

**THE IMPLEMENTATION OF TOUR PACKAGE PROMOTIONS ON PT. REZKI
JASTY TOUR & TRAVEL PEKANBARU**

By : Anugerah Ramadhan

Advisor : Dr. Dra. Rd. Siti Sofro Sidiq, M.Si

ramadhananugerah11@gmail.com

Sitiosofrosidiq@lecturer.unri.ac.id

Department of Administration Science - Tourism Department

Faculty of Social Science and Political Science, University of Riau

Bina Widya Campus, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru-Riau

28293 Tel/Fax 0761-63272

ABSTRACT

Promotion is an important part of marketing, with the promotion, customers or prospective buyers can find out information about a company's products. The tool for carrying out promotional activities is called the promotional mix. This study aims to determine how the implementation of tour package promotion at PT. Rezki Jasty Tour & travel Pekanbaru. This study used a qualitative method with a descriptive approach to describe the real situation by collecting field information data. The key informants in this study were 1 main director and 2 employees of PT. Rezki jasty Tour & Travel Pekanbaru, while the data collection techniques in this study used interviews, observation, and documentation based on the results of the research which showed that the promotion mix conducted by PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru is advertising, sales promotion, public relations, face to face sales, direct marketing using direct contact as well as telephone and email.

Key words :Promotion mix, Tour package, Travel

LATAR BELAKANG

Pariwisata menjadi aspek penting bagi suatu negara didunia internasional. Pesatnya perkembangan sektor pariwisata di Indonesia saat ini menunjukkan bukti keberhasilan pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia. Pemerintah Indonesia sangat mendukung perkembangan sektor pariwisata karena pariwisata merupakan sebagai sarana dalam memperkenalkan kebudayaan, alam, dan tradisi bangsa Indonesia, maka pemerintah khususnya pemerintah daerah harus bekerjasama dengan pihak swasta dan masyarakat untuk membangun pariwisata menjadi lebih baik agar wisatawan yang berkunjung lebih banyak terutama untuk wisatawan mancanegara. Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia ini menjadikan suatu pertanda baik untuk masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat disekitar objek wisata pendapatan mereka menjadi meningkat.

Istilah pariwisata berhubungan dengan pengertian penjualan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu.

Kota Pekanbaru adalah ibukota Provinsi Riau dan merupakan kota terbesar di Provinsi Riau. Kota ini merupakan kota perdagangan dan jasa, termasuk sebagai kota dengan tingkat pertumbuhan, migrasi dan urbanisasi yang tinggi. Provinsi Riau adalah Provinsi di Indonesia yang terletak dibagian tengah pulau Sumatera. Riau memiliki letak yang strategis ditinjau dari

sudut yang geografis, karena Riau berbatasan langsung dengan dua negara maju yaitu Malaysia dan Singapura. Sehingga memungkinkan orang melakukan perjalanan baik dalam maupun luar negeri, baik untuk sekedar berlibur, dan untuk tujuan bisnis ataupun untuk tujuan pendidikan. Riau juga menjadi tempat tujuan wisata melayu dan juga sebagai pusat perkembangan ekonomi.

PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru terletak di jalan Delima No. 118, Tampan, Kota Pekanbaru, Riau. Yang menjadi objek penelitian merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang ada di Pekanbaru. Perusahaan yang menyediakan kebutuhan konsumen, perusahaan ini melayani seluruh kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan wisata, yaitu fokus dengan penjualan paket wisata. Adapun paket wisata yang ditawarkan oleh PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar Paket wisata PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru

No	Paket Wisata	Waktu
1.	Jakarta-Bromo-Surabaya	3 Agustus – 8 Agustus 2016
2.	Bali Tour	12 November – 15 November 2018
3.	Sumatera Barat Tour	4 Maret – 7 Maret 2017
4.	Sumatera utara Tour	9 Juli – 14 Juli 2018
5.	Jakarta-Bandung-Bogor	17 September – 22 September 2017

Sumber: PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa paket wisata yang ditawarkan Oleh PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru yaitu paket wisata dalam negeri, PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru selain menawarkan paket wisata yang sudah terlebih dahulu dirancang oleh *tour operator (ready made tour)*, juga melayani permintaan paket wisata sesuai yang diinginkan calon konsumen/tamu atau disebut juga dengan (*tailor made tour*) yang tidak disebut diatas.

