

**TEKNIK PROMOSI PAKET WISATA RELIGI YERUSALEM DI PT. GREEN DELI  
HOLIDAYS TOUR & TRAVEL MEDAN**

*Krisna Gerda Simanjuntak*

**Afiliation : Departemen Usaha Perjalanan Wisata**

**Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung**

**email : [krisnagerda@gmail.com](mailto:krisnagerda@gmail.com)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul : Teknik Promosi Paket Wisata Religi Yerusalem Di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik promosi paket wisata religi Yerusalem dan kendala yang dihadapi dalam promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. Metode penelitian adalah deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah teknik promosi paket wisata rohani Yerusalem. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yaitu seluruh karyawan PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan (karena semua terlibat dalam kegiatan promosi) yang berjumlah 4 orang ditambah 1 orang pemilik. Pengumpulan data dengan cara penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan melalui wawancara dan observasi. Penelitian dilakukan di :PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. Jln. Menteng Raya No. 385B, Binjai, Medan Denai, Kota Medan. Website : [www. Greendeliholidays.co.id](http://www.Greendeliholidays.co.id) . Waktu penelitian dilakukan mulai tanggal 13 Agustus – 30 Agustus 2018. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa teknik promosi belum dilaksanakan secara maksimal. Teknik promosi yang belum dilaksanakan tersebut adalah kekurangan tenaga promosi dan tidak adanya *public relations* yang menjaga image perusahaan termasuk produk jasa yang dipasarkan. Tenaga promosi yang ada belum handal melakukan promosi. Kekurangan tenaga promosi ini disebabkan keterbatasan biaya. Pemasangan iklan belum dilakukan padahal iklan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Dalam hal penyediaan *sales support* sudah cukup baik karena selalu menyediakan brosur sebagai alat promosi. Perencanaan selalu dibuat sesuai prinsip sebelum promosi dilaksanakan. Hasil lain memperlihatkan bahwa penjualan paket wisata religi Yerusalem yang tidak mengalami peningkatan bukan karena penyusunan paket wisata karena penyusunan paket wisata religi Yerusalem sudah dilakukan semenarik mungkin dan sesuai kebutuhan. Kendala yang dihadapi dalam promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan adalah kurangnya tenaga promosi dan tidak adanya *public relation*. Tenaga promosi yang ada belum semua terampil mempengaruhi calon pelanggan agar mau membeli paket wisata religi Yerusalem. Kendala berikutnya adalah harga paket wisata religi Yerusalem bila dirupiahkan terbilang mahal sehingga mereka menunda atau tidak membeli paket tersebut dengan memilih paket wisata lain atau lebih mendahulukan memenuhi kebutuhan yang lebih penting.

**Kata kunci : Teknik promosi, paket wisata religi**

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini minat masyarakat untuk berwisata semakin bervariasi. Tidak hanya untuk refreshing tapi juga menambah pengetahuan baik dari aspek sejarah maupun kebudayaan masyarakat setempat. Bahkan kini wisata religi pun banyak diminati masyarakat. Karena ingin lebih mendekatkan diri kepada Tuhan dan ingin mengetahui sejarah perjalanan tokoh-tokoh dalam agama. Sebagian orang menganggap berwisata sudah menjadi kebutuhan setelah jenuh menjalani rutinitas sehari-hari yang menjemukan. Karena itu berwisata menjadi hal yang perlu dilakukan secara rutin. Perkembangan sektor pariwisata juga ditandai dengan semakin banyaknya berdiri biro travel untuk merespon minat masyarakat yang terus berkembang. Banyaknya biro travel yang berdiri menyebabkan tingkat persainganpun semakin tinggi. Oleh karena itu biro travel harus terus berupaya agar produk jasa yang akan dipasarkannya dapat dikenal oleh masyarakat. Salah satu upaya yang penting diperhatikan dalam memasarkan paket wisata adalah teknik promosi. Teknik promosi dilakukan baik kepada pelanggan yang sudah menggunakan jasa biro travel tersebut maupun kepada pelanggan potensial yaitu pelanggan yang diharapkan akan menggunakan jasa biro travel tersebut. Bila promosi berjalan dengan baik akan mendapatkan hasil yang maksimal dimana penjualan produk jasa bisa mencapai target yang ditentukan. Untuk itu biro travel harus memiliki tenaga promosi yang cukup dan handal. Sebaliknya bila biro travel tidak memiliki tenaga promosi yang cukup dan handal dibidangnya akan sulit mencapai target

penjualan jasa di bidang pariwisata. Padahal dari penjualan jasa inilah diharapkan sumber pemasukan bagi kelangsungan biro travel tersebut. Salah satu biro travel yang ada saat ini di kota Medan adalah PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. Adapun paket wisata yang dipasarkan adalah Wisata Bulan Madu, Wisata Budaya, Wisata Pengetahuan, Wisata Petualangan & dan Wisata Religi. Dalam hal ini PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan lebih memusatkan perhatiannya untuk memasarkan paket wisata religi ke Yerusalem karena semakin meningkatnya minat umat Kristen ingin mengetahui sejarah perjalanan hidup Tuhan Yesus, pengajaran tentang kekeristenan disamping untuk penyegaran dengan melihat keindahan alam. Dan berwisata sudah menjadi kebutuhan bahkan mmenjadi gaya hidup seseorang. Penjualan paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan pada tahun 2016-2017 tidak mengalami peningkatan, tetap hanya terjual 25 paket. Dan tahun-tahun sebelumnya juga jauh lebih sedikit. Hal ini dikarenakan teknik promosi yang belum dijalankan dengan baik karena kurangnya jumlah tenaga maupun keahlian dalam hal promosi dapat menyebabkan penjualan paket wisata tidak sesuai target yang diharapkan. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul : **“Teknik Promosi Paket Wisata Religi Yerusalem Di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan.”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi rumusaan masalah dalam penelitian iini adalah :

