

TUGAS AKHIR

**TEKNIK PEMASARAN PAKET WISATA
PADA SAAT SITUASI PANDEMI COVID-19
PADA PT. GOLDEN RAMA *EXPRESS* BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Yasinta Diana Fitra

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

TUGAS AKHIR

**TEKNIK PEMASARAN PAKET WISATA
PADA SAAT SITUASI PANDEMI COVID-19
PADA PT. GOLDEN RAMA *EXPRESS* BALI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Oleh
Yasinta Diana Fitra
NIM 1915813062

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

**PROGRAM STUDI
USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

**TEKNIK PEMASARAN PAKET WISATA
PADA SAAT SITUASI PANDEMI COVID-19
PADA PT. GOLDEN RAMA EXPRESS BALI**


Oleh
Yasinta Diana Fitra
NIM 1915813062

Tugas Akhir ini Diajukan guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Menyelesaikan Pendidikan Diploma III pada Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali

Disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. I Wayan Basi Arjana, MITHM
NIP 196208071990031001


I Ketut Suparta, SH., M.H.
NIP 196608301992031003

Disahkan oleh
Jurusan Pariwisata

Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D.
NIP 196312281990102001



POLITEKNIK NEGERI BALI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI BALI
JURUSAN PARIWISATA

Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364

Telp. (0361)701981 (hunting) Fax. 701128 Laman: <http://www.pnb.ac.id>

Email: poltek@pnb.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yasinta Diana Fitra
NIM : 1915813062
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata
Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

**“TEKNIK PEMASARAN PAKET WISATA
PADA SAAT SITUASI PANDEMI COVID-19
PADA PT. GOLDEN RAMA EXPRESS BALI”**

benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 25 Agustus 2022

embuat Pernyataan



Nama: Yasinta Diana Fitra

NIM: 1915813062

Prodi: Usaha Perjalanan Wisata
Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri
Bali

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas Akhir ini merupakan salah satu persyaratan kelulusan pada Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata di Politeknik Negeri Bali. Adapun judul yang penulis angkat pada Tugas Akhir ini adalah **“Teknik Pemasaran Paket Wisata Pada Saat Situasi Pandemi COVID-19 pada PT. Golden Rama Express Bali”**.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis tidak lepas dari pihak-pihak yang senantiasa membantu dan membimbing penulis dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. I Nyoman Abdi, SE., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata di Politeknik Negeri Bali.
2. Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D, selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan ijin serta memberikan nasihat dan bantuan selama penulis melakukan perkuliahan di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
3. Dr. Gede Ginaya, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bimbingan dan nasehat-nasehat kepada penulis selama menjadi mahasiswa Politeknik Negeri Bali.

4. Drs. I Wayan Basi Arjana, MITHM, selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, nasehat-nasehat serta dorongan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir.
5. I Ketut Suparta, SH., M.H. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu membimbing serta memberikan masukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Dra. Ni Made Rai Erawati, M.Par, selaku Koordinator Praktek Kerja Lapangan yang telah membimbing dan memberikan masukan serta arahnya selama pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapangan.
7. Seluruh dosen di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan perkuliahan serta nasehat-nasehat selama penulis menjadi mahasiswa Politeknik Negeri Bali.
8. Bapak Lie Yan Hastana, selaku *Branch Manager* PT. Golden Rama *Express* Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
9. Bapak I Ketut Marsana, selaku *Supervisor* PT. Golden Rama *Express* Bali, sekaligus *Training Manager* yang telah banyak memberikan ilmu dan informasi data selama penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
10. Seluruh *staff* PT. Golden Rama *Express* Bali, yang telah banyak membantu memberikan ilmu dan informasi data selama penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan guna menyusun Tugas Akhir ini.

11. Falerianus Spandi dan Edita Udis, selaku Orang Tua penulis beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan doa serta motivasi baik spiritual maupun material kepada penulis.
12. Teman-teman penulis yang telah memberi doa, dukungan, serta bantuan kepada penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Dalam Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari kesalahan penulisan dan pencantuman sumber serta masih ada kekurangan baik dari segi materi, sistematika maupun bahasa. Untuk itu diharapkan kritikan dan saran dari pembaca guna menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca baik dari lingkungan Politeknik Negeri Bali maupun dari luar lingkungan Politeknik Negeri Bali.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan	6
1. Tujuan Penulisan	6
2. Kegunaan Penulisan	7
D. Metodologi Penyusunan Tugas Akhir	8
1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	8
2. Metode dan Teknik Analisis Data	9
3. Metode dan Teknik Penyajian Analisis Data	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Pengertian Teknik	10
B. Pengertian Pemasaran	11
C. Pengertian Teknik Pemasaran	12
1. Segmentasi Pasar	13
2. Membidik Pasar	16
3. Penetapan Posisi Pasar	17
D. Pengertian Bauran Pemasaran	17
1. <i>Product</i> (Produk)	19
2. <i>Price</i> (Harga)	19
3. <i>Place</i> (Tempat)	19
4. <i>Promotion</i> (Promosi)	20
5. <i>People</i> (Orang)	20