Persaingan perusahaan biro perjalanan wisata yang sama dalam menjual paket wisata yang secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap penjualan paket wisata. Berikut ini merupakan beberapa data perbandingan penjualan paket wisata:

Tabel 1.2

Data Penjualan Paket Wisata di PT. Urbanitas Tour And Travel Pekanbaru dan Data Penjualan Paket Wisata PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru

No	Nama perusahaan	Tahun					Total
		2014	2015	2016	2017	2018	
1	PT. Urbanitas Tour And Travel Pekanbaru	24	32	26	41	36	159
2	PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru	27	19	20	32	45	143

Sumber: Kembang wisata Tour & travel dan PT. Reski jasty tour and travel, pekanbaru, 2018

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa pencapaian nilai melalui penjualan paket wisata PT. Urbanitas Tour And Travel Pekanbaru dan PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru, terlihat penjualan paket wisata pada PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru tidak setabil, yang ditandai fluktuatif atau naik turun penjualan paket wisata dan meningkat lagi pada tahun 2018, sehingga diperlukan promosi yang tepat dilakukan pihak perusahaan.

Pemilihan upaya promosi yang digunakan oleh PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru haruslah terus di evaluasi agar mengetahui upaya promosi mana yang harus dipertahankan dan tidak perlu dipertahankan, karena jika terjadi pelaksanaan promosi yang tidak tepat akan mempengaruhi biaya, waktu dan peningkatan penjualan paket wisata. Dari latar belakang yang dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai: **“Pelaksanaan Promosi Paket Wisata Pada PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru Pekanbaru”**

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan Promosi Paket Wisata pada PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru.
2. Upaya apa saja yang dilakukan manajemen dalam meningkatkan penjualan paket wisata di PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru.

BATASAN MASALAH

Menurut judul diatas peneliti membatasi permasalahan yang akan diteliti. Peneliti hanya akan membahas tentang Pelaksanaan Promosi Paket Wisata di PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru Pekanbaru. Diluar dari aspek ini peneliti tidak membahasnya.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan promosi paket wisata pada PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui upaya apa saja yang dilakukan manajemen dalam meningkatkan penjualan paket wisata pada PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru pekanbaru.

MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat praktis
Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan.
2. Manfaat akademis
Bagi PT. Reski Jasty Tour and Travel Pekanbaru pekanbaru, hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan para konsumen

serta untuk mempertahankan tingkat layanan yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa mendatang. Dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang meneliti tentang pelaksanaan promosi di objek yang sama.

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan. Dalam dunia persaingan yang semakin ketat, perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar dituntut untuk memahami permasalahan pokok di bidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Berikut ini beberapa pengertian mengenai pemasaran.

Konsep Pemasaran

Konsep ini berpendapat bahwa menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien merupakan kunci utama dalam mencapai sasaran dan tujuan organisasi. Jadi pada konsep ini kebutuhan pasarlah yang paling diutamakan bukan kebutuhan atau kepentingan penjual.

Metode dan Prinsip Prinsip Pemasaran

Berhubungan dengan rumitnya masalah pemasaran maka dirasakan oleh para pengusaha yang cerdas, terutama yang pasarnya berada di tangan pembeli, untuk dapat melakukan usaha-usaha dan kegiatan-kegiatan secara pasti, terarah, konkret, melihat pada kenyataan. Pengusaha yang melakukan kegiatan pemasaran seperti itu menggunakan metode ilmiah di dalam pemasarannya.

Promosi

Menurut *Buchari Alma (2007:170)* pengertian promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan

produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tiga tujuan utama dari promosi adalah sebagai berikut :

- a. Menginformasikan (*informing*)
- b. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*)
- c. Mengingatn (*Reminding*)

Meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu sering disebut bauran promosi (*promotion mix*), yaitu mencakup:

a. Periklanan

Adalah semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi ide-ide promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang dibayar.

b. Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Adalah variasi insentif jangka pendek untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.

c. Hubungan Masyarakat (*publik relation*)

Adalah suatu usaha (*variasi*) dari rancangan program guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk. Publisitas adalah suatu komunikasi promosional tentang perusahaan atau produk yang dihasilkan perusahaan, yang disajikan melalui media, akan tetapi tidak dibayar oleh sponsor atau perusahaan.

d. Penjualan Tatap Muka (*personal selling*)

Adalah penjualan pribadi atau tatap muka adalah penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan. Mediana antara lain: persentase penjualan, pertemuan penjualan, pameran dagang.

e. Pemasaran Langsung (*direct marketing*)

Adalah komunikasi secara langsung yang digunakan dari mail, telepon, fax, e-

mail atau internet untuk mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen secara jelas.

Tujuan Promosi

Semua promosi yang dijalankan tentu memiliki berbagai tujuan untuk menarik wisatawan. Menurut *Ali Hasan (2016: 01)* tujuan promosi adalah memberikan informasi ke pasar (wisatawan) yang mungkin akan tertarik pada produk yang ditawarkan sehingga memengaruhi mereka untuk membeli produk tersebut. Semua promosi wisata memiliki fokus untuk mencapai tujuan, yaitu:

1. Meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan.
2. Meningkatkan pengeluaran wisatawan dan masa tinggal lebih lama.
3. Menciptakan *image* destinasi sebagai tujuan wisata yang baik untuk liburan sekolah, hari-hari agama seperti idul fitri, natalan, dan libur tahun baru. Meningkatkan kesadaran akan kekayaan alam dan tempat-tempat bersejarah.

Fungsi Promosi

1. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli. Perhatian calon pembeli harus diperoleh, karena merupakan titik awal proses pengambilan keputusan didalam membeli suatu produk atau jasa.
2. Menciptakan dan menumbuhkan ketertarikan pada diri calon pembeli.
3. Pengembangan rasa ingin tahu calon pembeli terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Setelah seseorang mulai tertarik, maka timbul rasa ingin memilikinya.

Sasaran Promosi

Sasaran merupakan menempatkan produk yang tepat ke pasar yang yang tepat dan mengarahkan fokus konsumen yang paling mungkin untuk membeli produk (*Ali Hasan, 2015: 01*).

Tahap Tahap Pelaksanaan Promosi

Berikut adalah tahap-tahap pelaksanaan promosi menurut *Ali Hasan (2015: 264)*, yaitu:

1. Pengelolaan tujuan ialah yang berkaitan dengan target penjualan dan tujuan komunikasi.
2. Keputusan alokasi anggaran ialah untuk mengatur pengeluaran uang untuk
3. Setiap kegiatan promosi.
4. Keputusan pesan ialah isi pesan dan jenis media yang akan digunakan.
5. Evaluasi kampanye promosi ialah dampak promosi yang dilakukan terhadap penjualan yang dihasilkan.

Paket Perjalanan Wisata

Menurut *Yoeti (1997)*, paket wisata merupakan suatu perjalanan wisata yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu travel agent atau biro perjalanan atau resiko dan tanggung jawab sendiri baik acara, lama waktu wisata dan tempat yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi, serta makanan dan minuman telah ditentukan oleh biro perjalanan dalam suatu harga yang telah ditentukan jumlahnya. Berikut berdasarkan tujuan dan pemakaiannya, paket wisata dibedakan menjadi 3 (tiga) jenis menurut *penyelenggaraan (Kesrul, 2003: 79)*, yaitu:

a. Paket Wisata Domestik

Adalah paket wisata dalam negeri yang diperuntukkan bagi wisatawan setempat.

b. Paket Wisata inbound

Adalah sebuah paket wisata yang di rancang untuk konsumsi wisatawan mancanegara, dengan tujuan perjalanan ke dalam negeri.

c. Paket wisata outbound

Adalah sebuah paket wisata yang di rancang untuk konsumsi wisatawan nusantara dengan tujuan ke luar negeri.

Biro Perjalanan Wisata

Perusahaan perjalanan yang disebut juga Biro Perjalanan Wisata, Travel Agent, Travel Bureau, Reisen Buro, Travel Service, Tour and Travel service, Agen persiaran dan lain-lain. Merupakan perusahaan yang bergerak dibidang usaha jasa pariwisata, dimana perusahaan tersebut mengolah, mereservasi, merencanakan, membuat dan menyelenggarakan perjalanan wisata baik untuk kepentingan bisnis, berlibur, sosial dan budaya, dan sebagainya.

