

STRATEGI PROMOSI PAKET WISATA PADA RODEX TOURS AND TRAVEL DENGAN METODE *HARD SELLING*

Khusnul Ajiningtyas

Program Pendidikan Vokasi, Universitas Brawijaya Jl. Veteran 12 – 16 Malang,
Telp. 085731177649 Khusnultyas@student.ub.ac.id

Diterima: 5 Januari 2019

Layak Terbit: 28 Januari 2019

Abstract: *Promotional Strategies of Tour Package by Using Hard-Selling Method at Rodex Tours And Travel.* The purpose of this article is to describe the promotional strategies implemented by Rodex Tours and Travel by using hard-selling method to run the promotional activities. The data were collected through interviews with Mrs. Eva Nurmawati as the marketing manager of Rodex Tours and Travel and the documentation of the author during on the job training. The result shows that hard-selling methods used by companies include advertising, sales promotion, personal selling, and direct marketing. This study is expected to be able to provide information for readers regarding promotional strategies using the hard-selling method. It is hoped that the company will not only be focused on hard selling method but also the soft selling one so that the promotional activities become much better.

Keywords: *Promotion, tourism package, hard-selling method*

Abstrak: *Strategi Promosi Paket Wisata Pada Rodex Tours And Travel dengan Metode Hard Selling.* Tujuan artikel ini adalah untuk memaparkan strategi promosi yang diterapkan oleh Rodex Tours and Travel dengan menggunakan metode *hard selling* sebagai strategi promosi dalam menjalankan kegiatan promosi. Data diperoleh berdasarkan dari hasil observasi, wawancara dengan bu Eva Nurmawati selaku *manajer marketing* Rodex Tours and Travel dan dokumentasi penulis pada saat *on the job training*. Hasil menunjukkan bahwa metode *hard selling* yang dipakai oleh perusahaan dengan empat cara, yaitu melalui *advertising, sales promotion, personal selling, direct marketing*. Tugas akhir ini diharapkan bisa memberi informasi bagi pembaca terkait strategi promosi dengan menggunakan metode *hard selling*. Perusahaan diharapkan tidak hanya fokus pada promosi *hard selling* melainkan juga difokuskan pada metode *soft selling* agar promosi menjadi lebih maksimal.

Kata Kunci : *Promosi, paket wisata, metode hard selling*

Perkembangan wisata di Indonesia saat ini sudah semakin meningkat dengan didukung berbagai keanekaragaman wisata alam, buatan, budaya dan sejarah menjadikan Indonesia memiliki potensi cukup besar untuk berwisata. Dengan besarnya potensi yang ada, menjadikan pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan di Indonesia. Pariwisata memiliki beberapa tujuan yang salah satu tujuan dari pariwisata Indonesia yaitu wisata konvensi. Wisata konvensi di Indonesia sudah dilakukan beberapa kali dan tersebar diberbagai daerah, baik *event* nasional maupun *event* internasional seperti event yang dilakukan di Jogjakarta yaitu, *Asian Youth Day* pada tanggal 2-6 Agustus 2017. Dengan adanya *event* internasional yang diadakan dapat mempermudah mempromosikan keanekaragaman wisata alam, buatan, budaya, dan sejarah ke wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal.

Seiring dengan berjalannya waktu, promosi wisata juga dapat dilakukan oleh perusahaan wisata yaitu biro perjalanan wisata. Biro perjalanan wisata merupakan motor penggerak yang merencanakan dan menyelenggarakan perjalanan wisatawan dari satu tempat ke tempat lain. Biro perjalanan wisata memiliki peran penting dalam promosi yaitu sebagai perantara antar wisatawan dengan industri pariwisata. Dalam melakukan promosi beberapa biro perjalanan wisata memiliki strategi tersendiri, maka hal tersebut mendorong *Rodex Tours and Travel* melakukan promosi yang cukup berbeda yaitu promosi dengan strategi *hard selling*. Strategi *hard selling* yaitu promosi secara langsung dan diharapkan mendapatkan omset dari target pasar yang ditentukan. *Rodex Tours and Travel* menggunakan strategi *hard selling* karena strategi ini memiliki cara promosi yang dilakukan lebih mudah, lebih cepat serta

efektif untuk memperkenalkan produk dan mendapatkan *customers* atau pelanggan. *Hard selling* atau penjualan langsung merupakan sebuah teknik pemasaran yang digunakan oleh suatu penjual atau perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditunjukkan untuk mempengaruhi tindakan konsumen. Penjual produk menjajakan produknya secara langsung sehingga jangkauan dan target sarannya jelas. Strategi ini merupakan teknik dimana diharapkan mendatangkan omset yang baik bagi perusahaan.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan menjelaskan metode strategi promosi paket wisata dengan menggunakan teknik *hard selling*. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dan primer, data sekunder berupa jurnal, undang-undang, dan bahan pustaka lainnya. Data primer berupa hasil wawancara kepada pihak Rodex *Tours and Travel* dan dokumentasi selama *on the job training*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil dari strategi promosi paket wisata pada Rodex *Tours and Travel* dengan menggunakan metode *hard selling*. *Hard selling* atau yang biasa dikenal teknik promosi secara langsung yang terdiri dari empat cara yaitu, *advertising, sales promotion, personal selling, dan direct marketing*.