6. <i>Process</i> (Proses)	20
7. <i>Physical Evidence</i> (Lingkungan Fisik)	21
E. Pengertian Pandemi COVID-19	21
F. Pengertian Pariwisata	22
G. Pengertian dan Fungsi Biro Perjalanan Wisata	23
1. Pengertian Biro Perjalanan Wisata	23
2. Fungsi Biro Perjalanan Wisata	25
H. Pengertian Wisata dan Jenis Wisata	25
1. Pengertian Wisata	25
2. Jenis-Jenis Wisata	26
I. Pengertian, Jenis dan Komponen Paket Wisata	29
1. Pengertian Paket Wisata	29
2. Jenis Paket Wisata	31
3. Komponen Paket Wisata	32
J. Pengertian Wisatawan	34
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	35
A. Lokasi dan Sejarah Perusahaan	35
1. Lokasi PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	35
2. Sejarah PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	36
B. Bidang Usaha dan Fasilitas Perusahaan	41
1. Bidang Usaha PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	41
2. Fasilitas Perusahaan PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	44
C. Struktur Organisasi Perusahaan	47
BAB IV PEMBAHASAN	55
A. Teknik Pemasaran Paket Wisata <i>Inbound</i> dan <i>Outbound</i> Pada Saat Situasi Pandemi COVID-19 pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	55
1. Segmentasi Pasar pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	59
2. Membidik Pasar pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	60
3. Penetapan Posisi Pasar pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	61
4. <i>Product</i> (Produk)	62
5. <i>Price</i> (Harga)	70
6. <i>Place</i> (Tempat)	72
7. <i>Promotion</i> (Promosi)	74
8. <i>People</i> (Orang)	78
9. <i>Process</i> (Proses)	79
10. <i>Physical Evidence</i> (Lingkungan Fisik)	81
B. Kendala yang Dihadapi Dalam Memasarkan Paket Wisata Pada Saat Situasi Pandemi COVID-19 pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	89
BAB IV PENUTUP	92

A. Kesimpulan	92
B. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Isi	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Bauran Pemasaran	21
Gambar 3.1 Logo PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	35
Gambar 3.2 Denah Lokasi PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	36
Gambar 3.3 <i>Milestone of</i> PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali.....	39
Gambar 3.4 Struktur Organisasi PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	47
Gambar 4.1 Tampilan <i>Website</i> Paket Wisata <i>Inbound</i> pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	64
Gambar 4.2 <i>Itinerary</i> Paket Wisata <i>Inbound</i> PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	65
Gambar 4.3 Tampilan <i>Website</i> Paket Wisata <i>Outbound</i> pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	66
Gambar 4.4 <i>Itinerary</i> Paket Wisata <i>Outbound</i> PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali ...	69
Gambar 4.5 Tampak depan PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	73
Gambar 4.6 Tampilan <i>Website</i> PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali.....	75
Gambar 4.7 <i>Staff</i> saat melakukan kegiatan <i>Canvassing Flyer</i>	75
Gambar 4.8 <i>Travel Fair Browsur</i>	76
Gambar 4.9 Instagram dan Facebook PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	77
Gambar 4.10 <i>Staff Training Browsur</i>	79
Gambar 4.11 Saluran Distribusi PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali.....	80
Gambar 4.12 <i>Travel Consultan area of</i> PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali.....	81
Gambar 4.13 <i>Sales Summary by Month</i> 2019-2018 dan <i>Sales Summary by Customer</i> <i>Type</i> 2019 pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	83
Gambar 4.14 <i>Sales Summary by Month</i> 2021-2020 dan <i>Sales Summary by Customer</i> <i>Type</i> 2021 pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	85
Gambar 4.15 <i>Sales Summary by Month</i> 2022-2021 dan <i>Sales Summary by Customer</i> <i>Type</i> 2022 pada PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	87