1. Bagaimana teknik promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui teknik promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### Manfaat Teoritis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata khususnya bidang usaha perjalanan wisata. Dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi penelitian-penelitian lanjutan khususnya, di Akademi Pariwisata dan Perhotelan Darma Agung, Medan

#### Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi masukan bagi PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan agar dapat memperbaiki teknik promosinya guna mendapatkan hasil penjualan yang lebih maksimal dan agar mengetahui kendala yang mereka hadapi saat memasarkan paket wisata religi Yerusalem sekaligus mencari upaya menangani kendala yang dihadapi tersebut.

## BAB II URAIAN TEORETIS

### 2.1 Teknik Promosi

Promosi dapat diartikan sebagai upaya untuk memberitahu, membujuk atau mengingatkan agar potential-customer atau pedagang perantara terpikirkan untuk melakukan sesuatu {Yoeti, 2013: 186}. Melakukan sesuatu maksudnya agar mereka tertarik sehingga dapat membeli atau menggunakan produk jasa yang dipromosikan oleh perusahaan. Dalam hal melakukan promosi tersebut agar tujuan tercapai dimana potential customer tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang dipromosikan, maka diperlukan teknik atau cara yang jitu, efisien dan efektif. Dalam hal mempengaruhi orang atau calon pelanggan, pelanggan agar kembali menggunakan jasa yang ditawarkan maupun pedagang perantara agar mereka tertarik dengan produk jasa yang ditawarkan maka peranaan komunikasi sangat diperlukan.

#### 2.1.1 Alat Promosi

Menurut Yoeti, (2013: 188) ada tiga alat promosi (promotion Instrumens) yang berhubungan dengan komunikasi yang paling sering digunakan dalam hal pemasaran, yaitu :

##### 1. Advertising

*Advertising* atau iklan merupakan suatu cara yang tepat untuk memberitahukan hasil produk kepada konsumen yang sama sekali belum mereka kenal. Keuntungan menggunakan *advertising* dapat menjangkau banyak orang melalui media massa seperti surat kabar, majalah, tv, radio dan bioskop. Dalam kepariwisataan selain *advertising* melalui media massa, *advertising* lain yang memiliki peranan

besar dalam promosi kepariwisataan, yaitu:

a. *Outdoor Travel Advertising*

Sifatnya statis. Ditempatkan pada tempat-tempat yang dianggap strategi di sepanjang jalan, mulai dari *airport*, stasiun, terminal, *shopping center*.

b. *Point of Sales Advertising*

Pembuatannya disesuaikan dengan tempat dimana “pesan” iklan dimuat. Biasa terbuat dari karton dibentuk dengan macam-macam cara, yang diletakkan di meja atau digantung dalam ruangan kantor, di jendela, atau berupa *traveling bag*, *ball-poin*, map atau untuk tempat menyimpan dokumen perjalanan.

2. *Sales support*

*Sales support* dapat diartikan sebagai bantuan pada penjual dengan memberikan semua bentuk *promotion material* yang direncanakan untuk diberikan pada umum atau *travel trade* yang khusus ditunjuk sebagai perantara. Kegiatan ini dibuat secara lengkap dan mendetail semua informasi tentang transport, akomodasi, bar dan restoran,, hiburan, atraksi dan *souvenir shop*. Diantara *sales support* yang banyak digunakan adalah :

- Brosur
- *Direct mail materials*
- *Folder*
- *Leaflets*
- *Booklets*
- *Guide-book*
- *Display materials*

3 *Public Relation*

*Public relation* atau lebih di kenal dengan hubungan masyarakat bertugas mengelola *corporate brand* dan menjaga reputasi

perusahaan agar tetap baik di mata konsumen pada masa yang akan datang (Suwatno, 2017: 90). *Public relation* bertugas memelihara hubungan dengan dunia luar perusahaan, memberi informasi yang diperlukan oleh konsumen dan mengusahakan agar ada kesan baik terhadap perusahaan sehingga mempunyai goodwill dalam masyarakat (Yoeti, 2013: 194).

**2.1.2 Prinsip dalam Perencanaan Kegiatan Promosi**

Ada 5 prinsip yang perlu diikuti dalam perencanaan kegiatan promosi, yaitu :

1. Tentukan target yang hendak dicapai
2. Ciptakan dan rumuskan *promotion messages* yang akan dilancarkan.
3. Pilih atau seleksilah *communication channel* dan *mass media* yang akan digunakan
4. Sediakan *promotion budget* untuk memperlancar kegiatan promosi dalam bermacam-macam pasar.
5. Buatlah program pelaksanaan promosi yang akan dilakukan. (Yoeti, 2013: 197)

**2.2 Biro Perjalanan Wisata**

Desky ( 2001 : 2 ) mengatakan bahwa biro perjalanan wisata adalah suatu usaha jasa yang melayani dan mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan perjalanan wisata. Hampir sama dengan biro perjalanan wisata adalah agen perjalanan. Menurut Yoeti (2001 : 29) bahwa agen perjalanan wisata adalah suatu perusahaan yang kegiatannya sebagai perantara dalam memesan tiket, angkutan udara, laut, darat serta pemesanan akomodasi, restoran dan sarana wisata lainnya, mengurus dokumen perjalanan dan menjual paket-paket wisata yang di buat oleh biro perjalanan wisata. Dari pendapat para ahli

di atas dapat disimpulkan bahwa biro perjalanan wisata adalah suatu usaha jasa pelayanan wisata yang merencanakan dan menyelenggarakan perjalanan orang-orang yang ingin berwisata dan mengurus segala keperluan yang terkait dengan perjalanan tersebut.