Metodologi Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Rezki Jasty Tour and Travel Pekanbaru yang terletak di kota Pekanbaru, tepatnya di Jl. Delima (disamping Tk-Annamiroh) Panam Pekanbaru.

Waktu Penelitian

Penulis akan mengambil penelitian ini dimulai dari bulan april sampai dengan bulan juni 2019.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan seseorang atau sesuatu yang ingin diperoleh keterangan. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah key information. Key information menurut Moleong (2007:132) adalah orang orang dalam latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Yang menjadi key information dalam penelitian

ini adalah Directur Utama PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru. Dalam penelitian ini menggunakan teknik studi obsevasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam bersama para informan.

Jenis Dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau dari tangan pertama atau responden (*Wardiyanto, 2006*). Data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden.

b. Data Sekunder

Menurut *Silalahi (2010; 291)*, data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau sumber-sumber lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengmpulan data merupakan bagian yang penting dalam suatu penelitian, bahkan merupakan suatu keharusan bagi seorang peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode dalam proses pengumpulan data yaitu pada penelitian ini dengan cara :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik yang banyak dilakukan oleh peneliti pada bidang ilmu-ilmu sosial. Pengumpulan informasi tentang objek atau kenyataan yang akan dipelajari dengan menggunakan cara observasi dapat diselenggarakan sendiri oleh peneliti dan bahkan bisa jadi tanpa mengeluarkan biaya apapun.

b. Wawancara

Selain itu teknik pengumpulan data yang lain adalah melalui wawancara mendalam kepada PT. Reski jasty Tour and

Travel Pekanbaru. Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung (Siswanto: 2011:58) peneliti mengadakan tanya jawab dengan informan untuk memperoleh data mengenai hal-hal yang ada kaitannya dengan masalah pembahasan.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Husaini, 2011) dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data-data berupa foto, serta dokumen pendukung penelitiannya.

TEKNIK ANALISIS DATA

Analisis data dalam penelitian ini sepenuhnya menggunakan metode penulisan deskriptif dengan melibatkan tahap-tahap analisis kualitatif. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendapatkan data serta gambaran yang bersifat objektif dan akurat mengenai masalah yang akan dikaji.

a. Reduksi Data (*data reduction*)

Reduksi data yaitu suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan.

b. Penyajian Data (*display data*)

Data ini tersusun sedemikian rupa sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Adapun bentuk yang lazim digunakan pada data kualitatif terdahulu adalah dalam bentuk teks naratif. Terkait dengan *display data*, peneliti menyajikannya dalam bentuk table.

c. Penarik Kesimpulan (*verifikasi*)

Dalam penelitian ini akan diungkapkan mengenai makna dari data yang di kumpulkan. Dari data tersebut akan diperoleh kesimpulan yang tentative, kabur, kaku dan meragukan, sehingga kesimpulan itu perlu di verifikasi. Verifikasi dilakukan dengan melihat kembali reduksi data maupun *display data* sehingga kesimpulan yang di ambil tidak menyimpang.

Operasional Variabel

Variabel	Sub - Variabel	Indikator	Kumpulan Data
Pelaksanaan Promosi Paket Wisata PT. Rezki Jasty Tour And Travel Pekanbaru	Periklanan (Advertising)	1. Brosur	1. Observasi 2. Wawancara 3. Dokumentasi
		2. Poster	
		3. televisi	
	Promosi Penjualan (Sales Promotion)	1. Pemberian Hadiah	
		2. Potongan Harga	
		3. Kupon	
	Hubungan Masyarakat (Public Relation)	1. Seminar	
		2. Mensponsori Acara	
		3. Pameran	
	Penjualan Tatap Muka (Personal Selling)	1. Pertemuan Penjualan	
	Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	1. Pemasaran Lewat Telepon	
		2. email	
		3. Kontak langsung	

Sumber : Hasil olahan peneliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum PT. Rezki Jasty Tour And Travel Pekanbaru

a. Sejarah Singkat PT. Rezki Jasty Tour And Travel Pekanbaru

PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru yang berlokasi di jalan Delima Panam Pekanbaru berdiri pada tanggal 11 Februari 2011 di bawah pimpinan Furi Afrilian Jasty. Pada awalnya ibu Furi bekerja sebagai *freelance ticketing*, dan kemudian bisa membangun sebuah tour & travel.

