

ABSTRAK

M. MAULANA MALIK I. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Paket Wisata di PT Glory *Tour & Travel*. Program Diploma IV Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Pariwisata Negeri Lombok.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apa saja strategi promosi dalam meningkatkan penjualan paket wisata dan program-program yang telah dilakukan oleh PT Glory *Tour & Travel* dalam mempromosikan dan menjual produk paket wisatanya kepada konsumen dan faktor-faktor penghambat dalam promosi yang dilakukan. Penulisan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif karena peneliti ingin membahas suatu fenomena dalam dunia bisnis pariwisata yaitu strategi promosi dalam meningkatkan penjualan paket wisata di PT Glory *Tour & Travel*. Metode penelitian menggunakan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan literatur. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis reduksi data, model data (*data display*), dan penarikan/verifikasi kesimpulan untuk mencari mengapa jumlah penjualan paket wisata yang ada di PT Glory *Tour & Travel* mengalami penurunan serta melakukan promosi produk paket wisata yang ada di PT Glory *Tour & Travel* untuk meningkatkan jumlah penjualan paket wisata. Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan dari hasil analisis reduksi data, model data (*data display*), dan penarikan/verifikasi kesimpulan yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan paket wisata dikarenakan dalam melakukan promosi produk paket wisata, PT Glory *Tour & Travel* tidak menggunakan periklanan dan *personal selling* dalam promosi paket wisata yang dimilikinya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut adapun strategi promosi paket wisata yang diterapkan di PT Glory *Tour & Travel* yaitu: Strategi penciptaan dan pengembangan paket wisata, Strategi promosi melalui periklanan, *personal selling* serta meningkatkan relasi dengan *travel agent* yang lain. Kesimpulan dari pembahasan yang diteliti maka diperoleh beberapa saran yang dapat diterapkan kepada PT Glory *Tour & Travel*, antara lain: PT Glory *Tour & Travel* harus meningkatkan hubungan relasi dengan *travel agent* yang lain melakukan promosi melalui periklanan dan *personal selling* untuk menginformasikan produk wisata yang dimiliki kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengenal paket wisata yang dimiliki PT Glory *Tour & Travel* dan mengembangkan paket wisatanya sekreatif mungkin.

Keyword : Strategi, Promosi, Paket Wisata, *Travel agent*

ABSTRACT

M. MAULANA MALIK I. *Promotion Strategy in Increasing Tour Package Sales at PT Glory Tour & Travel Diploma IV Tourism Business Tourism Polytechnic Program in Lombok.*

The purpose of this research is to find out what promotion strategies in increasing sales of tour packages and programs that have been carried out by PT Glory Tour & Travel in promoting and selling tourism package products to consumers and inhibiting factors in the promotion. The writing of this study uses descriptive qualitative methods because researchers want to discuss a phenomenon in the world of tourism business, namely the promotion strategy in increasing sales of tour packages in PT Glory Tour & Travel. The research method uses data collection techniques with observation, interviews, documentation and literature. The data obtained were then analyzed using data reduction analysis, data models (display data), and drawing conclusions / verification to find out why the number of tour package sales in PT Glory Tour & Travel has decreased and promotion of tour package products in PT Glory Tour & Travel to increase the number of tour package sales. Based on the results of the discussion that has been described from the results of data reduction analysis, data data, and drawing conclusions / verification that led to a decrease in sales of tour packages due to promotion of travel package products, PT Glory Tour & Travel does not use advertising and personal selling in the promotion of the tour packages it has. To overcome these problems, the tourism package promotion strategy implemented at PT Glory Tour & Travel, namely: Strategy for creating and developing tour packages, promotion strategies through advertising, personal selling and improving relations with other travel agents. The conclusion from the discussion studied, it was obtained several suggestions that can be applied to PT Glory Tour & Travel, including: PT Glory Tour & Travel must improve relations with other travel agents to promote through advertising and personal selling to inform tourism products they have. to consumers so that consumers can get to know the tour packages owned by PT Glory Tour & Travel and develop the tour packages as creatively as possible.

Keyword: Strategy, Promotion, Tour Package, Travel agent