

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT, STP, *Marketing mix 7P*, dan *Cashflow* selama 3 tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan usaha PT. Milala Wisata *Tour & Travel* di masa pandemi Covid-19 dengan cara membuat *sidebussines* kuliner khas daerah agar *mainbussines* tetap bertahan. Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan observasi langsung yang dilakukan pada perusahaan dan melakukan wawancara dengan owner/pemilik PT. Milala Wisata *Tour & Travel*. Kemudian juga dengan menambahkan dari buku-buku bacaan dan juga sumber lain yang berhubungan dengan judul penelitian. Adapun strategi *marketing mix 7P* meliputi *price, product, process, people, physical evidance, promotion, place*. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, dan kelayakan *sidebussines* kuliner khas, terlebih dahulu dilakukan analisis untuk mengetahui bagaimana target pasar. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan dan kemudian dianalisis dengan menggunakan *Internal Rate of Return & Cashflow* selama 3 tahun untuk melihat tingkat kelayakan *sidebussines* kuliner khas cocok dan mampu menopang *mainbussines* usaha Travel. Hasil penelitian dari *Cashflow* selama 3 tahun menunjukkan bahwa *sidebussnis* kuliner khas layak untuk direalisasikan sebagai penopang *mainbussines* di masa pandemi Covid-19. *Sidebussines* kuliner khas memiliki kekuatan dan sejalan dengan bisnis travel sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Kata kunci : Pandemi Covid-19, *Tour & Travel*, Pengembangan Bisnis, SWOT, *Cashflow*

ABSTRACT

The research is the qualitative and quantitative results using SWOT, STP, Marketing mix 7P, and cashflow for 3 years method analysis. This research aims to develop the business of PT Milala Wisata Tour & Travel during Covid-19 pandemic by using a typical culinary side business so that the main business can survive. SWOT analysis is a way to systematically identify various factors in order to formulate company strategy. The data collection technique carried out by the researcher is by direct observation conducted at the company and conducting interviews with the owner of PT. Milala Wisata Tour & Travel. Also by adding from reading books and also other sources related to the research title. The 7P Marketing mix includes price, product, process, people, physical evidence, promotion, place. To find out the strengths, weaknesses, and feasibility of typical culinary side businesses, an analysis is first carried out to find out how the target market is The data obtained from the collection and then analyzed using the Internal Rate of Return & Cashflow for 3 years to see the feasibility level of typical culinary side businesses are suitable and able to support the main business of the The results of research from Cashflow for 3 years show that a typical culinary side business deserves to be realized as a support for main business during the Covid-19 pandemic. Typical culinary side businesses have strengths and are in line with the travel business so they can take advantage of existing opportunities.

Keywords : Covid-19 Pandemic, Tour and travel. Development business, SWOT, Cashflow