

## ABSTRAK

Industri perjalanan umrah dan haji di Indonesia terus berkembang seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap perjalanan ibadah. HM Tour & Travel merupakan salah satu pelaku usaha di sektor ini yang telah memiliki legalitas dan layanan profesional, namun menghadapi tantangan dalam mempertahankan keunggulan bersaing. Tantangan tersebut meliputi meningkatnya kompetitor, pergeseran tren pasar menuju umrah mandiri, serta kendala operasional baik secara internal maupun eksternal. Oleh karena itu, diperlukan formulasi strategi bisnis yang adaptif agar perusahaan tetap relevan dan unggul dalam industri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi bisnis yang dapat meningkatkan keunggulan bersaing HM Tour & Travel melalui pendekatan analisis SWOT dan matriks QSPM. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan, sedangkan QSPM digunakan untuk menentukan prioritas strategi berdasarkan tingkat daya tariknya secara kuantitatif. Dengan pendekatan ini, diharapkan perusahaan dapat memilih strategi yang paling efektif dan relevan untuk diimplementasikan.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajemen dan pelanggan, serta melalui observasi langsung. Hasil analisis SWOT menghasilkan 15 alternatif strategi yang kemudian dianalisis menggunakan matriks QSPM untuk mendapatkan urutan prioritas berdasarkan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS). Strategi prioritas yang muncul antara lain peningkatan kualitas layanan, optimalisasi pemasaran digital, dan diversifikasi produk.

Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi analisis SWOT dan QSPM dapat menjadi alat strategis yang efektif untuk perusahaan jasa, khususnya dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat berubah. HM Tour & Travel disarankan untuk mengimplementasikan strategi yang memiliki TAS tertinggi terlebih dahulu guna mempercepat peningkatan daya saing perusahaan.

Strategi yang terpilih tidak hanya memberikan arah yang jelas bagi pengembangan perusahaan, tetapi juga berkontribusi dalam penguatan posisi HM Tour & Travel di pasar umrah dan haji. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan sejenis dalam merumuskan strategi bisnis berbasis data dan analisis yang terstruktur.

**Kata Kunci:** strategi bisnis, SWOT, QSPM, keunggulan bersaing, HM Tour & Travel