

**SKRIPSI**  
**STRATEGI PROMOSI TURINDO *TOUR AND TRAVEL* DALAM**  
**MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN**



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Derajat Sarjana Terapan**  
**Pariwisata Di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**OLEH**

**Sharon Nagaya Fatta**

**419100692**

**PROGRAM STUDI D4 USAHA PERJALANAN WISATA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**STRATEGI PROMOSI TURINDO *TOUR AND TRAVEL* DALAM**  
**MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN**



**Disusun Oleh:**

**Nama : Sharon Nagaya Fatta**

**NIM : 419100692**

**Jurusan : Usaha Perjalanan Wisata**

**Telah Disetujui Oleh**

**Pembimbing I**

**Nikasius Jonet S, S.Sos,M.Si**

**NIDN 0518117401**

**Pembimbing II**

**Hermawan P, S.ST,S.Sos,M.M**

**NIDN 0516057102**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan**

**Yudi Setiaji,S.H,M.M**

**NIDN 0508066401**

**BERITA ACARA UJIAN**  
**STRATEGI PROMOSI TURINDO *TOUR AND TRAVEL* DALAM**  
**MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**Sharon Nagaya Fatta**

**NIM: 419100692**

**Telah Dipertahankan di Depan tim penguji**

**Dan Dinyatakan:.....LULUS.....**

**Pada tanggal : 12 Juni 2023**

**TIM PENGUJI**

**Penguji Utama : Angela Ariani. SH.,MM**

**NIDN. 0530106001**

**Penguji I : Nikasius Jonet S, S.Sos,M.Si**

**NIDN. 0518117401**

**Penguji II : Hermawan P, S.ST,S.Sos,M.M**

**NIDN. 0516057102**

**Mengetahui**  
**Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**



**Drs. Prihatno, M.M**

**NIDN : 0526125901**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sharon Nagaya Fatta

NIM : 419100692

Program Studi : D4 Usaha Perjalanan Wisata

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI TURINDO *TOUR AND TRAVEL*

### DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka dan sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta Juni 2023



Peneliti

Sharon Nagaya Fatta

NIM: 419100692

## HALAMAN MOTTO

*Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu (Muhammad) tentang Aku, maka sesungguhnya Aku dekat. Aku Kabulkan permohonan orang yang berdoa apabila dia berdoa kepada-Ku. Hendaklah mereka itu memenuhi (perintah)-Ku dan beriman kepada-Ku, agar mereka memperoleh kebenaran.*

*QS. Al-Baqarah Ayat 186*

*Berdo'alah kepada Allah dalam keadaan yakin akan dikabulkan, dan ketahuilah bahwa Allah tidak mengabulkan do'a dari hati yang lalai."*

*HR. Tirmidzi no. 3479*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan kasih dan karunia-Nya, serta memberikan jalan dan kemudahan sehingga peneliti menyelesaikan skripsi ini. Rasa bahagia dan bangga, skripsi saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada peneliti selama penulisan skripsi ini sehingga dapat menyelesaikan pendidikan D-IV di STP AMPTA Yogyakarta.
2. Mamaku Elok Fadilla dan abiku Ir. Mahyul Fatta yang sangat peneliti cintai. Terimakasih atas semua kasih sayang, doa, dukungan, kepercayaan, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
3. Abangku Labay El Sulthan Fatta dan adikku Zakiya Kanaya Fatta yang amat kusayangi, terimakasih atas dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan.
4. Seluruh dosen STP AMPTA yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
5. Terima kasih kepada kak mutia, kak ines dan pihak yang terlibat saat kegiatan pengumpulan data untuk skripsi di Turindo *Tour and Travel*.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Turindo *Tour and Travel* dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan”, dengan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (D4) pada Program Studi “Usaha Perjalanan Wisata” di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari beberapa pihak selama penyusunan skripsi ini. Perlu usaha dan semangat dalam mengerjakan pembuatan skripsi ini hingga selesai. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Nikasius Jonet S, S.Sos,M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
2. Hermawan P, S.ST,S.Sos,M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
3. Angela Ariani.SH,.MM selaku Penguji Utama yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun dalam skripsi ini.
4. Yudi Setiaji,S.H,M.M. selaku ketua jurusan program studi Usaha Perjalanan Wisata yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun skripsi ini.

