

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DI JOGJA75 TOUR
AND TRAVEL**



OLEH

Meysa Rezar Donna Artani

NIM: 419100644

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2023

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DI JOGJA75 TOUR AND
TRAVEL**



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh

Derajat Diploma IV

OLEH

Meysa Rezar Donna Artani

NIM: 419100644

PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DI JOGJA75 TOUR AND
TRAVEL



OLEH

Meysa Rezar Donna Artani

NIM: 419100644

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Yudi Setiaji, SH. MM
NIDN. 0508066401

Mengetahui
Ketua Prodi

Yudi Setiaji, SH. MM
NIDN. 0508066401

BERITA ACARA UJIAN
SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA DI JOGJA75 TOUR AND
TRAVEL

Disusun Oleh
MEYSA REZAR DONNA ARTANI

NIM: 419100644

Telah dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan LULUS
Pada Tanggal: 17 APRIL 2022

TIM PENGUJI

Penguji Utama : **Drs. Prihatno, M.M** :
NIDN. 0526125901

Penguji II : **Drs. Budi Hermawan, M.M** :
NIDN. 0523026601

Penguji III : **Yudi Setiaji, SH, M.M** :
NIDN. 0508066401

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M.
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meysa Rezar Donna Artani

NIM : 419100644

Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata (D IV)

Judul : Strategi Pemasaran Paket Wisata Di Jogja75 Tour and
Travel

Dengan ini saya menyatakan bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya. Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 17 Mei 2023



Meysa Rezar Donna Artani
NIM.419100644

HALAMAN MOTTO

“Only you can your life Nobody else can do it for you”

Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan yang kita perjuangkan hari ini.

(PENULIS)

*“Start now. Start where you are. Start with fear. Start with pain. Start with doubt.
Start with hand shaking. Start with voice trembling; but start. Start and don’t stop.*

Start where you are, with what you have. Just start”

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan penulis kemudahan sehingga penulis menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Paket Wisata Di Jogja75 Tour and Travel”. Penulisan Skripsi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia pendidikan khususnya bidang kepariwisataan. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par) pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah dibantu oleh banyak pihak. dan dengan kerendahan hati yang tulus mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M. selaku pembimbing 1 yang sudah sabar dalam memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi selama saya melakukan penyusunan Skripsi sehingga skripsi ini bisa selesai.
2. Bapak Yudi Setiaji, SH, MM selaku pembimbing 2 dan ketua jurusan Usaha Perjalanan Wisata yang sudah sabar dalam memberikan arahan, motivasi, bimbingan penulisan serta kritik dan saran selama saya melakukan penyusunan skripsi sehingga skripsi ini bisa selesai.

3. Pak Ari, Mbak Widi, Mbak Dela dan seluruh staff Jogja75 Tour and Travel atas keramahan serta kepercayaan yang diberikan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
4. Sahabat-sahabat tersegalahnya yang tak pernah bosan mendengar segala keluh kesah selama penyusunan skripsi ini, Mareta, Anifah, Ariani, dan Indri Terimakasih atas semangat dan motivasinya dan untuk semua kesempatan yang kalian berikan. Dan Teman-teman seperjuangan Jurusan Usaha Perjalanan Wisata kelas A Angkatan 2019.
5. Salah Satu Kakak Tingkat Usaha Perjalanan Wisata Angkatan 2018 Terimakasih atas arahannya selama ini, Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuanmu
6. Almamaterku Tercinta Stp. AMPTA Yogyakarta Serta seluruh Civitas Akademik Jurusan Usaha Perjalanan Wisata.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas Rahmat dan Anugerah yang diberikan-Nya, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan rasa syukur dan rasa bangga, saya persembahkan karya ini kepada:

1. Ayahhanda Sudiarto, Ibunda nani, serta keluarga besar, terima kasih atas kasih, doa dan dukungannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis sangat bersyukur memiliki keluarga yang hebat seperti kalian.
2. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M. selaku pembimbing I dan Bapak Yudi Setiaji, SH, MM. Sebagai pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Yudi Setiaji, S.H.,MM. selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata SekolahTinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membantu untuk melengkapi segala dokumen dalam pengajuan sidang skripsi.
4. Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Staff dan Pemilik Jogja75 Tour and Travel Yang telah bersedia menerima penulis untuk mengadakan penelitian dan dengan sangat ramah telah membantu penulis dalam mengumpulkan data yang penulis butuhkan untuk melaksanakan penelitian.
6. Teman-teman yang selalu menemani penulis mulai dari sejak dari pertama kali menjadi mahasiswa STP. AMPTA hingga sampai penulisan skripsi ini. Terima

kasih untuk selalu menjadi teman yang baik bagi penulis, penulis sangat senang bisa memiliki kalian sebagai teman dan sahabat.