DAFTAR TABEL

Isi	Halaman
Tabel 2.1 Variabel Segmentasi Utama Pasar Konsumen.....	15
Tabel 4.1 Jenis Promosi Paket Wisara PT. Golden Rama <i>Express</i> Bali	71



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Standar Harga promosi paket wisata *Outbound* untuk Lebaran tahun 2022 Golden Rama *Tours and Travel*
- Lampiran 2 : E-Ticket Domestik
- Lampiran 3 : Bukti Transfer
- Lampiran 4 : Bukti Setoran
- Lampiran 5 : *Custom Declaration Form of Turkey*
- Lampiran 6 : Dompok Tamu Golden Rama *Tours and Travel*
- Lampiran 7 : Wisatawan saat melakukan *Outbound Tour*
- Lampiran 8 : Sebagian staff Golden Rama *Tours and Travel*



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor strategis yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan suatu negara dan menjadi pilar perekonomian bangsa. Pariwisata telah membawa perubahan dan perkembangan secara berkelanjutan terutama menjadi salah satu sektor ekonomi yang mengalami pertumbuhan dan menyediakan peluang kerja yang banyak. Hal ini dibuktikan bahwa meskipun negara-negara di dunia mengalami krisis global beberapa kali, namun jumlah orang yang melakukan perjalanan menunjukkan pertumbuhan yang positif. Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman suku, budaya maupun adat istiadat, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata yaitu dengan mempromosikan potensi yang dimiliki untuk menarik pandangan mata dunia. Banyak orang melakukan perjalanan ke Indonesia dengan berbagai tujuan, seperti: bekerja, urusan kenegaraan, penelitian, berobat, belajar bahkan memilih Indonesia sebagai tempat mereka berwisata menikmati potensi alam dan budaya.

Salah satu tempat yang menjadi tujuan utama di Indonesia adalah Pulau Bali yang merupakan destinasi wisata nomor 5 terbaik di dunia pada tahun 2019 dan mendapatkan penghargaan “*The Best Destination of The Year*” dari Travel Trade Gazette Award di tahun yang sama. Bali sebagai barometer perkembangan pariwisata nasional, juga mengalami perkembangan kepariwisataan yang pesat.

Perkembangan pariwisata di Provinsi Bali ini terus meningkat, yang ditandai antara lain oleh arus kunjungan wisatawan mancanegara, jumlah *travel agent* dan jumlah akomodasi yang digunakan. Pariwisata Bali yang sudah sangat dikenal di kancah internasional selalu menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan dan hal ini membuat perekonomian pariwisata di Bali yang terus meningkat.

Namun hal ini juga tidak selamanya berjalan sesuai dengan apa yang direncanakan, berbagai kendala pun mesti dilalui. Seperti diketahui, awal tahun 2020, dunia dikejutkan dengan adanya fenomena yang luar biasa yang terjadi di seluruh dunia yaitu munculnya Virus COVID-19. Semenjak Januari 2020, *World Health Organization* atau yang sering disebut WHO telah menyatakan bahwa dunia masuk ke dalam keadaan darurat global terkait virus ini. Virus COVID-19 (*Coronavirus Disease 2019*) adalah penyakit yang disebabkan oleh jenis coronavirus baru yaitu Sars-CoV-2. Virus ini pertama kali terjadi di Wuhan, Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019 dan menyebar ke Indonesia tepatnya pada bulan Maret 2020. Virus Covid-19 ini dapat menimbulkan gejala gangguan pernafasan akut seperti demam diatas 38°C disertai lemas, diare, batuk dan sesak nafas bagi manusia. Pada penderita Covid-19 yang berat, dapat menimbulkan pneumonia, sindroma pernafasan akut, gagal ginjal bahkan sampai kematian. Terhitung mulai tanggal 19 Maret 2020 sebanyak 544.376.465 orang terinfeksi virus corona, dengan total 6.341.011 orang dinyatakan meninggal dunia. Khusus di Indonesia sendiri pemerintah mengeluarkan status darurat bencana terhitung mulai tanggal 29 Februari 2020 terkait virus ini.