5. Drs. Prihatno, M.M. selaku ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Seluruh narasumber yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam kegiatan penelitian.
7. Semua pihak yang memberikan dukungan kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan karya skripsi selanjutnya lebih baik. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Yogyakarta, Juni 2023

Peneliti



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>Peneliti.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>4</b>
A. Landasan Teori.....	4
1. Pengertian Strategi .....	4
2. Pengertian Promosi.....	4
3. Analisis SWOT.....	8
4. Tujuan Promosi .....	11
5. Usaha Biro Perjalanan Wisata.....	13
B. Penelitian Terdahulu .....	13
C. Kerangka Pemikiran.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
A. Metode dan Desain Penelitian.....	18
B. Lokasi dan Waktu .....	18

C. Teknik Cuplikan.....	19
D. Sumber Data.....	20
E. Metode Pengumpulan Data.....	21
F. Uji Keabsahan Data.....	22
G. Metode Analisis Data.....	24
H. Alur Penelitian .....	25
I. Jadwal Penelitian.....	26
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
A. Gambaran Umum.....	28
1. Profil Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	28
2. Struktur organisasi PT Sumber Turindo.....	29
B. Hasil dan Pembahasan.....	30
1. <i>Advertising</i> .....	30
2. <i>Sales Promotion</i> .....	33
3. <i>Personal selling</i> .....	34
4. <i>Public Relation</i> .....	35
C. Analisis SWOT Aktivitas Strategi Promosi Turindo <i>Tour and Travel</i> Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan.....	36
1. Analisis SWOT <i>Advertising</i> Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	36
2. Analisis SWOT <i>Sales Promotion</i> Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	44
3. Analisis SWOT <i>Personal Selling</i> <i>Tour and Travel</i> .....	48
4. Analisis SWOT <i>Public Relation</i> Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	54
D. Kesimpulan Analisis Matrix SWOT .....	57
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	63
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>65</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 matrix SWOT.....	26
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	42
Tabel 4.1 matrix SWOT <i>advertising</i> .....	57
Tabel 4.2 matrix SWOT <i>sales promotion</i> .....	62
Tabel 4.3 matrix SWOT <i>personal selling</i> .....	67
Tabel 4.4 matrix SWOT <i>public relation</i> .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 3.1 Tahap Pra-Lapangan.....	40
Gambar 4.1 Kantor Pusat Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	44
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	44
Gambar 4.3 Instagram Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	46
Gambar 4.4 Tiktok Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	46
Gambar 4.5 Poster Tiket Pesawat.....	46
Gambar 4.6 Poster Paket Wisata.....	46
Gambar 4.7 Poster Paket wisata.....	47
Gambar 4.8 Brosur Paket Wisata.....	52
Gambar 4.9 Brosur Paket Wisata.....	52
Gambar 4.10 tiktok Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	54
Gambar 4.11 instagram Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	54
Gambar 4.12 instagram Turindo <i>Tour and Travel</i> .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2: Hasil Wawancara

Lampiran 3: Surat Permohonan Penelitian Dari STP AMPTA Yogyakarta

Lampiran 3: Surat Permohonan Penelitian Dari STP AMPTA Yogyakarta

Lampiran 5 : Foto saat Sedang Melakukan Penelitian

Lampiran 6 : Lembar bimbingan

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan Turindo *Tour and Travel* dalam meningkatkan jumlah penjualan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik penentuan sample *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, teknik dan waktu. Penggunaan teknik analisis yang digunakan peneliti adalah SWOT. Promosi yang dilakukan Turindo *Tour and Travel* menggunakan empat elemen yang dilakukan yaitu *advertising*, kegiatan ini menggunakan media sosial dan juga media cetak. Selanjutnya *sales promotion* di Turindo *Tour and Travel*, pada promosi ini menggunakan FOC, pemberian *voucher* dan pemberian souvenir. Elemen promosi lainnya adalah *personal selling* kegiatan ini dilakukan di kantor, mall, melalui internet, telepon sales call ke dinas-dinas dan datang ke sekolah-sekolah. Terakhir adalah *public relation* di Turindo *Tour and Travel* kegiatan yang dilakukan adalah mengikuti pameran *travel agent* di Jogja maupun di luar Jogja dan *travel agent gathering* dan tidak melakukan kegiatan sosial.