### 2.3 Paket Wisata

Dipandang dari sudut pengertiannya menurut Utama ( 2017 : 173 ) bahwa paket wisata diartikan sebagai suatu perjalanan dengan satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta di jual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata. Sejalan dengan itu menurut Desky ( 2001 : 23 ) bahwa paket wisata merupakan perpaduan beberapa produk wisata, minimal dua produk, yang dikemas menjadi satu kesatuan harga yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain “.

Dari kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian paket wisata adalah paket jadwal perjalanan wisata yang di buat oleh biro perjalanan wisata di dalamnya sudah terdapat fasilitas selama perjalanan berlangsung dengan harga yang sudah disesuaikan. Sementara berdasarkan jenisnya menurut tujuan dan pemakaiannya, paket wisata dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Paket Wisata *Inbound* yaitu sebuah paket wisata yang di rancang untuk konsumsi wisatawan mancanegara, dengan tujuan ke dalam negeri.
2. Paket Wisata *Outbound*, yaitu sebuah paket wisata yang dirancang untuk konsumsi wisatawan nusantara dengan tujuan perjalanan ke luar negeri.

### 2.4 Paket Wista Religi

Paket wisata religi atau wisata keagamaan termasuk paket wisata *outbound*. Paket wisata keagamaan (pilgrimage tour) yang merupakan paket perjalanan wisata untuk melakukan ibadah keagamaan. Jenis wisata ini sedikit banyaknya dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau sekelompok dalam masyarakat. Wisata ini banyak dilakukan oleh perorangan maupun rombongan ke tempat-tempat suci, seperti kunjungan ke Istana Vatikan di Roma bagi orang yang beragama Khatolik, ke Yerusalem bagi Kristen protestan, ke Tanah suci bagi umat Muslim, Umat beragama Budha ke tempat-tempat suci agama Budha di India Nepal Tibet dan sebagainya. Marpaung (2002 : 95) menyatakan bahwa wisata keagamaan, etnis dan nostalgia adalah jenis wisata yang erat kaitannya dengan wisatawan atau pengunjung yang memiliki latar belakang budaya, agama, etnis dan sejarah yang sama atau hal-hal yang pernah berhubungan dengan masa lalunya. Pendit (2002 : 42) menyatakan bahwa wisata pilgrim berkaitan dengan sejarah, adat istiadat dan agama umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ini dilakukan baik perorangan , rombongan menuju tempat-tempat suci, makam orang besar atau pemimpin yang diagung, tempat pemakaman tokoh yang dianggap sebagai manusia ajaib penuh legenda. Wisata pilgrim berhubungan dengan hasrat memperoleh restu dan keteguhan iman. Berdasarkan kedua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa wisata pilgrim berkaitan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau sekelompok dalam masyarakat, dan biasanya dilakukan oleh perorangan atau

rombongan ke tempat suci, ke makam orang besar atau orang yang di agungkan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi Penelitian dilakukan di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. Alamat Jln. Menteng Raya No. 385B, Binjai, Medan Denai, Kota Medan. Website : [www. Greendeliholidays.co.id](http://www.Greendeliholidays.co.id) . Waktu penelitian dilakukan mulai tanggal 13 Agustus – 30 Agustus 2018.

#### **3.2 Objek dan Subjek Penelitian**

##### **Objek penelitian**

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian kualitatif adalah variabel sesuai judul penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah “Teknik Promosi Paket Wisata Rohani Yerusalem Di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan”.

##### **Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian kualitatif disebut informan yaitu orang yang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakannya. Penentuan yang menjadi subjek atau informan memerlukan kerasionalan (Idrus, 2009; 92). Penentuan atau pemilihan informan dan jumlah informan dilakukan oleh peneliti sesuai kondisi di lapangan. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yaitu seluruh karyawan PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan (karena semua terlibat dalam kegiatan promosi) yang berjumlah 4 orang di tambah 1 orang pemilik usaha/komisaris.

#### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun metode penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan penulis sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*library research*) yaitu pengumpulan data melalui buku-buku yang berisi teori atau pendapat para ahli tentang tema yang akan dibahas dalam penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan (*field research*) yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara langsung kepada informan terkait yakni managing director, pegawai marketing dan tour serta melakukan observasi atau pengamatan langsung kelapangan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan.