Akibat dari adanya wabah ini, sebagian besar aktivitas masyarakat di dunia khususnya di Bali menjadi terhambat hingga terpaksa diberhentikan sementara. Segala kebijakan diberlakukan pemerintah demi mencegah serta mengurangi penyebaran COVID-19. Pandemi ini memaksa negara melakukan pembatasan sosial serta pelarangan kunjungan wisatawan antar daerah maupun dari luar negeri. Pandemi COVID-19 berdampak terhadap semua industri di Indonesia bahkan dunia, termasuk industri pariwisata. Dampak pandemi COVID-19 terhadap pariwisata sangat banyak karena industri pariwisata di Indonesia mempunyai keterkaitan dengan industri yang lain yaitu perhotelan, transportasi, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terutama yang menghasilkan cinderamata, kuliner, restoran, termasuk biro perjalanan wisata ataupun *travel agent*. Dalam kondisi pandemi seperti ini industri pariwisata dituntut untuk melakukan pembenahan terhadap semua usaha pariwisata.

Potensi pariwisata Bali yang berupa alam dan budaya masyarakat Bali akan sulit dipasarkan apabila tidak ditunjang oleh kerjasama yang sinergis antar pelaku usaha pariwisata di Bali, termasuk kerjasama antar biro perjalanan wisata dengan pihak penyedia jasa akomodasi, transportasi, restoran dan sebagainya. Berdasarkan UU No.10 Tahun 2009 Pasal 1, Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Salah satu usaha dalam industri pariwisata yang berperan penting dalam meningkatkan pendapatan devisa suatu negara dan menjadi motor penggerak dalam mobilitas bisnis pariwisata adalah Biro Perjalanan Wisata. Menurut pasal 29 Undang-Undang No 10 tahun 2009 Tentang kepariwisataan

telah diatur mengenai kewajiban pihak pengusaha pariwisata untuk memberikan kenyamanan, keramahan, perlindungan keamanan dan keselamatan kepada wisatawan dan dipertegas dalam Pasal 5 Nomor 4 Tahun 2014 Permenparekraf disebutkan bahwa kegiatan usaha Biro Perjalanan Wisata meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan usaha jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata termasuk perjalanan ibadah yang berbentuk badan usaha Indonesia.

Salah satu Biro Perjalanan Wisata yang ada di Bali yaitu PT. Golden Rama *Express*, yang telah beroperasi mulai tahun 2017/2018 dan berlokasi di Jl. Sunset Road, No. 78, Kuta, Badung-Bali. PT. Golden Rama *Express* merupakan salah satu *travel agent* terdepan di Indonesia yang hadir dengan berbagai layanan perjalanan untuk memenuhi kebutuhan individu dan korporasi menuju destinasi yang luar biasa. PT. Golden Rama *Express* Bali merupakan usaha Biro Perjalanan Wisata yang menangani pengemasan dan penjualan paket wisata *Inbound*, *Outbound*, tiket pesawat, reservasi hotel, *cruise*, dokumen perjalanan dan asuransi perjalanan, serta memiliki pangsa pasar utama yaitu: Asia, ASEAN, Eropa, Amerika dan Australia. Dengan teknologi yang terdepan dan terintegrasi serta konsistensi PT. Golden Rama *Express* Bali memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan dalam kebutuhan perjalanan wisata sehingga kualitas pelayanan yang terbaik terwujud sebagai solusi untuk kebutuhan perjalanan wisatawan.

Menyikapi kondisi sebagaimana yang disampaikan diatas, untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan di tengah masa pandemi maka, PT. Golden Rama *Express* Bali merubah banyak sekali sistem operasional kerja, serta membutuhkan

teknik pemasaran yang lebih konkrit sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi, dimana kegiatannya tidak hanya menjual informasi yang dibutuhkan wisatawan, tetapi juga mengemban bidang-bidang yang cukup luas. Semua jenis kegiatan yang dilaksanakan dengan maksud memberikan kepuasan kepada wisatawan sesuai minat dan selera mereka melakukan perjalanan ditengah situasi pandemi COVID-19. Upaya PT. Golden Rama *Express* Bali dapat bertahan di tengah pandemi adalah kemampuan untuk dapat beradaptasi, terus melakukan inovasi, dan kolaborasi yang baik dengan para mitra. Hal ini harus dilakukan dikarenakan saat ini perilaku masyarakat mulai berubah yang diikuti dengan trend pariwisata yang telah bergeser dimasa pandemi. Mengambil langkah dengan beradaptasi di situasi pandemi, berbagai paket domestik dan mancanegara yang ditawarkan dengan harga yang terjangkau pun tentunya dibarengi dengan kenyamanan dan keamanan para konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik membahas “**Teknik Pemasaran Paket Wisata Pada Saat Situasi Pandemi COVID-19 pada PT. Golden Rama *Express* Bali**”.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah yang akan dibahas dalam Tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. Bagaimana teknik pemasaran paket wisata *Inbound* dan *Outbound* pada saat situasi pandemi COVID-19 pada PT. Golden Rama *Express* Bali?
2. Apa saja kendala yang dihadapi PT. Golden Rama *Express* Bali dalam memasarkan paket wisata *Inbound* dan *Outbound* pada saat situasi pandemi COVID-19?