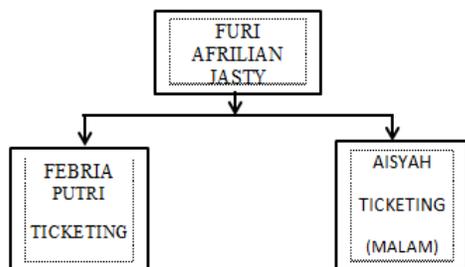
Selama 1 (satu) tahun PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru berkembang dengan penjualan tiketnya. Kemudian pada

tahun 2012 pimpinan PT.Rezki Jasty Tour & Travel mulai mencoba untuk membuat paket tour dengan ibu Furi sendiri yang menjadi *tour leader*. Kontrak kerja penyelenggaraan paket tour kebanyakan untuk pemerintah saat ini.

Saat ini jumlah karyawannya ada 2 (dua). PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru melayani pemesanan tiket pesawat, tour dalam negeri dan luar negeri, umroh, dan voucher hotel. Perluasan wilayah kerja PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru menjadi bukti kesuksesan perusahaan dalam melayani konsumen. Tanpa adanya respon positif dari konsumen tentu saja perusahaan ini tidak dapat berkembang secara optimal. Semua staf dan pimpinan PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru merupakan tim yang solid. Mereka bekerjasama untuk mewujudkan sebuah perusahaan yang beretika, baik dalam hal bisnis dan agama. Tentu saja ini semua agar konsumen puas dan merasa menjadi pribadi istimewa.

b. Struktur Organisasi PT. Rezki jasty Tour And Travel Pekanbaru

Struktur Organisasi PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru



c. Ruang Lingkup Kegiatan PT. Rezki Jasty Tour And Travel Pekanbaru

1. Melayani tiket penerbangan dalam negeri, melayani penjualan tiket dalam negeri semua rute penerbangan yang ada di Indonesia, dan juga tiket penerbangan luar negeri yaitu :
 - Garuda Indonesia

- Citilink
- Lion Air
- Batik Air
- Wings Air
- Air Asia
- Nam Air

2. Melayani refund dan cancel tiket maupun rebook tiket yang sudah ada bagian tersendiri untuk melakukannya.
3. PT.Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru juga melayani voucher hotel dan umroh.

Aktivitas Kerja PT. Rezki Jasty Tour And Travel Pekanbaru

Hari	Jam
Senin - Jumat	08.00 - 22.00
Sabtu - Minggu	09.00 - 21.00

Pembahasan Hasil Wawancara dan Observasi Pelaksanaan mengenai Promosi Paket Wisata Pada PT.Rezki Jasty Tour and Travel Pekanbaru

Biro perjalanan wisata merupakan sebuah kegiatan usaha bersifat yang fungsinya untuk mengatur dan juga menyediakan perjalanan bagi seseorang, maupun sekelompok orang yang akan melakukan perjalanan dengan tujuan utama yaitu untuk berwisata kemana saja. Seperti saat ini di Indonesia sudah banyak sekali berbagai model bisnis termasuk dalam sektor pariwisata.

Pelaksanaan Promosi Melalui Periklanan

Periklanan adalah semua bentuk penyajian nonpersonal, promosi ide-ide promosi barang atau jasa yang dilakukan oleh sponsor yang dibayar. Medianya antara lain: brosur, buklet, poster, penayangan pada audio visual, billboard, dan lain- lain. Iklan memuat informasi-informasi penting

mengenai produk yang ditawarkan secara singkat, padat dan jelas, kemudian ditata sedemikian rupa agar bisa menarik perhatian calon konsumen. Dalam setiap tampilan yang dilakukan PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru baik itu brosur maupun website selalu menampilkan perubahan sehingga dapat memaksimalkan promosi yang dapat mendatangkan keuntungan yang besar dan pastinya semakin membesarkan nama perusahaan tersebut baik itu dikalangan pendidikan, pegawai swasta, pegawai negeri sipil, maupun masyarakat pada umumnya dan khususnya indonesia secara keseluruhan.

a. Brosur

Brosur adalah promosi barang atau jasa dalam bentuk media cetak, yang dengan menjualkan sebuah produk yang bergerak sebagai promosi pemasaran. Periklanan melalui brosur dapat diartikan sebagai berita pesanan untuk mendorong dan membujuk kepada khalayak atau orang ramai tentang produk atau layanan yang ditawarkan

b. Poster

Poster adalah teknik promosi cetak yang umum digunakan oleh sebagian perusahaan untuk kepentingan bisnis. Poster terdiri dari desain visual, gambar, warna, dan salinan. Poster memberikan pesan yang dimaksudkan untuk mempromosikan produk. Adapun jenis-jenis poster pada umumnya seperti: poster film, poster seni, poster pendidikan dan lain-lain.

c. Televisi

Promosi melalui media televisi juga sangat berpengaruh besar bagi perusahaan, karena kebanyakan masyarakat sudah menggunakan media televisi di rumahnya masing-masing. Banyak kelebihan yang didapatkan perusahaan ketika iklan menggunakan media televisi diantaranya

membuat produk atau jasa lebih cepat dikenal dan diingat oleh orang, selain itu juga memperkenalkan segala kelebihan yang dimiliki produk atau jasa dengan lebih jelas dan menarik banyak peminat dengan lebih cepat karena dapat dijangkau melalui penglihatan dan pendengaran.

Pelaksanaan Promosi Melalui Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah variasi insentif jangka pendek untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Mediana antara lain : pemberian hadiah, sampel, pemberian kupon, potongan harga, dan lain-lain. Dalam melaksanakan promosi melalui promosi penjualan, perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba suatu produk baru yang dibuat oleh perusahaan serta mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak produk yang dijual dari perusahaan tersebut. Dilihat dari fungsi promosi penjualan adalah untuk menghubungkan, melengkapi, dan mengkoordinasi kegiatan-kegiatan teknik promosi lainnya.

a. Pemberian Hadiah

Pemberian hadiah yang dilakukan PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru pemberian berupa uang, barang, ataupun jasa yang dilakukan tanpa kompensasi balik seperti yang terjadi dalam perdagangan. Pada saat ini, hadiah tidak hanya digunakan untuk pemberian pribadi ataupun bonus untuk pekerja, namun kini banyak digunakan oleh perusahaan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk menarik minat konsumen.

b. Potongan Harga

Potongan harga adalah pengurangan harga yang diberikan kepada konsumen saat melakukan pembelian barang atau jasa.

Potongan harga merupakan salah satu strategi promosi yang sudah ada sejak lama baik pada transaksi offline maupun online. Dengan membeli barang ataupun jasa saat ada potongan harga, tentunya pembeli bisa menjadi lebih hemat dalam pembelian.

Pelaksanaan Promosi Melalui Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat adalah suatu usaha (variasi) dari rancangan program guna memperbaiki, mempertahankan, atau melindungi perusahaan atau citra produk.

a. Seminar

Pada PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru pelaksanaan hubungan masyarakat dengan mengikuti seminar yang bertema tentang pemasaran ataupun tingkat penjualan yang dilakukan oleh PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru. Dengan ikut sertanya dalam kegiatan seminar harus memiliki rencana yang matang, dan mendapat persetujuan dari semua pihak.

b. Mensponsori Acara

Dalam pelaksanaannya hubungan masyarakat pada PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru juga terlibat hubungan dengan menjadi salah satu sponsor acara, agar dapat melakukan komunikasi dengan pasar atau pelanggan. Dengan menjadi sponsor pada suatu acara diharapkan dapat membantu dalam upaya menempatkan citra positif dari produk atau perusahaan dimata konsumen ataupun calon konsumen. Karena pada acara yang diselenggarakan masyarakat yang tahu dan melihat akan berfikir bahwa PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru ini adalah travel yang mempunyai nilai citra perusahaan yang baik, dengan begitu masyarakat yang melihatnya untuk menggunakan biro perjalanan wisata sebagai penunjang untuk melakukan perjalanan pastinya akan langsung

menghubungi PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru dan membeli produk yang diinginkannya. Meskipun sponsorship memberikan manfaat positif pada pihak yang memberikan sponsor.

c. Pameran

PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru belum pernah mengadakan promosi melalui pameran, bahkan menurut Direktornya cara seperti itu tidak efektif dilakukan untuk sebuah promosi.