#### **3.4 Jenis penelitian dan Analisis Data**

Jenis penelitian adalah deskripti. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yaitu proses pengolahan data melalui interpretasi yang didukung oleh teori. Analisis data kualitatif ini menggunakan data-data yang terkumpul berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, yang diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi (Kriyantono, 2006: 196)

### **BAB IV GAMBARAN UMUM PT. GREEN DELI HOLIDAYS TOUR & TRAVEL MEDAN**

#### **4.1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan dan Struktur Organisasinya.**

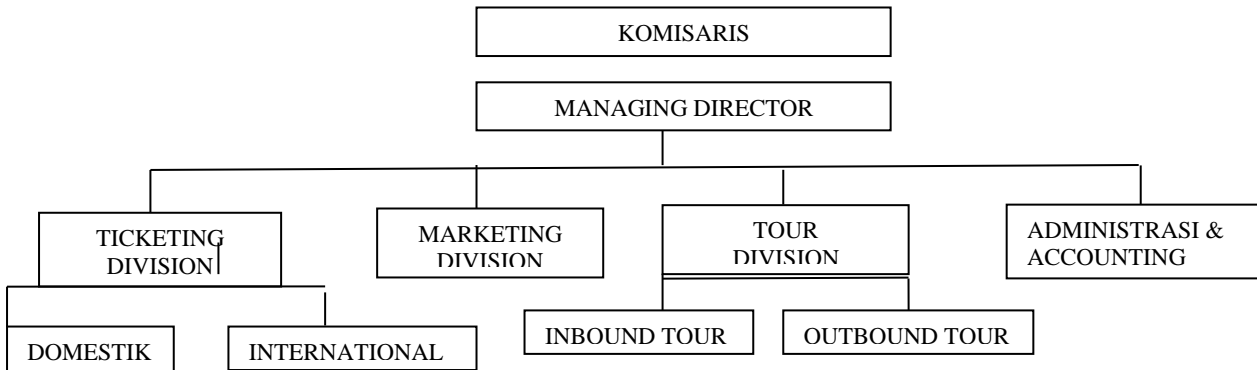
PT. Green Deli Holidays Tour & Travel didirikan dan disahkan di Medan, ibukota provinsi Sumatera Utara. Tepatnya pada tanggal 16 Februari 2011 dan sampai saat ini perusahaan tersebut sudah berdiri selama 7 (tujuh) tahun. Berlokasi di Jln.

Raya Menteng No. 385B ASPOL - Pasar Merah, Medan. Walau merupakan perusahaan yang cukup baru tetapi perusahaan tersebut tetap optimis untuk adalah dua lembar daun sirih yang identik dengan suku Simalungun yang memiliki arti tradisi masyarakat Simalungun dalam persekutuan dan kebersamaan yang saling melayani/menghormati dalam kedamaian demi kesejahteraan. Green yang artinya hijau merupakan warna kesukaan dari pemilik perusahaan ini, Deli adalah nama lain kota Medan dan identik dengan suku Melayu, Sehingga sang pemilik perusahaan berharap PT. Green Deli Tour & Travel Medan sama-sama dapat memajukan kota Medan agar tetap hijau, asri, aman, damai dengan berbagai macam suku bangsa di dalamnya dan memajukan pariwisata di kota Medan. Perusahaan ini buka setiap hari senin – sabtu : 08.15 – 17.00 WIB . Visi dan Misi PT. Green Deli

berprestasi, maju dan bersaing sehat di dunia industri pariwisata. Dan memberikan pelayanan terbaik untuk semua customernya. Lambang dari perusahaan ini Holidays Tour & Travel Medan. Visi : Menjadikan perusahaan biro perjalanan wisata terpercaya dan ternyaman bagi masyarakat luas dan berupaya menjadi rekan atau partner maupun mitra yang dapat diandalkan baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Misi : Berusaha mengenalkan, membangkitkan dan memajukan pariwisata di Indonesia, Medan Sumatera Utara khususnya. Sebagai perusahaan jasa yang terpercaya, berusaha menjaga nama baik, komitmen tinggi dan mampu mensejahterakan karyawan. Menciptakan suasana kerja senyaman mungkin, harmonis, team work, transparan, serta memiliki dedikasi tinggi dan integritas dalam berkarya.

**Struktur Organisasi PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan :**

**Gambar 4.1**



Sumber : PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan

**4.2 Produk Wisata PT Green Deli Holidays Tour & Travel Medan.**

Berikut adalah beberapa produk wisata yang dijual oleh PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan :

1. Paket wisata *inbound* adalah sebuah paket wisata yang di rancang untuk konsumsi wisatawan mancanegara, dengan tujuan kedalam negeri. Seperti 3D2N Lake Toba-Berastagi-Medan Tour, 2D1N Tangkahan Tour, Full Day Rafting Sei Bah Bolon, 3D2N

HoneymoonTour in Bali, 3D2N Bali Tour, 3D2N Lombok Tour dan sebagainya.

2. Paket wisata *outbound* adalah sebuah paket wisata yang dirancang untuk konsumsi wisatawan nusantara dengan tujuan perjalanan ke luar negeri. Seperti: - 5D4N Bangkok-Pattaya Tour, 3D2N Singapore Tour, 11D10N, Turkey Tour, 11 Hari Holyland Yerusalem Tour dan sebagainya.

**Paket Wisata Religi Yerusalem PT Green Deli Holidays Tour & Travel Medan : 11 Hari Holyland Yerusalem (Harga USD 2.250 ALL IN)**

Itinerary :

**Hari 01** : MEDAN/JAKARTA-KUALA LUMPUR (\*MM)

**Hari 02** : CAIRO (\*MP/MM) Tiba di CAIRO

**Hari 03** : OLD CAIRO (\*MP/MS/MM)

**Hari 04** : CAIRO – ST.CATHERINE – GUNUNG SINAI (\*MP/MS/MM)

Sarapan pagi di Hotel, berangkat menuju ST.CATHERINE untuk mengunjungi GUNUNG SINAI, dimana Musa menerima 2 LOH BATU 10 HUKUM TAURAT.Perjalanan panjang melalui MATA AIR MARA (Kel 15:22-27). Mujizat dimana Musa mengubah air pahit menjadi manis. Dalam perjalanan ini akan melewati TERUSAN SUEZ yang berada di bawah laut. Melewati ELIM, dimana orang Israel mengalahkan suku Amalek (kel : 17:8-16). Tiba sore hari dan check-in Hotel. Kemudian berangkat menuju GUNUNG SINAI untuk melihat tempat Musa menerima 10 Loh Batu dan menikmati matahari terbenam. Kembali ke hotel dan makan malam di hotel.

**Hari 05** : ST.CATHERINE – TABA GATEWAY – ELIAT JERUSALEM (\*MP/MS/MM)

**Hari 06** : JERUSALEM – BETHLEHEM ( ALL CHURCH) (\*MP/MS/MM)

**Hari 07** : JERUSALEM – KOTA JERICO – QUMRAN – LAUT MATI (\*MP/MS/MM)

**Hari 08** : JERUSALEM- KOTA HAIFA – CANA – NAZARETH- TIBERIAS (ALL CHURCH)(\*MP/MS/MM)

**Hari 09** : TIBERIAS- MT.TABOR-DANAU GALILEA-SUNGAI YORDAN (ALL CHURCH) (\*MP/MS/MM)

**Hari 10** : TIBERIAS – SHEIKHUSSEIN BRIDGE – JORDAN – GUNUNG NEBO – AIRPORT (\*MP/MS) Hari 11 : KUALA LUMPUR – MEDAN/JAKARTA Tiba di Kuala Lumpur, kemudian dilanjutkan penerbangan menuju kota tujuan masing-masing para peserta.

**Harga Paket Wisata Religi Yerusalem sudah termasuk :**

1. Tiket pesawat Ekonomi Class (pergi-pulang) + Airport Tax Internasional, starting MEDAN by MALAYSIA AIRLINES & EMIRATES AIRLINES/QATAR AIRWAYS
2. Transportasi Bus pariwisata Full AC & Free WIFI
3. Akomodasi Hotel sesuai program Tour (Minimal setaraf \*4 dan \*5)
  - ❖ HOTEL CAIRO: HILTON RAMSES / FAIRMONT/ LE MEREDIEN atau Setaraf (\*5)
  - ❖ HOTEL SHARM EL SHEIKH: SOL SHARM/HILTON atau setaraf (\*5)
  - ❖ HOTEL ST.CATHERINE : MORGANLAND / PLAZA atau setaraf (\*4)
  - ❖ HOTEL BETHLEHEM : GRAND PARK HOTEL /



ORIENT PALACE atau Setaraf (\*4)

❖ HOTEL TIBERIAS :  
LEONARDO HOTEL / ROYAL  
PLAZA/ REALSTAL atau setaraf (\*4)

4. Makan pagi, siang dan malam sesuai program tour
5. Di pimpin seorang pendeta/pastor
6. Di pimpin tour leader dari Medan
7. Pemandu wisata (local guide) yang friendly, berpengalaman & berbahasa Indonesia, kecuali di Amman Jordan, pemandu berbahasa inggris
8. All Visa (Mesir, Israel dan Jordan )
9. Border Taxes Taba
10. Tour & Entrance Free sesuai program Tour
11. Nile Cruise 4 star cruise (Aquarius atau yang setaraf ) + Belly Dance Show.
12. Asuransi perjalanan selama tour (tidak dapat di claim, jika peserta ada sakit bawaan)
13. Tipping pemandu wisata (Local Guide) & ass. guide, driver, porter airport dan hotel , restaurant selama tour (kecuali porter toba Gateway perbatasan).

#### **Harga Paket Wisata Religi Yerusalem belum termasuk :**

1. Biaya pembuatan passpor Baru atau perpanjang ( masa berlaku passport 7 bulan sebelum expired)
2. Biaya kelebihan Bagasi (Over Baggage)
3. Optional Tour atau Tambahan : Tour Hermon, perta jordan, dll
4. Foto Group
5. Biaya pengeluaran pribadi ( Telephone, Mini bar, Room service, Laundry dll)
6. Porter taba Gateway perbatasan

7. Makan dihari terakhir (Hari ke-11)

8. Semua hal-hal yang tidak disebutkan dalam paket tour Paket wisata ini termasuk paket fullboard yang mana didalamnya sudah termasuk makan pagi, siang dan malam selama tour berlangsung dan cara penyajian makanan biasanya menggunakan buffey style (mengambil sendiri makanan yang diinginkan di meja yang sudah disediakan).

## **BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN**

### **5.1 Teknik Promosi Paket Wisata Religi di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan.**

Promosi sebaiknya dilakukan secara maksimal baik dari sudut kualitas maupun kuantitas. Hal ini dimaksudkan agar target penjualan dapat dicapai. Karena itu dibutuhkan tenaga-tenaga yang handal agar dapat melakukan promosi secara berkualitas yaitu memiliki kemampuan untuk memberitahukan informasi tentang paket wisata religi Yerusalem yang sedang dipasarkan, kemudian membujuk agar mereka tertarik sehingga dapat membeli atau menggunakan paket wisata religi yang dipromosikan. Demikian juga dengan pelanggan yang sudah menggunakan jasa atau pernah membeli paket wisata religi Yerusalem ini perlu diingatkan kembali agar mau membeli kembali atau setidaknya menginformasikan kepada keluarga dan sahabat-sahabat mereka.