C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Tujuan yang ingin dicapai dari penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui teknik pemasaran paket wisata *Inbound* dan *Outbound* pada saat situasi pandemi COVID -19 pada PT. Golden Rama *Express* Bali?
- b. Untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi PT. Golden Rama *Express* Bali dalam memasarkan paket wisata *Inbound* dan *Outbound* pada saat situasi pandemi COVID-19?

2. Kegunaan Penulisan

a. Bagi Mahasiswa

Sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan pendidikan Diploma III di Kampus Politeknik Negeri Bali Jurusan Pariwisata Program Studi Usaha Perjalanan Wisata serta untuk mempraktekkan dan membandingkan teori yang telah didapat di kampus dengan pengalaman yang didapat di lapangan atau industri. Selain itu berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai teknik pemasaran paket wisata pada saat situasi pandemi COVID-19 oleh departemen *Tour* dan dan *Sales Marketing* pada PT. Golden Rama *Express* Bali.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Sebagai tambahan referensi oleh mahasiswa terutama pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata mengenai keadaan dan kenyataan yang sebenarnya di industri pariwisata dan bagaimana kita menghadapi situasi saat ini serta nantinya dapat digunakan sebagai contoh dalam penyusunan Tugas Akhir.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai bentuk saran dan informasi bagi perusahaan terutama bagi departemen *tour* di PT. Golden Rama *Express* Bali guna mengembangkan sistem kerja dalam upaya meningkatkan pelayanan terbaik yang akan diberikan kepada calon wisatawan dimasa yang akan datang. Serta apa saja yang perlu diperhatikan dalam upaya memasarkan paket wisata.

D. Metodologi Penyusunan Tugas Akhir

1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode observasi dalam penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan dan terlibat langsung kemudian melakukan pencatatan sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan terpercaya, terutama yang berkaitan dengan teknik pemasaran paket wisata pada saat situasi pandemi COVID-19 pada PT. Golden Rama *Express* Bali oleh departemen *tour*.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini yaitu melakukan wawancara langsung dengan beberapa staff dari PT. Golden Rama *Express* Bali yang memiliki keahlian pada bidangnya.

c. Metode Kepustakaan

Metode kepustakaan yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan dengan membaca dan mendapatkan informasi serta memadukan teori-teori beserta pengertian yang ada di dalam sumber tertulis seperti buku yang berhubungan dengan laporan dan mencatat data-data yang diperlukan dari literatur yang ada kaitannya dengan permasalahan sebagai referensi dalam penulisan Tugas Akhir.

2. Metode dan Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah teknik kualitatif berbentuk deskriptif, yaitu dengan memaparkan data hasil pengamatan, menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi serta situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di PT. Golden Rama *Express* Bali.

3. Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis

Dalam metode dan Teknik penyajian hasil analisis untuk memperoleh hasil analisis yang lengkap, dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan metode formal dan informal. Metode formal adalah metode penyajian dengan menggunakan statistik berupa angka, tabel, dan gambar, sedangkan metode informal adalah metode penyajian data dengan menggunakan deskripsi-deskripsi yang bersifat kualitatif atau uraian kata-kata biasa yang lebih rinci, berupa keterangan dalam menjelaskan tentang teknik pemasaran paket wisata pada saat situasi pandemi COVID-19 pada PT. Golden Rama *Express* Bali.

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan pada bab sebelumnya mengenai *teknik pemasaran paket wisata pada saat situasi pandemi COVID-19* pada PT. Golden Rama Express Bali, maka penulis dapat simpulkan bahwa:

1. Dalam memasarkan paket wisata di situasi pandemi, PT. Golden Rama Express Bali selalu berusaha untuk memberikan pelayanan dan fasilitas terbaik kepada para konsumennya agar merasa nyaman dan puas ketika menggunakan jasa PT. Golden Rama Express Bali. Teknik pemasaran yang dijalankan PT. Golden Rama Express Bali pada saat situasi pandemi Covid-19 mencakup 3 (tiga) hal penting meliputi: segmentasi pasar yang bertujuan untuk menentukan tujuan yang menjadi sasaran suatu produk paket wisata; Membidik pasar dimana PT. Golden Rama Express Bali menentukan pasar dengan target sasaran di situasi pandemi dengan memilih pasar utama; Penentuan posisi pasar yang bertujuan untuk menunjukkan bagaimana paket wisata PT. Golden Rama Express Bali dibedakan dari pesaingnya dan merupakan tindakan memperkenalkan produk pakatnya kepada pasar. Selain itu PT. Golden Rama Express Bali menerapkan bauran pemasaran 7P (*Marketing Mix*) untuk menentukan strategi produk, harga, tempat atau distribusi maupun saluran distribusi paket wisata, promosi untuk memberitahukan konsumen tentang potongan harga atau diskon, proses

penyaluran paket wisata serta lingkungan fisik PT. Golden Rama *Express* Bali dalam menyampaikan paket wisatanya kepada konsumen.

2. Kendala yang dihadapi oleh PT. Golden Rama *Express* Bali dalam memasarkan paket wisata pada saat situasi pandemi COVID-19 antara lain adanya persaingan harga paket wisata, *refund* atau pengembalian uang tiket pesawat kepada konsumen karena adanya pembatalan penerbangan, rasionalisasi *staff* dan kurangnya respon dari konsumen mengenai paket wisata yang ditawarkan melalui media sosial serta persiapan *tour* yang lebih rumit dikarenakan harus mengikuti protocol kesehatan di berbagai aspek kegiatannya.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas penulis dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat membantu untuk kemajuan PT. Golden Rama *Express* Bali dalam memasarkan paket wisata di situasi pandemic COVID-19, diantaranya:

1. Ditengah maraknya persaingan paket wisata di situasi pandemi Covid-19, diharapkan PT. Golden Rama *Express* Bali mampu menjalankan teknik pemasaran paket wisata yang lebih konkrit sesuai dengan harapan perusahaan dan tetap menjaga standar kualitas pelayanan kepada wisatawan yang selama ini telah diterapkan, terutama dalam menangani konsumen dengan ramah, sopan, profesional dengan mengikuti protokol kesehatan yang berlaku seperti menggunakan masker.
2. Untuk mengatasi hambatan yang dihadapi dalam memasarkan paket wisata, diharapkan PT. Golden Rama *Express* Bali harus dapat menurunkan margin

perusahaan dari paket wisata yang dijual agar harga yang ditawarkan dapat terus bersaing, tetap menjaga kerja sama dengan para mitra atau *supplier* untuk bernegosiasi mengenai biaya yang sesuai untuk setiap jasa yang digunakan dan terus meng-*update* penawaran paket wisata melalui media sosial.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Bukhari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Association of Southeast Asian Nations*, <https://asean.org/declaration-special-asean-summit-coronavirus-desease-2019-covid-19/>
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2021. *Survei Kegiatan Usaha pada Masa Pandemi COVID-19 Provinsi Bali*. Provinsi Bali: Badan Pusat Statistik
- Damardjati, R.S. 2001. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Desky. 1999. *Pengantar Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: PT. Adicipta Karya Nusa.
- Gilang D. Anggoro, A. D. (2021). *Marketing Mix of Communication in Nature Tourism Destination Marketing During Covid-19 Pandemics*. Vol. 25 No. 2 Desember 2021 Hal: 223 - 236, 25, 223 - 236.
- Kemenkes RI. *Pedoman Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease Covid-19 Revisi 5*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2020.
- Kotler & Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran, edisi kesembilan*, Jakarta: PT. Indeks
- 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. In Erlangga
- 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan Edisi Revisi*. Bandung: Alfa Beta.
- Salah Wahab.1992. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Sudana, P. D. (2014). *Strategi Pemasaran Paket Wisata Pada Pt. Cahaya Tedung Abadi Holiday Denpasar*. Vol. 2 No. 2, 2014, 2, 24-28.

Smith, A., & Anderson, M. (2018, March 1). *Social Media Use* in 2018. *Pew Research*.

Suryadana, L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta.
Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan dan Penjelasannya*,
Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11 dan
Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966.

Utama, Dr. I Gusti Bagus Rai. 2016. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yoeti, Oka. 1996. *Pemasaran Pariwisata Edisi Revisi*. Angkasa: Bandung

..... 2002. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*.
Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

..... 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

World Health Organization. *Coronavirus Deases (Covid-19) Dashboard* [Online].
2021. Available from: [chttps://covid19.who.int.table](https://covid19.who.int.table) [3 Februari 2021].



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI