unggul dalam upaya mengembangkan Big Boss Travel berdasarkan pernyataan di atas dan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah akan dipaparkan sebagai berikut :

1. Seberapa berhasil strategi yang telah diterapkan oleh Big Boss Travel?
2. Apa kekuatan - kelemahan dan peluang - ancaman dari pengembangan usaha yang sekarang ini digunakan oleh Big Boss Travel?
3. Apa langkah strategis yang cocok yang dapat diterapkan Big Boss Travel selanjutnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah tujuan yang mengacu pada rumusan masalah dan hal yang ingin dicapai. Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui keefektifitas langkah strategi yang akan dikembangkan oleh Big Boss Travel.
2. Untuk mengetahui tingkat persaingan Big Boss Travel dalam industri pariwisata dengan strategi yang tersedia.
3. Mengetahui pengembangan bisnis yang cocok dan dapat diterapkan pada Big Boss Travel.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dalam penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh diri sendiri, maupun oleh orang lain. Manfaat yang dapat di peroleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

- Menambah ilmu serta wawasan dan pemahaman yang lebih baik mengenai industri jasa yang bergerak dalam pariwisata.
- Menambah pengalaman dalam penelitian dan dalam bisnis pariwisata.
- Selain itu peneliti di beri kesempatan untuk menganalisa strategi pengembangan dalam bisnis yang akan di jalankan Big Boss Travel.

2. Bagi Perusahaan

- Untuk mengetahui secara jelas ke efektifan strategi yang sudah di jalankan oleh Big Boss Travel.
- Untuk memberikan dan mengetahui informasi serta saran yang bisa menjadi bahan pertimbangan untuk Big Boss Travel dalam mengetahui keberhasilannya.
- Penelitian ini juga akan membahas tentang kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman perusahaan dalam industri pariwisata sehingga dalam kedepannya dapat mengetahui

strategi apa yang baik yang dapat di pertimbangkan untuk kesuksesan kedepan.

3. Bagi pembaca

- Penelitian ini dimaksudkan untuk menjadikan sebuah patokan untuk menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai strategi pengembangan bisnis di dalam sebuah perusahaan, sehingga pembaca mendapatkan acuan yang sesuai dengan kebutuhan pembaca masing-masing.

1.5 Obyek Penelitian

Lokasi penelitian yang diteliti untuk wawancara terletak di JL. Mangga dua raya kompleks Ruko Grand Boutique centre Blok A no 44 Jakarta Utara. Bergerak dalam industri jasa pariwisata yang menawarkan paket perjalanan wisata domestik maupun Internasional serta pemesanan tiket pesawat, kereta api cruise dan pemesanan hotel.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian analisis strategi pengembangan bisnis pada Big Boss Travel dikelompokkan menjadi enam bab kajian di dalamnya. Berikut ini adalah uraian dari masing-masing bab yang dikaji oleh penulis untuk penyusunan penelitian

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, indentifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, objek penelitian dan diakhiri dengan sistematika penelitian.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang berkaitan dengan pengembangan bisnis yang membantu proses penelitian ini. Serta menguraikan pengertian strategi manajemen strategik, tipe-tipe strategik manajemen, proses perencanaan strategi tahap-tahap pengembangan usaha, strategi unit bisnis, indentifikasi lingkungan eksternal serta indentifikasi lingkungan internal, penelitian terdahulu dan definisi dari biro perjalanan wisata.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode peneltian yang digunakan, acuan teori Penulisan, Prosedur pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV OBJEK PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum seputar biro jasa pariwisata yaitu Big Boss Travel yang berada di Jakarta.

BAB V HASIL DAN PEMBAHSAN

Di dalam bab ini akan dibahas tentang analisis-analisis data yang di implementasikan kedalam perusahaan, pengujian data dan strategi serta pembahsannya.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran hasil dari penelitian dari permasalahan yang ada.