Pelaksanaan Promosi Melalui Penjualan Tatap Muka

Penjualan tatap muka adalah sebuah pengungkapan secara lisan dalam menghadapi seorang atau beberapa calon pembeli dengan maksud untuk menciptakan penjualan. PT. Reski Jasty Tour & Travel Pekanbaru telah mengetahui bahwa penjualan tatap muka merupakan hal yang penting dalam promosi tertentu dan benar-benar sangat penting dalam bauran yang lain. Sebagian orang berpendapat bahwa penjualan tatap muka merupakan unsur dinamis yang menggerakkan perekonomian kita. Penjualan tatap muka yang baik tidak hanya menjual kepada pelanggan, namun mereka berupaya dan menunjukkan kelebihan dan kelemahan produk mereka, bantuan seperti itu menimbulkan kepuasan pelanggan dan hubungan jangka panjang. Hubungan ini seringkali merupakan dasar bagi keunggulan bersaing perusahaan, khususnya dalam pasar bisnis.

a. Pertemuan Penjualan

Wujud dalam pertemuan penjualan adalah bertemu langsung dengan calon konsumen untuk membicarakan tentang paket yang akan ditawarkan maupun membicarakan lebih lanjut tentang kesepakatan yang sudah dibicarakan antara pihak perusahaan dengan calon pembeli.

PT. Rezki Jasty Tour & travel Pekanbaru melakukan pertemuan penjualan di kantor, tempat tinggal calon konsumen dan tempat yang mungkin sudah disepakati antara perusahaan dan calon konsumen. Dalam pertemuan penjualan biasanya lebih memiliki kemungkinan yang besar untuk terjadinya paket tersebut terjual.

Pelaksanaan Promosi Melalui Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung diantaranya penjualan yang memakai media pemasaran langsung tanpa adanya pihak yang menjadi perantara pemasaran dalam melakukan transaksi jual-beli dan tawar menawar suatu jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dalam hal ini PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru melakukan pemasaran langsung melalui penjualan lewat telepon dan juga melalui media internet.

a. Pemasaran Lewat Telepon

Pemasaran lewat telepon adalah salah satu cara yang cukup bagus, dengan cara ini pelanggan tidak perlu datang ke toko dan cukup dengan menelepon tanpa harus menghadapi kemacetan di jalan.

b. E-mail

Dengan menggunakan email suatu bentuk pemasaran langsung yang dipakai oleh PT. Rezki Jasty Tour & travel Pekanbaru yaitu salah satu teknik yang menguntungkan bagi PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru karena saat ini tengah populernya teknik pemasaran melalui media sosial.

c. Kontak Langsung

PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru sudah sering melakukan promosi paket wisata melalui kontak langsung dengan konsumen yang datang ke perusahaan langsung ataupun pihak

perusahaan yang mendatangi ketempat konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai Pelaksanaan Promosi Paket Wisata Pada PT. Rezki Jasty Tour & travel Pekanbaru, maka dapat peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru dalam mempromosikan paket wisata telah telah melakukan kegiatan promosi melalui 5 jenis promosi yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), penjualan tatap muka (*personal selling*), pemasaran langsung (*direct marketing*). Dari bentuk-bentuk bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru dijelaskan dalam uraian berikut:

1. Promosi melalui periklanan (*advertising*) dilakukan pihak PT. Rezki Jasty Tour & travel Pekanbaru yaitu dengan cara membuat brosur dan poster semenarik mungkin untuk menarik calon konsumen.
2. Pelaksanaan Promosi melalui promosi penjualan (*sales promotion*) yang dilakukan oleh pihak PT. Rezki Jasty Tour & travel Pekanbaru adalah dengan cara melakukan potongan harga ataupun pemberian hadiah kepada pelanggan
3. Pelaksanaan promosi melalui hubungan masyarakat (*public relation*) yang dilakukan oleh PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru dengan cara melakukan seminar di berbagai tempat dan mensponsori beberapa acara.
4. Pelaksanaan promosi melalui penjualan tatap muka (*personal selling*) yang dilakukan PT. Rezki

Jasty Tour & Travel Pekanbaru yaitu dengan cara bertemu langsung dengan calon konsumen.

5. Pelaksanaan promosi melalui pemasaran langsung (*direct marketing*) yang dilakukan PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru yaitu dengan cara kontak langsung via telepon, sms ataupun e-mail.