7. Mohon maaf penulis tidak dapat menuliskan satu per satu nama yang telah membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini, karena begitu banyak orang yang telah berjasa membantu penulis.

Akhir kata dan besar harapan, Tentunya saya mengharapkan Skripsi ini berguna/bermanfaat untuk para pembaca dan peneliti selanjutnya. Sebagai penutup, saya ingin mengatakan “Rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Allah SWT, membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis, Amin.

Yogyakarta, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Teorisasi	6
1. Strategi	7
2. Pemasaran	8
3. Strategi Pemasaran.....	9
4. Pemasaran Jasa.....	9

5. Pariwisata	11
6. Produk Pariwisata.....	11
7. Biro Perjalanan Wisata.....	12
8. Paket Wisata.....	13
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pemikiran.....	16
BAB III METODE PENELITIAN	18
A. Metode dan Desain Penelitian.....	18
1. Jenis Penelitian.....	18
B. Lokasi dan Waktu	19
C. Teknik Cuplikan atau Subjek Penelitian	19
D. Sumber Data.....	20
1. Data Primer	21
2. Data Sekunder	21
E. Metode Pengumpulan Data	22
1. Observasi.....	22
2. Wawancara (Interview).....	22
3. Dokumentasi	23
F. Uji Keabsahan Data.....	23
1. Perpanjangan Masa penelitian.....	23
2. Meningkatkan kecermatan dalam penelitian.....	24
3. Triangulasi	24
G. Metode Anailis Data	26
H. Alur Penelitian	39
I. Jadwal Penelitian.....	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum	41
1. Sejarah Singkat Jogja75 Tour and Travel	41

2.	Lokasi Jogja75 Tour and Travel.....	42
3.	Jam Operasional Jogja75 Tour and Travel.....	42
4.	Visi, Misi dan Slogan Jogja75 Tour and Travel.....	42
5.	Struktur Organisasi Jogja75 Tour and Travel	43
6.	Produk Jogja75 Tour and Travel.....	48
7.	Kerjasama Jogja75 Tour and Travel	50
B.	Hasil dan Pembahasan.....	52
1.	Produk (product)	53
2.	Harga (Price)	58
3.	Tempat (Place)	63
4.	Promosi (Promotion).....	66
5.	Orang (People)	70
6.	Proses (Process)	74
7.	Bukti Fisik (Physical Evidence).....	78
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
1.	Kesimpulan	83
2.	Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Tabel Matriks Persilangan SWOT	28
Tabel 3.2 Tabel Indikator dalam 7P.....	29
Tabel 4.3 Tabel Daftar Bus pariwisata yang Bekerjasama dengan Jogja75 Tour and Travel	52
Tabel 4.4 Tabel Daftar akomodasi yang Bekerjasama dengan Jogja75 Tour and Travel	53
Tabel 4.5 Tabel Restaurant yang Bekerjasama dengan Jogja75 Tour and Travel	
Tabel 4.2 Tabel Analisis SWOT Indikator Produk	57
Tabel 4.3 Tabel Analisis SWOT Indikator Harga.....	62
Tabel 4.4 Tabel Analisis SWOT Indikator Tempat	65
Tabel 4.5 Tabel Analisis SWOT Indikator Promosi	69
Tabel 4.6 Tabel Analisis SWOT Indikator Orang.....	73
Tabel 4.7 Tabel Analisis SWOT Indikator Proses	77
Tabel 4.8 Tabel Analisis SWOT Indikator Bukti Fisik.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Jogja75 Tour and Travel	41
Gambar 4.2 Peta Menuju ke Jogja75 Tour and Travel	42
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Jogja75 Tour and Travel	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Direktur

