

ABSTRAK

Athallah Naufal, 1288030031, 2026: “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PERJALANAN WISATA DI ERA DIGITAL (Penelitian di PT Nuansa Reka Pratama).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan era digital yang mendorong perubahan besar dalam industri pariwisata, khususnya pada usaha perjalanan wisata. Persaingan bisnis yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, dan tuntutan digitalisasi mendorong PT. Nuansa Reka Pratama melakukan pengembangan usaha berbasis teknologi digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang melatarbelakangi pengembangan usaha perjalanan wisata di era digital, menganalisis strategi pengembangan usaha yang diterapkan PT. Nuansa Reka Pratama, serta menganalisis dampak sosial yang muncul dari pengembangan usaha perjalanan wisata berbasis digital tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Modal Sosial James S. Coleman yang menitikberatkan pada tiga dimensi utama, yaitu jaringan sosial, kepercayaan, dan norma sosial. Teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana modal sosial dimanfaatkan perusahaan dalam pengembangan usaha perjalanan wisata di era digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pihak perusahaan, pelanggan, serta mitra bisnis. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha perjalanan wisata di era digital dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen, persaingan industri, dan kebutuhan adaptasi teknologi. Strategi yang dilakukan PT. Nuansa Reka Pratama meliputi pemasaran digital, penguatan jaringan bisnis, peningkatan kualitas pelayanan, dan optimalisasi media sosial. Dampak sosial yang muncul berupa peningkatan akses layanan, perluasan jaringan sosial, peningkatan kompetensi digital, serta perubahan pola interaksi sosial dalam pelayanan wisata.

Kata Kunci: Bisnis, Strategi Pengembangan, Usaha Perjalanan Wisata, Teori Modal Sosial.