Disamping itu secara kuantitas promosi harus dilakukan sesering mungkin. Atau dengan kata lain dilakukan secara terus-menerus dengan gencar untuk meraih pelanggan atau pembeli lebih banyak. Karena kita tidak tahu kapan saja seseorang melihat iklan atau informasi tentang paket wisata religi yang sedang

kita promosikan. Sekalipun produk jasa yang kita tawarkan berkualitas namun bila promosinya tidak maksimal bisa menjadi sia-sia. Namun sebaliknya, produk jasa yang biasa-biasa yang ditawarkan bila dilakukan promosi yang maksimal dapat mencapai target penjualan yang maksimal. Karena itu tenaga promosi sangat berperan dalam mendukung pencapaian target penjualan. Dari hasil penelitian di lapangan setelah melakukan wawancara dan observasi PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan belum melakukan teknik promosi yang maksimal (Jitu, efisien dan efektif), baik dari sudut kualitas maupun kuantitas. Hal ini bisa dilihat dari tabel di bawah ini.

**Tabel 5.1**

**Tanggapan Informan Tentang Pelaksanaan Teknik Promosi Paket Wisata Religi Yerusalem Di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan**

Jawaban Informan	Jumlah informan
Ya, sudah maksimal	1 orang
Belum maksimal	4 orang
Total	5 orang

Sumber : Hasil olahan data 2018

Dari tabel di atas terlihat bahwa yang mengatakan teknik promosi sudah dilaksanakan secara maksimal hanya 1 orang sementara yang menjawab belum maksimal ada 4 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teknik promosi belum dilaksanakan secara maksimal di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. Menurut pendapat informan yang menjawab belum dilaksanakan secara maksimal adapun yang menjadi penyebab belum dilaksanakan secara maksimal karena kurangnya tenaga promosi. Dan tenaga promosi yang ada belum memiliki kemampuan yang handal untuk melakukan promosi untuk mempengaruhi orang agar

tertarik membeli paket wisata religi Yerusalem. Hal ini sejalan dengan hasil observasi terhadap jumlah karyawan yang ada yaitu hanya 4 orang. Karena sedikitnya jumlah karyawan sehingga semua karya dilibatkan dalam kegiatan promosi. Tetapi tugas utama yang melakukan promosi adalah bagian tour (*tour division*). Karyawan resepsionis juga tidak ada di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. Padahal resepsionis merupakan salah satu alat promosi yang memiliki peran penting untuk menjalin hubungan dengan pelanggan dan menjaga nama baik perusahaan agar tetap dipercaya. Disamping karena kurangnya tenaga kerja teknik promosi belum dilaksanakan maksimal karena keterbatasan biaya baik untuk menggaji tenaga kerja maupun untuk biaya kegiatan promosi. Alat promosi menjadi bagian penting dalam kegiatan promosi. Selain resepsionis salah satu alat promosi yang sering digunakan adalah iklan (*advertising*). Di bawah ini adalah tanggapan informan tentang penggunaan iklan paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan di media cetak dan elektronik.

**Tabel 5.2**

**Tanggapan Informan Tentang Pemasangan Iklan Paket Wisata Religi Yerusalem Di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan**

Jawaban Informan	Jumlah informan
Ya, sering	0 orang
Kadang-kadang	1 orang
Belum pernah	4 orang
Total	5 orang

Sumber : Hasil olahan data 2018

Dari tabel di atas terlihat bahwa pemasangan iklan paket wisata religi Yerusalem PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan di media cetak dan

elektronik belum dilaksanakan secara maksimal. Terlihat dari tidak ada informan yang menjawab ya. Sedangkan yang menjawab kadang-kadang 1 orang. Dan yang menjawab belum pernah 5 orang. Padahal pemasangan iklan melalui media elektronik dan media cetak dapat menjangkau lebih banyak orang.. Adapun penyebab tidak maksimalnya pemasangan iklan melalui media cetak dan elektronik menurut informan adalah dikarenakan keterbatasan biaya. Pemasangan iklan sebenarnya juga bisa dilakukan secara *out door* seperti di tempat-tempat yang strategis misalnya di sepanjang jalan raya, di bandara udara, di stasiun, di terminal, pusat perbelanjaan dan lain-lain. Namun menurut ke lima informan hal ini juga belum pernah dilakukan. Namun masih ada alat promosi lain yang dapat digunakan selain *advertising* (iklan) dan resepsionis yaitu *Sales support* sebagai bantuan pada penjual dengan memberikan semua bentuk *promotion material* yang direncanakan untuk diberikan pada umum atau *travel trade* yang khusus ditunjuk sebagai perantara. Bantuan kepada penjual ini dibuat secara lengkap dan mendetail tentang informasi transport, akomodasi, bar dan restoran,, hiburan, atraksi dan *souvenir shop*. Bentuk *sales support* yang sering digunakan adalah :

- Brosur
- *Direct mail materials*
- Folder
- *Leaflets*
- *Booklets*
- *Guide-book*
- *Display materials*

Dari hasil wawancara dan observasi di lapangan kepada informan tentang penyediaan *sales support* dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5.3**  
**Tanggapan Informan Tentang**  
**Penyediaan *Sales Support* Paket Wisata**  
**Religi Yerusalem Di PT. Green Deli**  
**Holidays Tour & Travel Medan**