Lampiran 2 Wawancara Staff

Lampiran 3 Wawancara Manager

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Surat Penelitian

Lampiran 6 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 7 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha bersifat komersial yang mengatur, dan menyediakan pelayanan bagi seseorang individu atau sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata. *Jogja75 Tour and Travel* dalam memasarkan paket wisatanya menggunakan strategi pemasaran, sehingga dapat menjangkau masyarakat luas untuk mengetahui adanya *Jogja75 Tour and Travel*.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan metode deskriptif kualitatif untuk memperoleh gambaran berbagai informasi yang berhubungan dengan strategi pemasaran di *Jogja75 Tour and Travel*. Metode penelitian menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT). Analisis data yang digunakan adalah tahap pengumpulan data, tahap analisis data, dan tahap pengambilan data

Hasil penelitian menjelaskan bahwa *Jogja75 Tour and Travel* dalam memasarkan produknya menggunakan analisis SWOT kurang berjalan dengan baik, karena ruang gerak perusahaan yang terbatas hanya mengandalkan pemasaran secara online serta produk yang masih kurang variatif namun *Jogja75 Tour and Travel* berupaya meningkatkan pemasaran menggunakan bauran pemasaran 7p yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*) proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*) sehingga hasil yang didapat maksimal.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Paket Wisata, *Jogja75 Tour and Travel*

ABSTRACT

A travel agency is a commercial business activity that regulates and provides services for an individual or group of people, to carry out advertising with the main purpose of travelling Jogja75 Tour and Travel in marketing their tour packages using a marketing strategy, so that they can reach the wider community to find out about Jogja75 Tour and Travel.

The analysis used in this research was a qualitative descriptive method to obtain an overview of various information related to the marketing strategy at Jogja75 Tour and Travel. The research method uses data collection techniques, observation, interview, and documentation, by identifying strengths, weakness, opportunity, threats (SWOT). The data analysis used is the data collection stage, the data analysis stage, and the data collection stage.

The results of analysis explain that Jogja75 Tour and Travel in marketing its product using the SWOT analysis is not going well because the company's limited space to move only relies on online marketing and products that are still less varied, but Jogja75 Tour and Travel seeks to improve marketing using the 7p marketing mix which consists of : product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, so that the results obtained are maximum.

Keywords: Tour Package Marketing Strategy, Jogja75 Tour and Travel

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang cepat, mengharuskan perusahaan untuk secara terus-menerus memantau dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Perusahaan lebih kreatif dalam merancang dan memutuskan misi dan strategi pemasaran yang akan diterapkan dilapangan untuk bisa mengantisipasi berbagai macam perubahan yang akan terjadi, serta dapat berkompetisi dan bergerak searah dengan keinginan konsumen, karena pada dasarnya fungsi perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa yang diterima konsumen sekaligus dapat memenuhi keinginan konsumen, dengan tujuan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan dan untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran terhadap produk dan jasa yang dihasilkan. (Wijaya,2013: 1).

Pemasaran suatu kegiatan usaha untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Pemasaran ini kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar terus bisa berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan. Menurut Kotler dan Kaller (2016: 7), pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan

pihak lain. Di dalam memasarkan suatu produk atau jasa terdapat persaingan antar perusahaan, maka dari itu perlu adanya strategi yang baik dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Industri pariwisata sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat, karena dapat memberikan peluang pekerjaan terutama untuk masyarakat sekitar objek wisata. Meningkatnya wisatawan yang melakukan perjalanan wisata akan memberikan dampak positif bagi Negara untuk menambah devisa dan memberikan peluang kepada perusahaan biro perjalanan wisata untuk menggunakan jasanya. Setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang produk maupun jasa mempunyai tujuan untuk berkembang dan memperoleh keuntungan. Pesatnya perkembangan bisnis pariwisata dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang menjual produk dan jasa pariwisata yang sama sehingga terjadi persaingan pasar dalam merebutkan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan hendaknya perlu mengetahui dan memahami strategi pemasaran produk maupun jasa yang ditawarkannya.

