

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI OBKA TOUR MAKER UNTUK
MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PAKET
WISATA**



Disusun Oleh:

Raymon Iswar

Nim: 418100610

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2023

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI OBKA TOUR MAKER UNTUK
MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PAKET
WISATA**



Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Terapan
Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Disusun Oleh:

Raymon Iswar

Nim: 418100610

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PROMOSI OBKA TOUR MAKER UNTUK
MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PAKET
WISATA**



Disusun Oleh:

Raymon Iswar

Nim: 418100610

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Hamdan Anwari, S.Pd.M.Pd.BI
NIDN: 0509118801

Pembimbing II

Mona Erythrea Nur Islami, SIP.MA
NIDN: 0516097101

Mengetahui

Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Yudi Setiaji, S.H.M.M

NIDN: 0508066401

BERITA ACARA UJIAN

**STRATEGI PROMOSI OBKA TOUR MAKER UNTUK
MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN
PAKET WISATA**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Raymon Iswar

Nim: 418100610

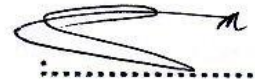
Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan:

Pada tanggal:

TIM PENGUJI

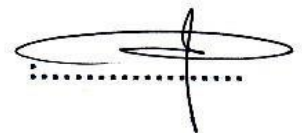
Penguji Utama : RM. Jonet Sinangioyo. S.SOS.M.Si

NIDN. 0518117401



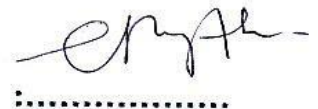
Penguji I : Hamdan Anwari. S.Pd. M.Pd. B.I

NIDN. 0509118801



Penguji II : Mona Erythrea Nur Islami. SIP.MA

NIDN. 0516097101



**Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raymon Iswar

NIM : 418100610

Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata

Judul : Strategi Promosi Obka Tour Maker Untuk Meningkatkan Jumlah

Penjualan Paket Wisata

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri tanpa ada campur tangan dari pihak lain, tidak terdapat pendapat maupun karya penulis lain kecuali pada bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan dan pedoman dengan mencantumkan secara jelas di bagian daftar pustaka.

Yogyakarta, 26 Juni 2022



Raymon Iswar

HALAMAN MOTTO

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan”

(HR Tirmidzi)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya”

(Ali Bin Abi Thalib)

“Manusia asalnya dari tanah, makan hasil tanah, berdiri diatas tanah, akan kembali ke tanah. Kenapa masih bersifat langit?”

(Hamka)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menegucapkan rasa syukur kepada Allah S.W.T karena telah diberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini sehingga penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya. Saya berterima kasih setinggi-tingginya kepada kedua orang tua tercinta atas doa, dukungan, dan cinta kasih yang selalu diberikan. Terima kasih atas pengorbanan, kerja keras, dan waktu yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan jalan menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.
2. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua kakak saya. Saya berterimakasih setinggi-tingginya atas doa dan dukungan, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
3. Teman-teman yang telah menjalin kebersamaan selama masa kuliah hingga di titik akhir skripsi ini.
4. Semua pihak terkait yang telah memberikan dukungan dan masukan yang berguna bagi kelancaran skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh limpahan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Obka Tour Maker Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Paket Wisata” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Hamdan Anwari, S.Pd.M.Pd.BI selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau dalam membimbing dan memberikan pengarahan, dan saran sehingga penulis dapat sampai di tahap penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, SIP.M.MA selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan maupun isi dari skripsi ini.
3. Bapak Yudi Setiaji, S.H.M.M selaku Ketua Jurusan Usaha Perjalanan Wisata yang telah membatu dalam proses berjalannya skripsi ini hingga sidang skripsi dilaksanakan.
4. Bapak RM.Jonet Sinangjoyo, S.SOS.M.Si selaku Dosen Penguji Utama yang telah memberikan kesempatan untuk peneliti menjelaskan skripsi dan memberikan arahan serta masukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak Gatot Sayogi selaku Direktur Utama Obka Tour Maker yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
6. Bapak Yan Aanrandi selaku General Manager yang telah membantu dan menjelaskan dalam proses penelitian yang dilakukan di Obka Tour Maker.
7. Thu Dwi Yuliana Putri selaku Marketing yang telah membantu dan menjelaskan dalam proses penelitian yang dilakukan di Obka Tour Maker.
8. Semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara dukungan dan doa dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga atas bantuan Bapak Thu dan saudara/i dicatat oleh Tuhan Yang Maha Kuasa dan menjadi amal jariyah yang tiada putusnya. Sebagai penutup penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat kedepannya. Sebagai manusia biasa Penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh Penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, Penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Yogyakarta, 26 Juni 2023



