

ABSTRAK

Specta Travel merupakan perusahaan biro perjalanan yang berada di bawah PT. Specta Group Nusantara yang berlokasi di Garut dan bergerak dalam layanan perjalanan wisata domestik maupun internasional dengan memanfaatkan media sosial serta kemitraan bisnis sebagai strategi utama dalam pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk kemitraan, optimalisasi media sosial, serta faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing Specta Travel dalam menghadapi persaingan industri pariwisata.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pihak manajemen, staf operasional, admin media sosial, dan konsumen Specta Travel. Analisis data dilakukan secara reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Specta Travel menerapkan kemitraan dalam bentuk mitra, agen, dan affiliate yang didukung kerja sama dengan vendor transportasi, akomodasi, dan ticketing melalui perjanjian formal serta evaluasi berkala. Optimalisasi media sosial melalui Instagram, TikTok, dan Facebook terbukti berkontribusi besar terhadap pemasaran, interaksi pelanggan, dan peningkatan penjualan. Daya saing perusahaan dibangun melalui diferensiasi layanan, kualitas pelayanan, strategi harga berbasis kualitas, serta penguatan branding melalui media sosial. Keberhasilan kemitraan dan media sosial ditentukan oleh struktur kerja sama yang jelas, evaluasi terukur, serta konsistensi pengelolaan digital yang mampu meningkatkan kualitas layanan dan memperluas pasar.

Saran dari penelitian ini adalah Specta Travel perlu mengembangkan sistem kemitraan berbasis kinerja, meningkatkan strategi digital marketing berbasis data, mengintegrasikan Customer Relationship Management (CRM), memperkuat konsep experience dan sustainable tourism, serta melakukan inovasi teknologi dalam sistem pelayanan dan promosi untuk meningkatkan daya saing perusahaan di masa mendatang.

Kata kunci: Specta Travel, kemitraan bisnis, media sosial, optimalisasi digital marketing, daya saing perusahaan, pariwisata.

ABSTRACT

Specta Travel is a travel agency company under PT. Specta Group Nusantara, located in Garut, which provides domestic and international tourism services by utilizing social media and business partnerships as its main strategies for business development. This study aims to analyze the forms of partnerships, social media optimization, and the factors influencing Specta Travel's competitiveness in the tourism industry.

The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The informants consist of management, operational staff, social media administrators, and customers of Specta Travel. Data analysis was conducted through data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results show that Specta Travel implements partnerships in the form of partners, agents, and affiliates supported by cooperation with transportation, accommodation, and ticketing vendors through formal agreements and periodic evaluations. Social media optimization through Instagram, TikTok, and Facebook significantly contributes to marketing performance, customer interaction, and sales improvement. The company's competitiveness is built through service differentiation, service quality, value-based pricing strategies, and branding reinforcement through social media. The success of partnerships and social media optimization is determined by a clear cooperation structure, measurable evaluation, and consistent digital management that enhances service quality and expands market reach.

The study recommends that Specta Travel develop a performance-based partnership system, improve data-driven digital marketing strategies, integrate Customer Relationship Management (CRM), strengthen experience and sustainable tourism concepts, and implement technological innovations in service and promotion systems to enhance future competitiveness.

Keywords: Specta Travel, business partnership, social media, digital marketing optimization, company competitiveness, tourism.

RINGKESAN

Specta Travel mangrupa pausahaan biro perjalanan di handapeun PT. Specta Group Nusantara anu aya di Garut, anu nyayagikeun layanan wisata domestik jeung internasional ku cara ngamangpaatkeun média sosial sarta gawé bareng usaha minangka strategi utama dina ngamekarkeun usaha. Panalungtikan ieu miboga tujuan pikeun nganalisis bentuk kemitraan, optimasi média sosial, sarta faktor-faktor anu mangaruhan daya saing Specta Travel dina industri pariwisata.

Métode anu dipaké dina ieu panalungtikan nyaéta métode déskriptif kualitatif kalayan téhnik ngumpulkeun data ngaliwatan observasi, wawancara, jeung dokuméntasi. Informan dina ieu panalungtikan nya éta pihak manajemen, staf operasional, admin média sosial, jeung konsumén Specta Travel. Analisis data dilakukeun ngaliwatan réduksi data, penyajian data, jeung nyieun kacindekan.

Hasil panalungtikan nuduhkeun yén Specta Travel ngalaksanakeun kemitraan dina bentuk mitra, agen, jeung affiliate anu didukung ku gawé bareng vendor transportasi, akomodasi, jeung ticketing ngaliwatan perjangjian formal sarta évaluasi berkala. Optimasi média sosial ngaliwatan Instagram, TikTok, jeung Facebook ngabogaan pangaruh gedé kana pamasaran, interaksi konsumén, jeung kanaékan penjualan. Daya saing pausahaan diwangun ku diferensiasi layanan, kualitas layanan, strategi harga dumasar kana kualitas, sarta panguatan branding ngaliwatan média sosial. Kasuksésan kemitraan jeung média sosial ditangtukeun ku struktur gawé bareng anu jelas, évaluasi anu kaukur, sarta konsistensi dina ngatur digital anu bisa ningkatkeun kualitas layanan jeung ngalegaan pasar.

Panalungtikan ieu nyarankeun supaya Specta Travel ngamekarkeun sistem kemitraan berbasis kinerja, ningkatkeun strategi pamasaran digital berbasis data, ngahijikeun Customer Relationship Management (CRM), nguatkeun konsep experience jeung sustainable tourism, sarta ngalaksanakeun inovasi téknologi dina sistem layanan jeung promosi pikeun ningkatkeun daya saing di mangsa nu bakal datang.

Kecap konci: Specta Travel, gawé bareng usaha, média sosial, optimasi pamasaran digital, daya saing pausahaan, industri pariwisata.