

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Minat masyarakat untuk berwisata semakin bervariasi tidak hanya sekedar untuk refreshing tetapi juga untuk menambah pengetahuan baik dari segi aspek kebudayaan masyarakat setempat maupun sejarah. Menurut Richardson serta Fluker dorongan perjalanan wisata dipengaruhi oleh 2 aspek ialah aspek pendorong (*push*) serta aspek penarik (*pull*), terdapat beberapa faktor pendorong wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata, yaitu untuk beristirahat dan relaksasi, keinginan untuk melarikan diri, petualangan, prestise, interaksi sosial, serta kesehatan dan kebugaran. Sedangkan faktor penariknya yaitu makanan, atraksi alam dan bersejarah, fasilitas rekreasi, orang, serta memasarkan gambar tujuan.¹

Selain wisata umum, wisata religi juga semakin banyak digemari dikarenakan ingin lebih mendekatkan diri kepada Tuhan serta ingin mengetahui sejarah perjalanan tokoh-tokoh dalam agama serta untuk menambah wawasan mengenai sejarah keislaman. Wisata religi merupakan perjalanan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan rohani dan memperkuat iman seseorang dengan mendatangi tempat-tempat yang memiliki nilai Islami untuk meningkatkan rasa syukur kepada Allah SWT. Wisata religi bukan hanya memberikan perjalanan

¹ Fiki Nurrohman Amin Sahara, "Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan (Studi Pada Wisatawan Domestik Di Kota Batu, Jawa Timur)," *Administrasi Bisnis* 35, no. 2 (2016).

wisata untuk bersenang-senang saja, akan tetapi wisata religi juga untuk menambah rasa syukur, mengingat akan kehidupan akhirat yang kekal dan mendapatkan pahala. Dalam Al-Qur'an surat Al-Ankabut ayat 20 Allah telah memerintahkan manusia untuk melakukan perjalanan wisata untuk mengingat kebesaran Allah.

Firman Allah surat Al- Ankabut ayat 20:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ۝ ٢٠

Artinya : *“Katakanlah berjalanlah di bumi, maka perhatikanlah bagaimana (Allah) memulai penciptaan (makhluk), kemudian Allah menjadikan kejadian yang akhir. Sungguh, Allah Maha kuasa atas segala sesuatu.” (Qs Al-Ankabut ayat 20)*

Dalam ayat suci Al-Qur'an ini Allah memerintahkan agar berjalan dimuka bumi untuk memperhatikan berbagai macam makhluk yang Allah ciptakan dan dapat memperoleh pelajaran serta pengalaman dari perjalanan tersebut, oleh karena itu tidak sedikit dari masyarakat muslim di Indonesia yang melakukan wisata ke berbagai tempat yang erat kaitannya dengan penyebaran agama Islam seperti ke masjid yang bersejarah atau makam para wali Allah.

Sebagian orang beranggapan bahwa berwisata sudah menjadi kebutuhan setelah jenuh menjalani rutinitas sehari-hari yang menjemukan oleh 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.

Meningkatnya pengunjung wisatawan dalam melakukan perjalanan di Indonesia menjadikan bisnis biro travel ini menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan. Ketua Umum Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies (ASITA) Rusmiati memaparkan pada 2020 pelaku usaha biro perjalanan wisata dapat meningkat 10% dari jumlah pada saat ini yang memperoleh 7.000 pelaku usaha.²

Banyaknya biro travel yang berdiri menyebabkan tingkat persaingan pun semakin tinggi. Oleh karena itu biro travel harus terus berupaya agar jasa yang mereka pasarkan dapat dikenal oleh masyarakat luas. Salah satu upaya penting yang harus 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 atau pelanggan yang diharapkan akan menggunakan jasa biro travel tersebut. Bila promosi berjalan dengan baik maka akan mendapatkan hasil yang maksimal pula dimana penjualan jasa bisa mencapai target yang telah 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 di bidangnya maka akan sulit untuk mencapai target penjualan jasa di bidang pariwisata.