kata kunci: strategi promosi, jumlah penjualan

## ABSTRACT

*The research aims to determine the promotional strategies used by Turindo Tour and Travel to increase sales volum. This study employs a qualitative method with purposive sampling as the sample determination technique. The data collection techniques used in this research are observation, interviews, and documentation. The validity of the data is ensured through source and technique triangulation. The analysis technique used by the researcher is SWOT analysis. Turindo Tour and Travel promotion activities encompass four elements, namely advertising, which utilizes social media and print media. Furthermore, sales promotions at Turindo Tour and Travel involve FOC (Free of Charge) offerings, voucher giveaways, and souvenirs. Another promotional element is personal selling, conducted at the office, malls, through the internet, telephone sales calls to various departments, and visits to schools. Lastly is public relations at Turindo Tour and Travel, activities involved participating in travel agent exhibitions in Jogja and outside Jogja, as well as attending travel agent gatherings. There were no social activities involved.*

*Keywords: promotion strategy, sales amount*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sektor pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan bagi negara dan sebagai penyumbang devisa yang besar di Indonesia. Pertumbuhan industri pariwisata akan memicu pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan dan mendorong peluang bisnis yang berhubungan dengan pariwisata yang berada di setiap daerah. Adapun salah satu dari beberapa daerah di Indonesia yang menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan adalah Yogyakarta.

Yogyakarta merupakan daerah kawasan wisata yang memiliki predikat sebagai kota wisata sekaligus kota budaya. Predikat sebagai kota wisata atas dasar pertimbangan keberagaman dan keindahan atraksi wisata budaya, baik dalam bentuk aktivitas tradisi budaya maupun peninggalan benda-benda bersejarah. Pemerintah Yogyakarta setiap tahunnya memiliki program-program *event* budaya dan munculnya atraksi-atraksi baru yang melibatkan para pemangku kepentingan termasuk di dalamnya peran dari biro perjalanan wisata.

Biro perjalanan wisata sebagai perusahaan layanan wisata mampu menyalurkan produk pariwisata kepada calon wisatawan dan sebaliknya calon wisatawan akan mendapatkan kemudahan dalam menjangkau produk tersebut.



Bisnis utama dalam usaha ini yaitu menawarkan layanan yang berkaitan dengan paket wisata, tiket perjalanan wisata dan layanan pembuatan dokumen perjalanan. Keberadaan biro perjalanan wisata telah berkontribusi terhadap daya saing Yogyakarta, namun di tengah semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan kondisi usaha layanan tersebut mengalami fluktuasi. Terdapat beberapa biro perjalanan wisata yang melakukan pengurangan pegawai bahkan hingga penutupan usaha. Kondisi permasalahan utama yang dihadapi oleh Turindo *Tour and Travel* yaitu adanya perkembangan kemajuan teknologi seperti *online travel agent* atau *virtual hotel operator*, yang keberadaannya telah merubah pola konsumsi wisatawan. Adanya kecenderungan calon wisatawan memesan atau membeli produk wisata secara online hingga trend ketatnya persaingan bisnis antara biro perjalanan wisata telah membuat Turindo *Tour and Travel* melakukan promosi secara maksimal, namun jumlah penjualan yang didapatkan Turindo tidak sebanding dengan upaya yang telah dilakukan. Berdasarkan pemikiran dan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk menyusun penelitian dengan judul **“Strategi Promosi Turindo *Tour and Travel* Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan”**.

## **B. Fokus Masalah**

Strategi promosi merupakan bagian yang penting dari biro perjalanan wisata karena strategi merupakan hal yang paling penting dari sebuah bisnis di buat, dengan strategi yang baik akan berdampak ke jumlah penjualan yang di dapat dari sebuah perusahaan. Turindo *Tour and Travel* telah melakukan

promosi namun tidak sebanding dengan upaya yang telah dilakukan. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti memfokuskan masalah yaitu, Bagaimana strategi promosi Turindo *Tour and Travel* dalam meningkatkan jumlah penjualan.

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi Turindo *Tour and Travel* dalam meningkatkan penjualan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat bermanfaat bagi pembaca. Adapun beberapa manfaat dari penelitian ini adalah:

#### 1. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi pihak Marketing Turindo *Tour and Travel* dalam mempromosikan segala hal yang dijual Turindo *Tour and Travel*.

#### 2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber data, informasi dan literatur bagi kegiatan-kegiatan penelitian ilmiah selanjutnya.