Dari kelima pelaksanaan promosi yang dilakukan PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru yang paling berpengaruh dalam pembelian paket wisata PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru dengan cara promosi penjualan (*sales promotion*) dengan melakukan potongan harga serta pemberian hadiah kepada pelanggan.

Dari hasil wawancara penulis lakukan tentang upaya apa saja yang dilakukan manajemen dalam meningkatkan penjualan paket wisata kedepannya dari PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru yaitu dengan memfokuskan pada pelanggan yang lama dari PT Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru dan juga kedepannya kami akan lebih mendekatkan hubungan dengan masyarakat sekitar untuk membangun citra yang baik dari perusahaan kami.

Saran

Dari hasil penelitian diatas, maka saya sebagai penulis memberi beberapa saran kepada pihak PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru sebagai berikut:

1. Adapun dalam penelitian ini penulis memberikan saran yang bermanfaat kepada PT. Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru yaitu, perusahaan agar selalu melakukan kegiatan promosi agar lebih dikenal dengan masyarakat luas. Kegiatan promosi salah satu cara untuk mendatangkan dan menarik pelanggan. Selain itu,

kegiatan promosi dilakukan dengan tepat sasaran yang benar-benar membutuhkan jasa Tour & Travel ini. Demikian pula, kegiatan promosi ini dengan beberapa cara yaitu: promosi periklanan, sales promosi, digital marketing, dan pengelolaan customer service. Sehingga kegiatan promosi itu berdampak baik terhadap tercapainya target dari PT. Rezki Jasty Tour & travel Pekanbaru. Selain itu, perusahaan ikut serta bergabung dengan organisasi Travel agent yang ada di Pekanbaru yaitu ASITA (Association of the Indonesian Tour & Travel Agency) serta melakukan pameran-pameran paket wisata kepada pihak sasaran. Setelah itu, perusahaan terus memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan dan konsumen yang telah atau akan memakai jasa dari PT. Rezki Tour & travel Pekanbaru.

2. Sebaiknya perusahaan aktif dalam mengelola pembiayaan kegiatan promosi, agar lebih mudah mengetahui pengeluaran dari pembiayaan promosi yang telah direncanakan. Selain itu, meskipun saat ini perusahaan telah berada pada tahap pendewasaan perusahaan harus terus aktif dalam melakukan kegiatan promosi karena pada tahap pendewasaan ini persaingan dari jasa Tour & travel semakin tajam dalam melakukan promosi paket wisata .
3. Setelah mengetahui dari wadah promosi, bentuk promosi dan saran promosi selanjutnya hal yang paling penting adalah membuat desain promosi yang lebih menarik lagi agar menjadikan calon konsumen dan pembaca lebih tertarik dan akan

berlangganan kepada PT. Rezki Jasty Tour & travel Pekanbaru.

2006. *Tours and Travel Management*, Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
Yoeti, Oka A. 2006, *Tours and travel Marketing*, Jakarta: Pradnya Paramita.

Daftar Pustaka

- AJ. MLuljadid & Andri Warman. *kepariwisataan dan perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Freddy Rangkuti. 2002, *Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Costumer Values & Analisis Kasus*, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Ali, 2015. *Tourism marketing*. Yogyakarta: GAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Irawan, dan Basu Swastha. 1983. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Indriyo Gitosudarmo. 1999. *Manajemen pemasaran*, cetakan 5. Yogyakarta: . BPFE
- Lupiyoadi Rambat, Hamdani A. 2006. *Manajemen pemasaran Jasa*, PT. Salemba Empat.
- M. Liga Suryadana & Vanny Octavia. *Pengantar pemasaran pariwisata*. Bandung: Alfabeta,
- Mill. Robert Christie. 2000. *Tourism The International Business*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persanda.
- Pendit, Nyoman s. 2012. *Ilmu Pariwisata (sebuah pengantar perdana)* jakarta: PT. Pradnya Pramita.
- Sugiyono, 2007. Arikonton, 2003. *Metode & teknik menyusun proposal penelitian*, Bandung Alfabeta.
- Sunyoto Danang, 2012, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy. 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Yoeti.Oka A. 2008. *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pemasaran pariwisata*, Bandung : Angkasa, Yoeti, Oka A.