Jawaban Informan	Jumlah informan
Ya, ada disediakan	5 orang
Tidak disediakan	0 orang
Total	5 orang

Sumber : Hasil olahan data 2018

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan telah menyediakan *sales support*. Terlihat dari 5 orang informan ke limanya menjawab ya, ada *sales support*. Menurut mereka *sales support* yang disediakan adalah dalam bentuk brosur yang dibagikan kepada perorangan, kelompok-kelompok maupun organisasi seperti sekolah, gereja dan kantor-kantor swasta maupun pemerintah. Brosur ini juga sering dipasang pada akun media sosial PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan dan akun media sosial seluruh karyawan dan pemilik usaha.. Karena semua ikut mempromosikan paket wisata religi Yerusalem tersebut. Adapun media sosial yang sering di jadikan tempat pemasangan brosur tersebut adalah *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, dan *messenger*. Dalam hal pelaksanaan promosi ada baiknya dilakukan perencanaan terlebih dahulu. Perencanaan kegiatan promosi sebaiknya mengacu kepada prinsip-prinsip yaitu menentukan target pencapaian, menciptakan dan meumuskan *promotion messages* yang akan dilancarkan, memilih *communication channel* dan *mass media* yang akan digunakan, menyediakan *promotion budget* untuk memperlancar kegiatan promosi dalam bermacam-macam pasar dan membuat

program pelaksanaan promosi. Dalam hal pelaksanaan perencanaan kegiatan promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan sudah termasuk cukup baik. Hal ini dapat kita lihat dari hasil penelitian di lapangan yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5.4**  
**Tanggapan Informan Tentang**  
**Perencanaan Kegiatan Promosi Paket**  
**Wisata Religi Yerusalem Di PT. Green**  
**Deli Holidays Tour & Travel Medan**

<b>Jawaban Informan</b>	<b>Jumlah informan</b>
Ya, direncanakan	4 orang
Tidak direncanakan	1 orang
Total	5 orang

Sumber : Hasil olahan data 2018

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa empat orang informan mengatakan bahwa kegiatan promosi dilaksanakan dengan adanya perencanaan terlebih dahulu. Hanya satu orang yang menjawab tidak direncanakan. Adapun alasan informan mengatakan ada perencanaan terlebih dahulu sebelum pelaksanaan kegiatan promosi karena adanya penetapan target yang akan dicapai, penyusunan pesan lewat brosur maupun alat promosi yang lain, media yang akan digunakan untuk promosi dan biaya yang akan digunakan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa adanya perencanaan dalam pelaksanaan kegiatan promosi Promosi Paket Wisata Religi Yerusalem Di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan

## **5.2 Kendala Yang Dihadapi Dalam Promosi Paket Wisata Religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan.**

Promosi menjadi bagian penting dalam pemasaran. Dengan promosi yang maksimal diharapkan target penjualan dapat tercapai. Namun dalam kenyataannya tak jarang dijumpai kendala dalam pelaksanaan promosi. PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan telah melakukan promosi walau belum maksimal. Dalam pelaksanaan promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan ada beberapa kendala yang di hadapai. Hal ini dapat kita lihat dari tabel dan uraian dibawah ini :

**Tabel 5.5**  
**Tanggapan Informan Tentang Kendala**  
**dalam Promosi Paket Wisata**  
**Religi Yerusalem Di PT. Green Deli**  
**Holidays Tour & Travel Medan**

<b>Jawaban Informan</b>	<b>Jumlah informan</b>
Ya, ada kendala	5 orang
Tidak ada kendala	0 orang
Total	5 orang

Sumber : Hasil olahan data 2018

Dari tabel di atas terlihat bahwa sebanyak 5 orang informan mengatakan ada kendala yang dihadapi dalam melaksanakan teknik promosi paket wisata reilgi Yerusalem di PT Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. Menurut informan adapun kendala yang dihadapi adalah kurangnya karyawan yag bertugas sebagai tenaga promosi. Hal ini dikarenakan keterbatasan biaya yang dimiliki oleh perusahaan. Dan karyawan yang ada belum terampil sehingga tidak selalu dapat mempengaruhi orang untuk membeli paket wisata religi Yerusalem. Selain itu harga paket wisata religi Yerusalem bila dirupiahkan masih

termasuk mahal sementara kebutuhan hidup yang lain yang penting masih ada sehingga sebagian mengalihkan membeli paket wisata lain yang lebih terjangkau bagi mereka. Atau menunda untuk membeli paket wisata religi Yerusalem. Bahkan ada yang tidak mau membeli karena lebih mendahulukan memenuhi kebutuhan hidup lain yang dirasa lebih penting. Penyusunan paket wisata sebaiknya dibuat semenarik mungkin sehingga dapat memenuhi harapan, kebutuhan atau keinginan pelanggan. Sehingga paket wisata yang dipasarkan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan demikian pelanggan dapat membeli paket wisata yang ditawarkan oleh biro perjalanan wisata. Apabila paket wisata yang ditawarkan tidak menarik pelanggan tidak akan membeli paket wisata yang ditawarkan sehingga target penjualan tidak tercapai. Dalam hal penyusunan paket wisata religi Yerusalem PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan sudah melakukannya dengan sebaik dan semenarik mungkin. Hal ini dapat dilihat dari jawaban informan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5.6**

**Tanggapan Informan Tentang  
Penyusunan Paket Wisata  
Religi Yerusalem Di PT. Green Deli  
Holidays Tour & Travel Medan**

Jawaban Informan	Jumlah informan
Sangat baik	4 orang
Baik	1 orang
Tidak baik	0 orang
Total	5 orang

Sumber : Hasil olahan data 2018

Dari tabel di atas memperlihatkan bahwa ada empat orang informan yang mengatakan bahwa penyusunan paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli

Holidays Tour & Travel Medan sudah sangat baik, satu orang mengatakan baik dan tidak ada informan yang mengatakan tidak baik. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa penyusunan paket wisata religi Yerusalem sudah sangat baik dan menarik. Adapun alasan informan mengatakan penyusunan paket wisata tersebut sangat baik dan menarik karena disusun dengan rute yang lengkap untuk dijalani tempat-tempat yang dulu disinggahi Yesus dan melakukan mujizat dan tempat-tempat tersebut tertulis dalam Alkitab (Injil). Disamping itu adanya fasilitas penginapan dan transportasi yang baik atau cukup memadai. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan paket wisata religi Yerusalem tidak mengalami peningkatan bukan karena paket wisata yang ditawarkan tidak menarik tetapi karena alasan-alasan yang sudah disebutkan di atas.

**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

**6.1 Kesimpulan**

Dari uraian-uraian di atas dapat di tarik kesimpulan, yaitu :

1. Teknik promosi belum dilaksanakan secara maksimal sebagaimana mestinya sehingga penjualan paket wisata religi Yerusalem tidak mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Adapun teknik promosi yang belum dilaksanakan tersebut adalah kurangnya jumlah tenaga promosi termasuk dalam hal tidak adanya tenaga *public relations* yang memiliki peran penting dalam menjaga image perusahaan termasuk produk jasa yang dipasarkan perusahaan. Tenaga promosi yang adapun belum termasuk handal dalam hal melakukan promosi. Kekurangan tenaga promosi ini disebabkan keterbatasan biaya di perusahaan untuk

menggaji karyawan dalam jumlah yang lebih banyak. Pemasangan iklan yang belum dilakukan padahal iklan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Hal ini juga dikarenakan faktor keterbatasan biaya. Sedangkan dalam hal penyediaan *sales support* PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan dalam hal ini sudah cukup baik karena selalu menyediakan brosur sebagai alat promosi. Dan dalam hal perencanaan juga sudah sangat baik karena selalu melakukan perencanaan sesuai prinsip sebelum promosi dilaksanakan. Penjualan paket wisata religi Yerusalem yang tidak mengalami peningkatan bukan karena penyusunan paket wisata karena penyusunan paket wisata religi Yerusalem sudah dilakukan semenarik mungkin dan sesuai kebutuhan.

2. Kendala yang dihadapi dalam promosi paket wisata religi Yerusalem di PT. Green Deli Holidays Tour & Travel Medan. adalah kurangnya tenaga promosi termasuk tidak adanya bagian *public relation* yang memiliki peran penting menjaga image dan produk jasa yang dipasarkan. Tenaga promosi yang ada belum semua terampil dalam mempengaruhi calon pelanggan agar mau membeli paket wisata religi Yerusalem. Kendala berikutnya adalah harga pake wisata religi Yerusalem bila dirupiahkan terbilang mahal sehingga mereka menunda atau bahkan tidak membeli paket tersebut dengan memilih paket wisata lain atau lebih mendahulukan memenuhi kebutuhan yang lebih penting.

## 6.2 Saran

Adapun yang menjadi saran dari penulis adalah sebagai berikut :

1. Tenaga promosi ditambah agar lebih banyak yang melakukan promosi dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan. Penambahan tenaga kerja sebaiknya dengan mempertimbangkan kriteria yang dibutuhkan yaitu tenaga kerja yang telah memiliki wawasan di bidang pariwisata khususnya usaha perjalanan wisata sehingga diharapkan mereka lebih terampil dalam hal melakukan promosi paket wisata religi yang akan dipasarkan.
2. Mengadakan pelatihan atau setidaknya pengarahan-pengarahan kepada karyawan tentang cara-cara melakukan promosi yang maksimal (jitu, efisien dan efektif).
3. Sebaiknya dilakukan pemasangan iklan agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.
4. Untuk meminimalisir kendala akan harga paket wisata religi Yerusalem yang terbilang mahal bagi calon pelanggan sebaiknya dibuat sistem pembayaran cicilan dalam jangka waktu tertentu. Atau dengan cara mengurangi jumlah hari dalam perjalanan wisata tersebut sehingga dapat mengurangi biaya akomodasi, transportasi dan penginapan di hotel. Misalnya dengan membuat paket perjalanan wisata religi Yerusalem menjadi 5-7 hari.

## Daftar Pustaka

- Desky, M.A., 2001. *Pengantar Bisnis Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta, Adicipta Karya Nusa .
- Idrus, Muhammad, 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta, Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta, Kencana Prenada Group
- Marpaung, Happy, 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*, Bandung, Alfabeta. Offset

Pendit, Nyoman S. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta, Pradnya Paramita  
Suwatno, 2017. *Komunikasi Pemasaran Kontekstual*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media.

Utama, I Gusti Bagus Rai, 2017. *Pemasaran Pariwisata*, Yogyakarta, C.V Andi Offset  
Yoeti, Oka A., 2013. *Pemasaran Pariwisata*, Bandung, Angkasa Bandung.  
----- 2001. *Tour & Travel Management*, Jakarta, Pradnya Paramita