Pemasaran di dalam industri pariwisata dilakukan oleh sebuah biro perjalanan yang merupakan penggerak dan tulang punggung dalam perkembangan dunia pariwisata karena menjadi sarana promosi objek wisata, oleh karena itu setiap biro perjalanan perlu merancang strategi pemasaran untuk menarik wisatawan agar menggunakan jasanya. Dengan pemasaran, wisatawan lebih mengerti dan mengetahui tentang informasi suatu perjalanan dan objek wisata yang akan dikunjungi.

Salah satu strategi yang ada dalam pemasaran adalah strategi bauran pemasaran atau disebut sebagai *marketing mix* yang memiliki peranan penting dalam mempengaruhi konsumen agar dapat membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. (Marlius, 2016) bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasaran yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang diterapkan dapat berjalan sukses. Dalam bauran pemasaran produk terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dalam istilah 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat atau saluran distribusi), dan *promotion* (promosi). Keempat variable tersebut merupakan kombinasi yang mempunyai peran yang sama dan merupakan satu kesatuan guna menunjang sukses perusahaan. Karena itu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* dapat digunakan oleh perusahaan yang bersangkutan untuk menyusun strategi dasar perusahaan yang dapat menjadi acuan bagi penyusun strategi pemasaran yang efektif.

Dalam merancang pemasaran paket wisata harus disesuaikan dengan daerah tujuan wisata sehingga mampu meraih peluang dan tantangan di daerah tersebut. Untuk menarik wisatawan agar mengunjungi suatu daerah tujuan wisata, biro perjalanan wisata tidak cukup hanya menjual informasi kepada wisatawan akan tetapi juga perlu menjual pelayanan yang baik dengan memberikan kesan senang, nyaman, aman, dan bertanggung jawab atas keselamatan konsumen saat melakukan sebuah perjalanan wisata. Perjalanan

yang diberikan biro perjalanan bermaksud untuk memuaskan perjalanan, karena hal ini merupakan pintu gerbang menuju tercapainya suatu keuntungan.

Persaingan antar biro perjalanan yang semakin ketat dalam pasar menjadi ancaman, mengharuskan Jogja75 Tour and Travel untuk melakukan analisa strategi pemasaran yang sesuai untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan berbagai analisis tahapan dan alat-alat analisis yang ada dalam strategi pemasaran. Berdasarkan latar belakang di atas penulis merasa sangat perlu melakukan sebuah penelitian yang membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh Jogja75 Tour and Travel untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran paket wisata yang diterapkan Jogja75 Tour and Travel saat ini demi menjaga keberadaannya dalam dunia persaingan pasar usaha perjalanan dalam rangka meningkatkan jumlah penjualan paket wisata. Untuk itu penulis mengambil judul penelitian “Strategi Pemasaran Paket Wisata di Jogja75 Tour and Travel”.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran paket wisata di Jogja75 Tour and Travel dengan penerapan 7P?
2. Apakah yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat dari pelaksanaan bauran pemasaran Jogja75 Tour and Travel?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian jika dikaitkan dengan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kekuatan dan kelemahan Jogja75 Tour and Travel dalam menghadapi persaingan antar biro perjalanan
2. Untuk mengetahui strategi yang paling tepat untuk memasarkan produk paket wisata

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh atau diambil dari kegiatan penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan pengetahuan penelitian tentang strategi pemasaran terutama di produk paket wisata.
 - b. Untuk menambah pengetahuan mahasiswa lain serta sebagai salah satu acuan untuk melakukan penelitian berikutnya
 - c. Sebagai penerapan ilmu teori-teori yang didapatkan di bangku kuliah dan membandingkan kenyataan yang ada di lapangan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan cara menyelesaikan suatu permasalahan yang nantinya akan diterapkan dalam dunia kerja, serta untuk meningkatkan kemampuan diri menciptakan pola pikir yang lebih maju.

- b. Bagi perusahaan Jogja75 Tour and Travel, penelitian ini bermanfaat untuk membantu Jogja75 Tour and Travel agar mengetahui kendala apa saja yang mempengaruhi pemasaran paket wisata, dengan begitu Jogja75 Tour and Travel dapat mempersiapkan hal-hal yang diperlukan untuk mengantisipasi kendala tersebut.