Paket perjalanan wisata religi semakin banyak diminati oleh masyarakat sehingga membuat biro Tour and Travel yang ada di Kalimantan Selatan berlomba-lomba dalam membuat paket wisata religi. Paket wisata religi yang ditawarkan

² Dewi Aminatuz Zuhriyah, "Persaingan Dengan OTA Makin Ketat, Bagaimana Nasib Pebisnis Agen Perjalanan Di Indonesia?," *Bisnis.com*, 2019, <https://m.bisnis.com/amp/read/20191008/12/1156777/persaingan-dengan-ota-makin-ketat-bagaimana-nasib-pebisnis-agen-perjalanan-di-indonesia>, Diakses pada 16 Februari 2022 Pukul 20.35.

antara biro Travel satu dengan biro Travel yang lain berbeda-beda, perusahaan-perusahaan tersebut mengemas paket wisata religi semenarik mungkin untuk menarik jumlah wisatawan sebanyak-banyaknya serta saling berlomba dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada wisatawan dalam perjalanan wisata religi mulai dari pemberangkatan sampai pemulangan.

Saat ini banyak biro perjalanan pariwisata yang menawarkan bermacam paket pariwisata yang murah. Dengan bertumbuhnya dunia bisnis pariwisata maka bertumbuh pula bisnis promosi produk wisata, banyaknya agen biro perjalanan wisata di Banjarmasin ialah bukti dari kenaikan persaingan perusahaan pariwisata yang terus bertambah. Salah satunya adalah PT. Alanasya Borneo Raya sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa tour dan travel yang menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan wisata baik wisata religi maupun wisata umum, PT. Alanasya Borneo Raya menawarkan paket wisata Religi baik dalam pulau Kalimantan Selatan maupun diluar pulau Kalimantan Selatan.

PT. Alanasya Borneo Raya sebagai biro perjalanan wisata yang menjual jasa tentunya menyediakan berbagai paket perjalanan wisata yang menarik ke berbagai destinasi serta dengan harga paket perjalanan wisata yang sudah termasuk transportasi, pemandu wisata, penginapan, makan, dokumentasi dan lain-lain tergantung jenis paket perjalanan wisata yang ingin diambil. PT. Alanasya Borneo Raya juga menyediakan layanan wisata private bagi wisatawan yang hanya ingin berwisata dengan keluarga atau teman-temannya dan wisatawan yang menggunakan layanan privat bisa dengan bebas memilih sendiri destinasi wisata yang ingin dikunjungi. PT. Alanasya Borneo Raya juga terus berupaya untuk

melakukan promosi yang lebih menarik lagi serta terus meningkatkan kualitas layanan dalam rangka memberikan kepuasan kepada wisatawan. Kepuasan wisatawan atas pelayanan akan menjadi pemicu wisatawan untuk datang kembali, bahkan secara natural akan ikut mempromosikannya kepada orang lain untuk menggunakan perusahaan yang sama.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait **“STRATEGI PROMOSI PAKET PERJALANAN WISATA RELIGI DI PT ALANASYA BORNEO RAYA BANJARBARU”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut yaitu :

1. Bagaimana strategi promosi paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam mempromosikan paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui strategi promosi paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru.
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam mempromosikan paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Untuk memperluas dan menambah wawasan serta pengetahuan mengenai strategi promosi paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberi masukan yang bermanfaat dalam menentukan langkah perusahaan selanjutnya menjadi lebih baik lagi dan dapat memberikan informasi tentang kegiatan apa saja yang dapat menunjang perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya, serta dapat mengembangkan dan mempromosikan PT Alanasya Borneo Raya sebagai agent travel yang dapat diandalkan dan dipercaya dalam mengadakan kegiatan perjalanan.

E. Definisi Operasional

1. Strategi Promosi

Strategi merupakan sebuah rencana yang akan dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu dan di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif, serta efisien dalam pendanaan. Strategi menurut Tjiptono ialah sekumpulan metode keseluruhan yang berhubungan dengan

penerapan buah pikiran, suatu konsep dalam kurun waktu yang sudah ditetapkan.³

Strategi promosi berarti serangkaian aktivitas yang dikerjakan oleh perusahaan dengan tujuan memasarkan produk perusahaan agar omset penjualan meningkat, aktivitas promosi bukan hanya terbatas pada mengenalkan produk pada konsumen saja tetapi juga dilanjutkan dengan usaha untuk mempengaruhi calon konsumen agar menjadi gembira lalu membeli produk/menggunakan jasa tersebut.