Raymon Iswar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I 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.....	7
1. Pengertian Pariwisata	7
2. Jenis-jenis wisata.....	9
3. Wisatawan	10
4. Biro Perjalanan Wisata.....	12
5. Jenis – jenis Biro Perjalanan Wisata	14
6. Paket Wisata.....	15
7. Jenis Paket Wisata <i>Tour</i>	16
8. Pengertian Strategi Promosi	18
9. Analisis SWOT	25
10. Analisis Matrik SWOT	26
11. Diagram Analisis SWOT.....	28

B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Desain Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu	36
C. Teknik Cuplikan atau Subjek Penelitian.....	36
D. Sumber Data.....	37
E. Metode Pengumpulan	38
F. Uji Keabsahan	40
G. Metode Analisis Data.....	42
H. Alur Penelitian	43
I. Jadwal Penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum.....	45
1. Sejarah Obka Tour Maker	45
2. Lokasi Obka Tour Maker	45
3. Struktur Organisasi Obka Tour Maker.....	46
4. Visi dan Misi Obka Tour Maker	49
5. Produk-produk Obka Tour Maker	50
B. Pembahasan.....	56
1. Bentuk Strategi Promosi Obka Tour Maker.....	56
2. Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	59
3. Strategi Promosi Dengan Menggunakan Matrik IFAS dan EFAS.....	63
4. Matrik SWOT.....	68
C. Hasil Pembahasan	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
Daftar Pustaka.....	80
LAMPIRAN.....	83
LAMPIRAN 1.....	84
SURAT PENGANTAR PENELITIAN	84
LAMPIRAN 2.....	85

SURAT BALASAN PENELITIAN	85
LAMPIRAN 3.....	86
HASIL WAWANCARA	86
LAMPIRAN 4.....	89
HASIL WAWANCARA	89
LAMPIRAN 5.....	92
LEMBAR BIMBINGAN	92
LAMPIRAN 6.....	93
DOKUMENTASI PENELITIAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Paket wisata 2018-2022.....	3
Tabel 2.1 Matrik SWOT	27
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	44
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Obka Tour Maker 2023	46
Tabel 4.3 Analisis Faktor Internal Obka Tour Maker	59
Tabel 4.4 Analisis Faktor Eksternal Obka Tour Maker.....	61
Tabel 4.5 Matrik IFAS Strategi Promosi	63
Tabel 4.6 Matrik EFAS Strategi Promosi.....	65
Tabel 4.7 Analisis Matrik SWOT	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	28
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 3.1 Alur Penelitian	44
Gambar 4.1 Paket Open Trip Bromo.....	51
Gambar 4.2 Paket Open Trip Malaysia-Singapura.....	52
Gambar 4.3 Paket Privat Trip Jogja	53
Gambar 4.4 Dokumentasi Wisatawan	54
Gambar 4.5 Dokumentasi Kegiatan Outbound	54
Gambar 4.6 FWD Awards Night 2023.....	55
Gambar 4.8 Minibus	56
Gambar 4.9 Minibus Komersial	57
Gambar 4.10 Diagram Analisis SWOT	67

ABSTRAK

Industri pariwisata Indonesia telah tumbuh dan semakin berkembang. Sehubungan dengan perkembangan dan peningkatan industri pariwisata di Indonesia, masyarakat memanfaatkan peluang tersebut dengan membuka jasa pelayanan dalam bidang pariwisata. Dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi, biro perjalanan wisata membutuhkan strategi promosi yang tepat untuk memperkenalkan dan meningkatkan penjualan produk serta jasa yang ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan Obka Tour Maker untuk meningkatkan jumlah penjualan paket wisata. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dan data yang diambil menggunakan teknik triangulasi sumber data melalui observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis SWOT yang dipadukan dengan diagram analisis SWOT untuk menentukan nilai dari faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT didapatkan bahwa nilai faktor internal sebesar 1,7 dan nilai faktor eksternal -1,05 yang menunjukkan bahwa Obka Tour Maker berada pada Kuadran II. Strategi promosi yang bisa digunakan Obka Tour Maker untuk meningkatkan penjualan paket wisata adalah menggunakan strategi disverifikasi, yang mana strategi ini bisa dilakukan dengan cara mempertahankan kualitas pelayanan, memperluas bentuk promosi dan meningkatkan segmentasi promosi.

Kata kunci: Strategi Promosi, Analisis SWOT, *Travel Agent*

ABSTRACT

Indonesia's tourism industry has grown and developed. In connection with the development and improvement of the tourism industry in Indonesia, the community takes advantage of this opportunity by opening services in the tourism sector. In the face of increasingly high competition, travel agents need the right promotion strategy to introduce and increase sales of the products and services offered. The purpose of this study is to determine the promotional strategy used by Obka Tour Maker to increase the number of tour package sales. This research was conducted using a qualitative descriptive method and the data was collected using a triangulation technique of data sources through observation, interviews and documentation. Data analysis uses SWOT analysis combined with SWOT analysis diagrams to determine the value of internal factors and external factors. Based on the results of the SWOT analysis, it was found that the internal factor value was 1.7 and the external factor value was -1.05 which indicates that the Obka Tour Maker is in Quadrant II. The promotion strategy that can be used by Obka Tour Maker to increase tour package sales is to use a diversification strategy, in which this strategy can be carried out by maintaining service quality, expanding form promotions and increasing promotion segmentation.

Keywords: Promotion Strategy, SWOT analysis, Travel Agent

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki kekayaan alam yang melimpah, keberagaman suku budaya, ras, dan agama dari Sabang hingga Merauke. Dengan kekayaan alam yang melimpah, Indonesia memiliki potensi besar di berbagai sektor salah satunya di sektor pariwisata. Sebagai negara dengan potensi pariwisata yang besar, sektor pariwisata Indonesia akan menarik perhatian bagi wisatawan domestik maupun wisatawan internasional. Dalam perkembangan sektor pariwisata Indonesia, pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus memberikan perhatian khusus guna mengembangkan potensi pariwisatanya.

Pariwisata memiliki peran penting dalam pembangunan nasional. Sektor Pariwisata dapat meningkatkan pendapatan devisa negara baik dalam bentuk pajak dari wisatawan, pertukaran mata uang asing, dan belanja para wisatawan selama berada ditempat wisata. Sektor pariwisata juga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat seperti; menciptakan lapangan kerja, membuka peluang usaha bagi masyarakat disekitar tempat wisata, dan dapat membantu menjaga kelestarian budaya nasional dan lingkungan hidup karena dengan hadirnya banyak wisatawan akan membuat masyarakat setempat lebih peduli akan kelestarian daya tarik wisata, baik dari segi seni budaya tradisional, keindahan alam, maupun bangunan dan peninggalan bersejarah.

Industri pariwisata Indonesia telah tumbuh dan semakin berkembang. Perkembangan ini tentunya menjadi kabar baik bagi industri pariwisata di Indonesia. Melihat kondisi tersebut, upaya penyelenggaraan kepariwisataan terus

ditingkatkan meliputi usaha jasa informasi wisata, jasa transportasi, usaha jasa perjalanan wisata, usaha sarana dan prasarana pariwisata dan lain-lainnya. Sehubungan dengan perkembangan dan peningkatan industri pariwisata memberikan peluang bagi masyarakat dalam usaha di bidang penyedia layanan jasa pariwisata seperti biro perjalanan wisata atau *tour and travel*. Selain melayani dan mempermudah wisatawan dalam menjalankan kegiatan wisatanya, biro perjalanan wisata juga menyediakan banyak fasilitas seperti akomodasi, penyusunan paket wisata, penyediaan layanan transportasi seperti bus dan kendaraan lainnya untuk mempermudah wisatawan dalam berwisata.

Sehubungan dengan perkembangan dan peningkatan industri pariwisata di Indonesia, masyarakat memanfaatkan peluang tersebut dengan membuka jasa pelayanan dalam bidang pariwisata yang membantu wisatawan lokal maupun wisatawan asing untuk mempermudah menuju akses wisata yang diinginkan. Oleh karena itu, banyak biro perjalanan menawarkan jasa yang memungkinkan wisatawan dengan mudah mengakses tempat wisata yang diinginkan.

Kebutuhan untuk melakukan perjalanan wisata melalui biro perjalanan wisata atau *tour and travel* semakin meningkat. Suatu biro perjalanan atau *tour and travel* dituntut harus mampu memahami, memanfaatkan peluang-peluang yang ada, serta bisa menyesuaikan diri dengan perubahan dan perkembangan pasar dan dunia bisnis saat ini. Selain itu untuk mampu menghadapi perubahan dan bertahan dalam persaingan bisnis, biro perjalanan wisata atau *tour and travel* harus fokus untuk menarik konsumen dalam pembelian produk dan jasa yang ditawarkan. Maka dari itu, diperlukan kemampuan strategi promosi yang tepat

oleh suatu biro perjalanan wisata untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang biro perjalanan wisata di Yogyakarta adalah Obka Tour Maker.

Obka Tour Maker berdiri sejak tahun 2014 yang menyediakan pelayanan jasa dalam bentuk penjualan paket wisata dalam negeri maupun luar negeri seperti; paket wisata *privat trip*, paket *gathering*, outbond/outing, paket wisata grup, dan penyewaan mobil. Sehubungan dengan Obka Tour Maker yang telah bergerak di bidang bisnis pariwisata lebih dari 9 tahun, perusahaan ini telah memiliki *brand* di Yogyakarta. Namun dalam lima tahun terakhir penjualan paket wisata mengalami penurunan. Berikut ini adalah data jumlah paket wisata yang terjual di Obka Tour Maker dari lima tahun terakhir.

Tabel 1.1
Data Penjualan Paket Wisata Obka Tour Maker dari Tahun 2018-2022

No.	Tahun	Jumlah / pax
1.	2018	1.176
2.	2019	1.043
3.	2020	-
4.	2021	-
5.	2022	463

Sumber: Data Primer Obka Tour Maker Yogyakarta, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah pembelian paket wisata pada Obka Tour Maker tahun 2018 - 2022 mengalami penurunan dan belum menunjukkan kestabilan. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 dan tahun 2021 tidak ada paket wisata yang terjual karena pandemi *Covid-19* yang menyebabkan berhentinya aktivitas operasional Obka Tour Maker.

Dengan demikian, Obka Tour Makerl perlu melakukan suatu strategi promosi yang tepat guna meningkatkan jumlah penjualan paket wisatanya. Menurut (Boyd, dkk. 2011:150), strategi promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada laba kinerja jangka panjang.

Sebagai upaya untuk mengetahui strategi promosi yang baik dan tepat pada Obka Tour Maker dalam meningkatkan penjualan paket wisatanya, maka diperlukan metode analisis SWOT yang merupakan alat untuk menganalisis kekuatan (*Strenght*) dan apa yang menjadi kelemahan (*Weakness*), serta menganalisis dan mencari tahu peluang (*Opportunity*) serta apa yang menjadi ancaman (*Threat*) bagi Obka Tour Maker. Dengan demikian, Obka Tour Maker selalu dapat beradaptasi dengan lingkungan dan upaya yang dilakukan dapat mencapai tujuan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Stategi Promosi Obka Tour Maker Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Paket Wisata**”

B. Fokus Masalah

Promosi merupakan bagian yang sangat penting dalam pariwisata pada saat ini. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, yang menjadi fokus masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimanakah strategi promosi dalam meningkatkan jumlah penjualan paket wisata di Obka Tour Maker.

Sebagai upaya dalam memudahkan penelitian, maka fokus masalah dijabarkan menjadi beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi yang digunakan Obka Tour Maker untuk meningkatkan penjualan paket wisata?
2. Menganalisis faktor internal dan eksternal Obka Tour Maker dalam melakukan strategi promosi.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi promosi yang digunakan Obka Tour Maker untuk meningkatkan penjualan paket wisata.
2. Mengetahui faktor internal dan eksternal Obka Tour Maker dalam melakukan strategi promosi.

D. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk memperkaya wawasan ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan acuan dalam dunia kerja masa yang akan datang, serta dapat mempraktikkan ilmu yang di dapat dari bangku kuliah.

- b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai strategi promosi biro perjalanan wisata untuk

meningkatkan penjualan paket wisata, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.

c) Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Sebagai bahan acuan untuk menambah pengetahuan mengenai peranan promosi untuk meningkatkan penjualan paket wisata di Obka Tour Maker

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu sebagai bahan acuan pihak biro perjalanan wisata tentang peranan promosi dalam meningkatkan penjualan paket wisata Obka Tour Maker