Advertising (Periklanan)

Dalam melakukan promosi periklanan, *Rodex Tours and Travel* menggunakan tiga cara promosi melalui banner, videotron, media sosial. Bentuk promosi melalui *advertising* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Promosi melalui Advertising

Bentuk Promosi	Deskripsi
Banner	Dengan adanya promosi melalui pemasangan banner di depan kantor, hal tersebut menandakan keberadaan lokasi kantor. Dengan memberikan informasi lebih detail seperti mencantumkan harga dan tanggal keberangkatan, dapat memberikan keuntungan terhadap penjualan paket wisata, karena secara tidak langsung <i>customers</i> akan lebih tertarik untuk ingin mengetahui berbagai macam paket wisata yang lain.
Videotron	Videotron yang dipasangkan oleh <i>Rodex Tours and Travel</i> biasanya berisi mengenai paket wisata, tiket atraksi wisata dan promo maskapai penerbangan. Untuk <i>Rodex Tours and Travel</i> biasanya memasang videotron di beberapa jalan raya seperti, Tunjungan Plaza, HR. Muhammad, dan Raya Darmo. Pemasangan videotron biasanya dilakukan saat adanya kerjasama dengan salah satu objek wisata atau maskapai yang dimana hanya <i>Rodex Tours and Travel</i> yang memiliki kerja sama khusus.
Media Sosial	Dalam pemasangan iklan melalui media sosial, <i>Rodex Tours and Travel</i> menggunakan instagram dan facebook sebagai alat promosi iklan. Pemasangan iklan di media sosial biasanya dilakukan saat terdapat paket wisata yang baru dikeluarkan oleh <i>team tour</i> dan memiliki waktu keberangkatan yang pasti. Keuntungan, yaitu saat setelah iklan dipostingkan tidak jarang pengikut dari instagram dan <i>likers</i> di facebook <i>Rodex Tours and Travel</i> semakin bertambah maka hal tersebut membuat <i>Rodex Tours and Travel</i> semakin dikenal masyarakat lebih luas.

Sales Promotion (Promosi Penjualan)

Dalam promosi ini Rodex *Tours and Travel* menggunakan 3 cara yang melalui promosi dengan *voucher, cashback, dan melalui giveaway*. Bentuk promosi melalui *sales promotion* dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Promosi melalui Sales Promotion

Bentuk Promosi	Deskripsi
Voucher	Dalam promosi melalui voucher, Rodex <i>Tours and Travel</i> memberikan <i>voucher</i> makan gratis di salah satu cafe besar yaitu My Kopi-O dan Qua-Li. Tujuan utama dari pemberian <i>voucher</i> yang bekerja sama dengan salah satu cafe ternama yaitu, untuk mengambil <i>market cafe</i> karena <i>cafe</i> inisering dijadikan pertemuan beberapa perusahaan.
Cashback	Promosi melalui cashback, Rodex <i>Tours and Travel</i> memberikan <i>cashback</i> sejumlah Rp 100.000 hingga Rp 400.000. Tujuan dari promosi melalui cashback yaitu, menarik nasabah bank yang sudah ada kerja sama dengan perusahaan. Keuntungan yang didapatkan melalui cara ini yaitu, tertariknya nasabah bank yang bekerjasama dengan perusahaan.
Giveaway	Salah satu undian yang dilakukan oleh Rodex <i>Tours and Travel</i> yaitu, undian untuk memperoleh tiket pesawat gratis pulang-pergi ke Bali dan Singapura. Promosi melalui <i>giveaway</i> memiliki tujuan untuk mengaktifkan <i>followers</i> dari media sosial yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut cukup menarik minat <i>followers</i> ataupun <i>customers</i> . Dengan cara ini, perusahaan dapat mempromosikan paket wisata maupun produk lainnya melalui <i>followers</i> media sosial yang ingin mengikuti <i>giveaway</i> yang diadakan oleh perusahaan.

Personal Selling (Penjualan Pribadi)

Dari personal selling Rodex *Tours and Travel* lebih menekankan promosi pada travel fair. Rodex *Tours and Travel* melakukan cara yang berbeda dari beberapa *travel* yang juga membuka *both* saat *travel fair*. Pada saat *travel fair* berlangsung Rodex *Tours and Travel* menurunkan beberapa karyawannya untuk menjadi sales saat *travel fair* berlangsung. Hal yang dilakukan oleh karyawan tersebut yaitu berdiri

di depan *both Rodex Tours and Travel* serta membawa tas *spunbond* yang berisikan brosur- brosur *Rodex Tours and Travel* dan mencari *customers* agar mengunjungi *stan both*, dengan cara mendekati, mempresentasikan, dan mendemonstrasikan serta menjual produk kepada *customers*. Dengan melakukan promosi yang berbeda saat *travel fair*, dapat memberikan peluang untuk *Rodex Tours and Travel* sendiri untuk mendapatkan *customers* lebih banyak, karena dengan cara tersebut, dinilai cukup berhasil dalam menarik *customers* untuk membeli paket wisata yang ditawarkan maupun tiket pesawat yang sedang promo.

Direct Marketing (Pemasaran Langsung)

Untuk promosi pada *direct marketing Rodex Tours and Travel* lebih sering menggunakan promosi melalui facebook, instagram, website dan sistem reservasi. Bentuk promosi melalui *direct marketing* dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Promosi melalui *Direct Marketing*

Bentuk Promosi	Deskripsi
Facebook	Rodex <i>Tours and Travel</i> sendiri mempunyai 3 akun facebook bisnis. Yang pertama, bernama <i>Rodex Tours and Travel</i> , kemudian terdapat akun yang bernama Rodex Darmo dan ketiga akun bernama Rodex PTC. Ketiga akun tersebut memiliki kegunaan yang sama yaitu memposting produk yang dijual seperti paket tour, tiket pesawat, tiket atraksi dan lainnya. Keuntungan promosi menggunakan facebook yaitu, cara mengaksesnya yang mudah dan cepat saat mendapatkan <i>customers</i> .

Instagram	<p>Rodex <i>Tours and Travel</i> memiliki 3 akun instagram bisnis dalam menggunakan promosi, 3 akun tersebut bernama @rodextravel, @rodexdarmo, dan @rodexptc. Akun instagram Rodex <i>Tours and Travel</i> ini sendiri juga sering kali membagikan gambar beserta informasi unik dan menarik yang terdapat di berbagai tempat wisata yang berhubungan dengan paket <i>tour</i> atau tiket pesawat yang dijual. Tidak hanya memberikan informasi mengenai tempat wisata saja namun juga meinginformatikan seputar kuliner, transportasi dan informasi terbaru mengenai dunia <i>travelling</i>. Keuntungan yang didapatkan saat melakukan promosi dengan instagram yaitu mendapatkan <i>customers</i> dari semua kalangan, baik dari kalangan remaja, dewasa maupun orang tua dan cara mengaksesnya juga cukup mudah dan lebih efektif. Dengan memasang target <i>market</i> yang tepat. Pada tahun 2017 <i>customers</i> yang diperoleh dari instagram mencapai 20% dan untuk tahun 2018 mencapai 33% <i>customers</i>.</p>
Website	<p>Rodex <i>Tours and Travel</i> memiliki fitur unggulan yaitu terdapat fitur chat secara langsung seperti yang dapat dilakukan seperti di akun media sosial seperti instagram dan facebook. Website Rodex <i>Tours and Travel</i> ini memiliki fungsi untuk promosi yang cukup besar karena keseluruhan yang dijual di akun facebook dan instagram keterangan lengkapnya akan di <i>posting</i> di website. Dengan adanya fitur chat secara langsung itu akan memberikan pengaruh tersendiri bagi penjualan, karena seringkali saat <i>customers</i> membuka website dan ingin mengetahui detail produk yang dijual harus menghubungi kantor dan bertanya melalui <i>contact person</i> yang sudah tertera, namun dengan adanya fitur chat <i>customers</i> hanya perlu bertanya melalui chat langsung seperti halnya dalam fitur <i>direct messenger</i> pada instagram.</p>
Sistem Reservasi	<p>Rodex <i>Tours and Travel</i> memiliki sistem reservasi yang dinamakan <i>Skytors</i>. Di dalam sistem ini menyediakan beberapa macam produk wisata seperti, reservasi tiket pesawat, kai, hotel, dan tentunya juga terdapat paket wisata. Untuk menggunakan sistem ini sangat mudah karena aplikasi ini tersedia untuk android dan apple. Tujuan utama dari pembuatan <i>Skytors</i> untuk memudahkan agent saat bertransaksi. Dengan adanya <i>skytors</i> agent atau mitra perusahaan tidak akan kesulitan dalam menggunakan jasa perusahaan karena sudah ada tempatnya tersendiri.</p>

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi promosi pada penjualan paket wisata pada Rodex *Tours and Travel* menggunakan metode *hard selling* dengan empat cara yaitu, dengan *advertising* (banner, videotron, media sosial), *sales promotion* (*voucher, cashback, dan giveaway*), *personal selling* (*travel fair*), dan *direct marketing* (*facebook, instagram, website, dan sistem reservasi*). Dalam melakukan promosi melalui media sosial, Rodex *Tours and Travel* diharapkan bisa memberikan respon yang cepat sehingga *customers* menjadi prioritas utama dalam pelayanan. Peneliti selanjutnya bisa meneliti tentang penggunaan metode *soft selling* sebagai strategi promosi dan melakukan penelitian lebih jauh tentang keefektifan penggunaan metode *hard-selling* atau *soft-selling*.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ramdhani, G. 2017. *Yogyakarta Panen Raya, Dua Event MICE Diserbu 3.539 Delegasi*.(Online),(<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3048489/yogyakarta-panen-raya-dua-event-mice-diserbu-3539-delegasi>), diakses 17 Maret 2019.
- Yoeti, Oka A. 1996. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Bandung : Angkasa