

STRATEGI PENJUALAN PAKET WISATA LUAR NEGERI/
OUT BOUND TOUR DI BIRO PERJALANAN WISATA
PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO, SURABAYA

TUGAS AKHIR

Fis Pw 28/06

Lin

s



OLEH :

ROSE LINA

NIM : 070210964-S

**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A**

Semester Gasal Tahun 2005/2006

STRATEGI PENJUALAN PAKET WISATA LUAR NEGERI/
OUT BOUND TOUR DI BIRO PERJALANAN WISATA
PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO, SURABAYA

TUGAS AKHIR

**Sebagai Syarat Untuk Menempuh Gelar Ahli Madya
Pada Program Studi D-III Pariwisata
Universitas Airlangga**

OLEH :

ROSE LINA

NIM : 070210964-S

**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A**

Semester Gasal Tahun 2005/2006

Lembar Persetujuan :

Setuju Untuk Diujikan

Surabaya, 22 Desember 2005

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Edwin S. Sos', written in a cursive style.

Edwin Fiatiano S. Sos

Nip. 132208716

Lembar Pengesahan :

Tugas Akhir Ini Berhasil Dipertahankan

Di Hadapan Dosen Penguji Pada Tanggal 11 - Januari - 2006

Dosen Penguji Terdiri Dari :

Dosen Penguji I :



Edwin Fiatiano S. Sos

Nip. 132208716

Dosen Penguji II :



M. Nurdin S. Sos. M. Si

Nip. 132230972

ABSTRAK

Biro Perjalanan Wisata PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO atau yang lebih dikenal dengan nama TARA TOUR yang telah berdiri selama 18 tahun di Jakarta kini telah membuka cabang baru di Surabaya yang baru berdiri kurang lebih 1 tahun ini menawarkan produk paket wisata luar negeri. Paket luar negeri yang ditawarkan ini beraneka ragam daerah tujuan wisatanya, mulai dari Asia, Australia, Amerika, Afrika dan bahkan juga menawarkan wisata pesiar ke berbagai tempat dan lokasi di mancanegara.

Dalam penelitian tugas akhir kali ini, penulis berusaha untuk mengangkat permasalahan Strategi Penjualan Paket Wisata Luar Negeri yang dimiliki oleh PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penjualan yang akan digunakan serta hambatan apa sajakah yang ditemui dan juga bagaimana jalan keluar yang akan dipakai dalam mengatasi hambatan tersebut.

Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode observasi, wawancara dan bahan dokumen sebagai sarana untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan, dan dalam penelitian ini penulis memilih informan yaitu Branch Manager dari PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO sebagai nara sumber yang dianggap dapat memberikan informasi secara akurat dan terperinci dalam strategi yang digunakan dalam melakukan penjualan paket wisata luar negeri nya.

PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO memilih dua media untuk menjual paket wisata luar negeri nya yaitu melalui media sales promotion dan advertising. Media sales promotion ini dilakukan dengan cara melakukan penawaran ke berbagai perusahaan dan instansi-instansi yang informasi nya diperoleh dari buku petunjuk telephone (yellow pages). Sedangkan media advertising dilakukan dengan menggunakan media brosur, leaflets, iklan pada media cetak dan petunjuk buku telephone (yellow pages), kesemua hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menciptakan hubungan baik antara Biro Perjalanan Wisata PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO dengan para konsumen, maupun pihak kompetitor lainnya. Serta dapat diharapkan nama dari Biro Perjalanan Wisata PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO ini nantinya akan dapat lebih dikenal lagi kiprahnya dalam pembuatan serta pelaksanaan paket wisata luar negeri nya pada masyarakat luas, sehingga nantinya Biro Perjalanan Wisata PT. TARUMA DIRGANTARA TOURINDO di Surabaya ini dapat diterima seperti kantor pusat yang ada di Jakarta.