Strategi promosi yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, publisitas serta penjualan personal sehingga dapat memberikan informasi, menciptakan kesan serta memberikan pengaruh untuk meningkatkan penjualan paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru.

2. Paket perjalanan wisata religi

Paket perjalanan merupakan suatu perjalanan wisata dengan satu atau beberapa motif kunjungan yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara baik secara perorangan maupun kelompok ke tempat-tempat yang bersejarah dalam penyebaran dakwah serta pembelajaran bagi pemeluk Islam agar mendapat pengalaman serta pelajaran (ibrah) yang disusun dari beberapa fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual

³ Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3* (Yogyakarta: Andi, 2011).

sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata religi.

Adapun paket perjalanan wisata yang ada di PT Alanasya Borneo Raya terbagi menjadi paket perjalanan wisata umum, perjalanan wisata religi, dan perjalanan wisata privat, paket perjalanan wisata religi yang saat ini telah dilakukan oleh PT Alanasya Borneo Raya yaitu wisata secara berkelompok mengunjungi makam-makam wali Allah baik yang ada di dalam pulau Kalimantan Selatan seperti memakan guru sekumpul, maupun diluar pulau Kalimantan Selatan seperti ke makam-makam wali songo, adapun paket perjalanan wisata religi yang saat ini tersedia di PT Alanasya Borneo Raya yaitu Ziarah Wali Songo, Ziarah 9 wali banjar, serta Paket Wali di Kalimantan Selatan.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan aktivitas memahami, memperhatikan, mengamati serta mengenali wawasan, ataupun keadaan yang sudah ada guna mengetahui apa yang ada serta belum ada.⁴ Sebab itu peneliti sudah menganalisa sebagian buku cetakan hasil penelitian, tugas akhir, skripsi serta lainnya yang semacam dengan tugas akhir ini. Berbagai buku yang penulis temui antara lain adalah :

1. Skripsi yang disusun oleh Ida Munawaroh, dengan judul “Strategi Pemasaran PT Patuna Mekar Jaya Perwakilan Semarang dalam Pengembangan Bisnis

⁴ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), H.75.

Wisata Religi”⁵ persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai wisata religi adapun perbedaan dalam penelitian ini yaitu penulis meneliti mengenai strategi promosi paket perjalanan wisata religi, sedangkan penelitian Ida Munawaroh meneliti tentang pengembangan bisnis wisata religi

2. Skripsi yang disusun oleh Na’imatul Faidah, dengan judul “Strategi Promosi Wisata Religi di Kabupaten Wonosobo”⁶ persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai strategi promosi adapun perbedaan dalam penelitian ini adalah penulis terfokus pada strategi promosi paket perjalanan wisata religi, sedangkan Na’imatul Faidah meneliti tentang strategi promosi wisata religi.
3. Skripsi yang disusun oleh Imam Widyo Saputro Astra, dengan judul “Strategi Khusnudhon Spiritual Tour Sebagai Biro Perjalanan Wisata Spiritual Islam Di Surakarta”⁷ persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti mengenai biro perjalanan adapun yang membedakannya adalah penulis terfokus pada strategi promosi paket perjalanan wisata religi sedangkan Imam Widyo Saputro Astra meneliti tentang strategi biro perjalanan wisata spiritual Islam.

⁵ Ida Munawaroh, “Strategi Pemasaran Pt Patuna Mekar Jaya Perwakilan Semarang Dalam Pengembangan Bisnis Wisata Religi,” *Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang*.

⁶ Na’imatul Faidah, “Strategi Promosi Wisata Religi Di Kabupaten Wonosobo,” fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.

⁷ Imam Widyo Saputrastra, “Strategi Khusnudhon Spritual Tour Sebagai Biro Perjalanan Wisata Spritual Islam Di Surakarta,” Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2012.

G. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional serta sistematika penulisan.

BAB II : Kajian teori yang terdiri dari pengertian dari strategi promosi, bauran promosi, penafsiran paket perjalanan, penafsiran wisata religi, guna wisata religi, bentuk- bentuk serta tujuan wisata religi.

BAB III : Metode penelitian yang terdiri dari pendekatan serta jenis penelitian, poin serta subjek penelitian, posisi penelitian, data serta sumber data, metode serta pengumpulan data, analisis data serta pengecekan keabsahan data.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan

BAB V : Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran