

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru adalah perusahaan pada ranah jasa yang berdiri pada tanggal 10 Desember 2015. PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru sendiri awalnya hanya bekerjasama dengan kantor walikota, pemerintah kota dan pemerintah daerah kabupaten Banjar untuk memberangkatkan orang berwisata menggunakan jasa travel lain terkait pemesanan tiket pesawat, tiket hotel dll dengan sistem pinjam tiket yang mana PT Alanasya akan membayar terlebih dahulu kepada travel lain untuk pemberangkatan karyawan kantor yang ingin berwisata setelah pulang dari berwisata barulah mereka akan membayar biaya perjalanan wisata ke PT Alanasya, hingga pada akhirnya di tahun 2015 PT Alanasya memutuskan untuk mendirikan travel sendiri dan aktif mempromosikan travel PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru sampai sekarang baik mempromosikan melalui mulut ke mulut maupun menggunakan media sosial.¹

Nama Alanasya diambil dari gabungan 3 (tiga) nama anak dari pendiri perusahaan yaitu Alya, Anya, dan Alsa sedangkan Borneo Raya Banjarbaru sendiri adalah lokasi dimana perusahaan ini berdiri yaitu di

¹ Kurniani Budi Asri, Pimpinan, *Hasil wawancara*, Banjarbaru pada 26 April 2022

pulau Borneo Raya yang merupakan sebutan lain untuk pulau kalimantan dan terletak di kota Banjarbaru.²

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru telah terdaftar pada akta notaris yang sudah terdaftar sehingga seluruh kegiatan yang dilaksanakan oleh kantor PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru resmi mempunyai izin. Adapun tujuan didirikannya PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru adalah untuk memudahkan masyarakat Kalimantan Selatan yang ingin berwisata baik di dalam pulau Kalimantan sendiri maupun keluar Pulau Kalimantan dan juga untuk memudahkan wisatawan yang dari luar pulau Kalimantan untuk berwisata ke pulau Kalimantan Selatan, serta untuk mempromosikan wisata yang ada di Kalimantan Selatan baik wisata umum maupun wisata religi agar calon wisatawan baik di Kalimantan Selatan sendiri maupun di luar Kalimantan tertarik untuk berwisata ke Kalimantan Selatan.³

a. Legalitas Perusahaan

Motto “PIAN BAHAGIA, ULUN HIMUNG”

Nama perusahaan :PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

Bidang Usaha :Biro perjalanan Wisata, penyelenggaraan perjalanan wisata religi

Alamat :Jl. RO Ulin No.3, Guntung manggis, Kec.
Landasan Ulin, Kota Banjarbaru,
Kalimantan Selatan 70712

² Kurniani Budi Asri, Pimpinan, *Hasil wawancara*, Banjarbaru pada 26 April 2022

³ Resa Dimanrahardini, Direktur, *Hasil Wawancara*, Banjarbaru pada 8 Oktober 2022

No telepon	: 085754116669
E-mail	: Alanasya@yahoo.co.id
Facebook	: banjarbarutour.pro
Instagram	: banjarbarutour.pro
Youtube	: Alanasya tour
Tiktok	: banjarbarutour.pro
NPWP	: 764577805732000 ⁴

b. Visi Misi Perusahaan

Visi ;

“Menjadi biro perjalanan wisata yang profesional dan terpercaya”

Misi ;

- 1) Membantu memudahkan perjalanan yang nyaman bagi para wisatawan
- 2) Memberikan produk jasa yang berkualitas
- 3) Selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik demi kepuasan pengguna jasa
- 4) Mempromosikan wisata yang ada di Kalimantan Selatan⁵

c. Struktur Organisasi Perusahaan

- 1) Pimpinan : Kurniani Budi Asri
- 2) Direktur : R. Angga Moch Sarja N
- 3) Manajer : Resa Dimanrahardini

⁴ Dokumen PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

⁵ Dokumen PT. Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

- 4) Marketing : Masriah
: Zaini Hamudi
: Lutfi Hidayat
- 5) Customer service : M. Aldi Ramadhani
- 6) Desain grafis : Muhammad Zaid
: Hasbi Khairullah
- 7) Dokumentasi : Syarif Yahya
: Alfi Syahrin
- 8) Pembimbing wisata Religi : Ustadz Agung Hidayat
: Ustadz Doni
- 9) Pemandu Wisata : Akbanur
: Muhammad Amin
: Mahmud Yusuf
: Telisah
: M. Yuda Aluwi
: Budi Arif
: Lanang Aryana
: Heri Rusli⁶

⁶ Dokumen PT. Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

2. Paket Perjalanan wisata religi

Paket perjalanan wisata religi yang saat ini ada di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru yaitu;

a. Ziarah Wali Songo untuk 5 Hari 4 Malam dengan harga mulai dari Rp3.500.000- Rp3.999.000 sudah termasuk

- 1) tiket pesawat pulang pergi (belum antigen/pcr)
- 2) driver lokal
- 3) pemandu ziarah
- 4) homestay khusus walisongo
- 5) mobil+bbm
- 6) tol+parkir
- 7) makan 7x
- 8) snack 1x
- 9) panduan bacaan
- 10) dokumentasi

Adapun destinasi yang akan dikunjungi yaitu ;

- 1) Sunan Giri
- 2) Sunan Ampel
- 3) Syekh Maulana Ishak
- 4) Sunan Drajat
- 5) Sunan Gresik (Maulana Malik Ibrahim)
- 6) Sunan Gunung Jati Cirebon
- 7) Syekh Asmoro Qondi

- 8) Sunan Kudus
 - 9) Sunan Bonang
 - 10) Sunan Muria
 - 11) Sunan Demak
 - 12) Sunan Kalijaga
 - 13) sendang kalimah thoyyibah Semarang
 - 14) serta mendapat bonus perjalanan ke maharani zoo and goa
 - 15) dan juga bonus perjalanan ke wisata bahari lama.⁷
- b. Ziarah 9 wali Banjar dengan harga Rp750.000 per rombongan (3-6 orang) sudah termasuk
- 1) Mobil
 - 2) Driver dan bbm
 - 3) dokumentasi
- Adapun destinasi yang akan dikunjungi yaitu;
- 1) Sayyidi Syekh Muhammad Arsyad bin Abdullah Kalampayan
 - 2) KH. Kasyful Anwar bin Haji Ismail pendiri pondok pesantren darussalam
 - 3) KH. Anang Sya'rani Arif
 - 4) KH. Abdul Ghani bapak dari guru sekumpul
 - 5) KH Hamid Abulung
 - 6) KH. Husein Qadri pengarang kitab senjata mukmin
 - 7) KH. Zaini bin abdul ghani yang dikenal juga sebagai guru sekumpul

⁷ Dokumen PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

- 8) KH. Samman bin Mulia guru suluknya guru sekumpul
 - 9) Habib Basirih Banjarmasin⁸
- c. Paket Wali di Kalimantan Selatan dengan harga Rp1.000.000 per rombongan (5-7 orang) sudah termasuk;

- 1) Mobil
- 2) driver dan BBM
- 3) dokumentasi

Adapun destinasi yang akan dikunjungi yaitu;

- 1) Sayyidi Syekh Muhammad Arsyad bin Abdullah di Kalampayan
- 2) KH. Kasyful Anwar bin haji Ismail pendiri pondok pesantren darussalam
- 3) KH. Anang Sya'rani Arif
- 4) KH. Abdul Ghani bapak dari guru sekumpul
- 5) KH Hamid Abulung
- 6) KH. Husein Qadri pengarang kitab senjata mukmin.
- 7) KH. Zaini bin Abdul Ghani yang dikenal juga sebagai guru sekumpul
- 8) KH. Samman bin Mulia guru suluknya guru sekumpul
- 9) Habib Basirih Banjarmasin
- 10) Datu Sanggul di Rantau
- 11) Datu Tanira dan Guru Kapuh di Kandangan
- 12) Habib Ibrahim dan Kubah Dingin di Nagara

⁸ Dokumen PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

13) Datu Nafis di Kalua.⁹

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru menyediakan juga layanan wisata privat bagi wisatawan yang hanya ingin berwisata bersama keluarga maupun teman-teman terdekatnya saja, dan wisatawan yang menggunakan layanan privat bisa dengan bebas memilih sendiri destinasi wisata religi yang ingin dikunjungi dengan ketentuan minimal ada 12 orang yang ikut dalam pemberangkatan.

Gambar 4. 1

Pamflet Produk Ziarah Wali Songo



⁹ Dokumen PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

Open Trip

Ziarah wali songgo
5hari

Start 3.999k/Pax

Keberangkatan :

- 25-29 Jan
- 15-19 Feb
- 15-19 Mar

Pesan Sekarang

085754116669
alanasyatour@gmail.com





ZIARAH
Wali Songgo

5 D 4 N
START
3.500.000/PAX



HARGA SUDAH TERMASUK
TIKET PESAWAT PP - PENANDU ZIARAH - PANDUAN BACAAN - 4 MALAM DI
HOMESTAY KHUSUS WALI SONGO - TRANSPORTASI DARAT (MOBIL/ELF/BUS)
MAKAN 7X - SNACK 1X - TIKET MASUK WISATA - DOKUMENTASI
INFO.085754116669



Ziarah Wali Songo
Start
3.500.000/pax
Dengan Tiket Pesawat Pp
+Bonus wisata

5D 4N
Pian Bahagia Ulun Himung



Ziarah Wali Songo
5 Day

START
3.999.000/PAX

29-03 DES
SISA 7 SEAT

Call To Find Out More
085754116669

Visit Our Instagram For More
@banjarbarutour.pro

Email Us
alanasyatour@gmail.com

Gambar 4. 2

Pamflet Produk Wali-wali Banjar



3. Strategi promosi paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

Bersumber pada hasil penelitian yang peneliti laksanakan dengan memakai beberapa metode pengumpulan informasi semacam observasi, dokumentasi dan wawancara kepada informan yang berhubungan dengan aktivitas strategi promosi paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru. Strategi promosi pada dasarnya amat dibutuhkan untuk mengatur suatu perusahaan terlebih lagi dalam perusahaan yang berjalan dibidang paket perjalanan wisata religi. Tidak berjalannya maupun terhambatnya promosi suatu perusahaan pasti saja tergantung dari strategi

yang dipakai oleh perusahaan dalam mempromosikan paket perjalanan wisata religi.

Oleh sebab itu diperlukannya strategi promosi dalam proses penjualan wisata religi serta tetap sesuai dengan peraturan yang ditetapkan pemerintah. Berikutnya penulis melaksanakan wawancara dengan informan terkait strategi promosi yang dipakai oleh PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru. Bersumber pada hasil wawancara penulis pada narasumber atau informan mengenai mengenai strategi promosi yang terdapat di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru bahwa perusahaan tersebut menggunakan aspek strategi promosi untuk proses pemasaran yang telah dirangkum ke dalam empat macam sarana promosi yang bisa dipakai oleh tiap perusahaan dalam mempromosikan produknya baik jasa maupun barang, keempat macam sarana promosi tersebut ialah:

a. Periklanan (*Advertising*)

Dalam kehidupan modern ini, periklanan adalah proses kegiatan penggunaan media oleh seorang penjual guna memberitahukan pada pelanggan mengenai suatu serta memberikan dorongan agar mereka membeli maupun memakai produk maupun jasa yang ditawarkan.

Dalam suatu perusahaan periklanan sangatlah penting untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa, menurut paparan dari ibu Resa Dimanrahardini selaku manajer PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru saat di wawancara beliau menjelaskan tentang strategi

promosi yang menggunakan sarana iklan dalam menarik minat masyarakat melaksanakan wisata religi menggunakan jasa perjalanan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru yaitu melalui media online seperti paid promote di akun instagram yang memiliki banyak followers seperti akun klikbanjar dan banjarinfo yang mana PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru biasanya akan membayar sebesar Rp.150.000 untuk sekali posting di akun klikbanjar dan Rp.100.000 untuk posting di banjarinfo, kemudian ketika mempromosikan produk wisata religi PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru akan menyampaikan keutamaan-keutamaan melakukan perjalanan wisata religi seperti untuk menjadi lebih dekat kepada Allah, menambah wawasan serta sebagai sarana untuk mengingat kematian.¹⁰

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga memaparkan keuntungan-keuntungan yang didapat apabila melakukan perjalanan wisata religi menggunakan jasa mereka seperti fasilitas yang nyaman dengan harga yang relatif lebih murah dan sudah termasuk file dokumentasi kegiatan selama berwisata.¹¹

Tim desain akan mengirimkan konten kepada admin klikbanjar atau banjarinfo yang berisikan informasi terkait wisata yang ada di PT Alanasya Borneo Raya untuk diposting di akun

¹⁰ Resa Dimanrahardini, Direktur, Hasil Wawancara, Banjarbaru pada 26 April 2022

¹¹ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

klikbanjar atau banjarinfo, untuk waktu posting biasanya PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru lebih memilih jadwal posting di pagi hari sekitar jam 08.00 WITA atau malam hari sekitar jam 20.00 WITA untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal, karena biasanya konten yang diposting pada pagi atau malam hari memiliki jangkauan yang lebih luas terbukti setelah konten di posting oleh klikbanjar atau banjarinfo pengunjung halaman instagram PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru menjadi lebih banyak dari biasanya terlihat dari isight dan penonton cerita instagram PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru.¹²

Strategi promosi melalui sarana iklan yang diterapkan adalah dengan pemanfaatan kelompok masyarakat dalam sebuah kegiatan yang disebutkan seperti media iklan untuk promosi. dalam iklan untuk promosi tersebut juga di dalamnya diberikan pemahaman kepada calon wisatawan religi tentang keutamaan-keutamaan ibadah wisata religi (Banjarmasin dan walisongo) dan memberikan pelayanan yang optimal kepada kepada calon wisatawan. Adapun dalam proses promosi dalam bentuk iklan yaitu penyampaian produk jasa yang disampaikan melalui media sosial dengan metode paid promote pada akun-akun daerah seperti klikbanjar dan akun banjarinfo.¹³

¹² Resa Dimanrahardini, Direktur, Hasil Wawancara, Banjarbaru pada 26 April 2022

¹³ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

Ibu Masriah yang bertugas sebagai marketing menurut hasil wawancara dari Ibu Masriah menjelaskan Strategi yang dominan yaitu gimana kita menggugah atensi warga buat mengerti akan syarat dan ketentuan di wisata religi baik wisata religi di Banjarmasin maupun wisata religi ke walisongo alhasil mereka yakin dengan kita. Promosi kita biasanya lebih banyak dengan media sosial pakai paid promote di akun-akun daerah seperti klikbanjar dan akun banjarinfo, kemudian promosi di majelis taklim pengajian-pengajian, masjid-masjid, atau ke sekolah. Dan juga kerjasama dengan berbagai pihak seperti walikota dan pemerintah daerah.¹⁴

Strategi promosi berupa iklan yang digunakan adalah dengan memberikan gambaran mengenai aturan-aturan travel yang memiliki hak izin dari pemerintah sehingga dapat meningkatkan rasa kepercayaan kepada masyarakat serta menyampaikan kepada masyarakat tentang fasilitas yang ada.¹⁵

b. Promosi penjualan

Pada kegiatan promosi penjualan, PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru lebih menghususkan untuk memberikan diskon di hari-hari tertentu seperti diskon saat hari kemerdekaan atau diskon pada saat tahun baru islam untuk menarik calon konsumen perjalanan

¹⁴ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

¹⁵ Resa Dimanrahardini, Direktur, Hasil Wawancara, Banjarbaru pada 5 November 2022

wisata religi. PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga memberikan pelayanan langsung kepada para calon konsumen perjalanan wisata religi yang ingin melaksanakan perjalanan wisata religi.

Calon customer kebanyakan lebih memilih berangkat wisata menggunakan travel yang menawarkan harga murah namun dengan fasilitas dan pelayanan yang bagus. Oleh karenanya, PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam promosi penjualan lebih menggunakan sarana penggunaan diskon dan setiap konsumen yang menggunakan jasa PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga akan mendapatkan hadiah berupa gantungan kunci dengan logo PT Alanasya Borneo Raya sebagai kenang-kenangan, PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga sering mengadakan games berupa tebak-tebakan berhadiah menarik untuk para wisatawan agar perjalanan lebih berkesan dan tidak terasa membosankan.¹⁶

Tujuan khusus PT Alanasya Borneo Raya melalui promosi penjualan dengan mengadakan voucher diskon dan memberikan hadiah bagi para calon wisatawan adalah untuk mempengaruhi keputusan calon pengguna jasa wisata religi untuk menggunakan jasa PT Alanasya Borneo Raya

¹⁶ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 13 Oktober 2022

Ibu Resa Dimanrahardini dalam keterangannya menjelaskan tujuan promosi penjualan yang dilakukan oleh PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru adalah untuk lebih mengenalkan wisata yang terdapat di Kalimantan Selatan dengan wisata yang terbatas namun dapat dinikmati dengan maksimal bukan hanya warga sekitar namun orang luar daerah Banjarbaru tersebut, untuk dapat lebih menarik perhatian, pada setiap bulan besar atau waktu-waktu tertentu biasanya PT Alanasya Borneo Raya akan memberikan diskon untuk 5 pendaftar pertama, dengan adanya diskon ini calon wisatawan akan tertarik dan terdorong untuk membeli paket perjalanan wisata umum maupun wisata religi sesegera mungkin sehingga hal ini dapat memaksimalkan promosi PT Alanasya Borneo Raya.¹⁷

c. Publisitas

Peran Internet sangatlah membantu PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru untuk dapat menjual produk mereka dan memberikan informasi seputar perjalanan wisata religi (walisongo) kepada konsumen mereka. PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru memiliki *social media* sendiri dengan *username* banjarbarutour.pro halaman *instagram* ini bisa dibilang sungguh komplit sebab bermuatan seluruh data tentang PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru. Mulai dari profil umum

¹⁷ Resa Dimanrahardini, Direktur, *Hasil Wawancara*, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru, alamat kantor, pilihan paket program perjalanan umum maupun wisata religi, pilihan paket tour dalam dan luar negeri, Apalagi para calon pelanggan saat ini bisa melaksanakan registrasi perjalanan wisata religi (walisongo) secara *online* pada *social media* ini.¹⁸

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru memanfaatkan media sosial seperti instagram sebagai sarana dalam publikasinya, ibu Resa Dimanrahardini juga mengatakan “Untuk publikasinya kita *nih rancak* banyak di Instagram *lawan tiktok pang*, di whatsapp ya *jua rancak beolah* status *testi-testi* orang yang sudah memakai jasa kami, dan *wahini* sudah mulai proses rajin *jua* mengolah konten rencananya *sagan* di publikasi di youtube *jua pang*, yang *tulak* wisata pakai jasa kami *gin kawa haja jua* minta hasil dari konten yang kami olah *pas* di perjalanan”¹⁹

Dalam pernyataan ibu Resa Dimanrahardini disebutkan bahwa dalam strategi promosi sarana publikasinya menggunakan laman instagram, tiktok, whatsapp dan youtube untuk pengembangan informasinya. Instagram, tiktok dan youtube ditaksir amat fungsional bisa diakses bila saja, dimana saja, serta oleh siapa saja hingga PT Alanasya Borneo Raya

¹⁸ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 13 Oktober 2022

¹⁹ Resa Dimanrahardini, Direktur, Hasil Wawancara, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

Banjarbaru lalu meningkatkan media sosial nya supaya jadi penemuan nomor satu dikala pencarian pada halaman pencarian hal biro perjalanan wisata bagus wisata biasa maupun religi.²⁰

Pada laman media sosial calon pelanggan bisa mengakses info terkait paket wisata religi semacam ziarah walisongo, *company profile*, testimoni wisatawan yang telah menggunakan jasa PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru serta media interaktif dengan admin customer service PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru untuk tanya jawab mengenai produk jasa, maupun hal lain yang berkaitan dengan wisata umum maupun wisata religi.

Dalam proses publikasi dan dokumentasi PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru bekerjasama dengan akun instagram *drone_freelance* yang merupakan penyedia layanan footage drone dan videography profesional untuk pembuatan konten selama berwisata dan kemudian hasil konten video tersebut akan di unggah ke platform media sosial PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru seperti instagram, tiktok dan youtube, pengguna jasa wisata religi PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga dapat mengupload hasil konten yang telah dibuat oleh tim PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru bersama *drone_freelance* sebagai postingan pribadi, yang mana apabila wisatawan ikut

²⁰ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

memposting hasil konten yang disediakan berarti secara natural wisatawan tersebut telah ikut mempublikasikan jasa wisata PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru yang sudah dipergunakan.²¹

Pada proses publisitas PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga juga mendapat tawaran dari Banjarmasin Post untuk menjadi narasumber pada beberapa berita yang dirilis oleh Banjarmasin Post sehingga sehingga secara tidak langsung memperkenalkan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru kepada para pembaca berita di *website* Banjarmasin Post, adapun berita terkait PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru yang pernah dipublikasikan oleh Banjarmasin Post yaitu dengan judul “Jelang akhir tahun, permintaan paket liburan domestik meningkat 50 persen” ada pula berita terkait “Terminal baru bandara Syamsudin Noor resmi beroperasi, biro travel di Kalsel rasakan dampak positif” dan juga berita yang berjudul “Jelang high season akhir tahun, booking tiket pesawat alami peningkatan 30 persen” terakhir berita dengan judul “Ziarah tour bisa jadi pilihan destinasi akhir tahun”

d. Personal selling/penjualan Personal

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru melaksanakan aktivitas penjualan personal ke majelis taklim serta pengajian-pengajian, masjid-masjid, atau ke sekolah dan juga kerjasama

²¹ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 13 Oktober 2022

dengan berbagai pihak seperti walikota dan pemda secara langsung. Ibu-ibu pengajian, anak-anak sekolah atau karyawan kantor yang ingin mengadakan wisata religi biasanya akan mencari beberapa travel dan memilih travel yang paling bagus dari segi kualitas dan harga untuk mereka gunakan jasanya dalam melakukan perjalanan wisata religi, PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru kemudian menawarkan paket perjalanan wisata religi dan menjelaskan tentang sarana transportasi, fasilitas, persyaratan yang wajib dipenuhi oleh calon wisatawan, harga, atouran metode pembayarannya, keuntungan yang diterima dan pengalaman PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam memberangkatkan wisata religi, Apabila calon wisatawan merasa cocok maka mereka akan menggunakan jasa PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru untuk pemberangkatkan wisata religi.

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru mempromosikan secara tatap muka mengunjungi pengajian-pengajian, ibu-ibu arisan, dan sekolah-sekolah, ketika mempromosikan wisata religi PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga menyampaikan keutamaan-keutamaan wisata religi dan terakhir lewat promosi wisatawan yang telah menggunakan jasa PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru lewat mulut mereka yang memberikan pengalamannya kepada teman, keluarga atau

kerabat.²²

Proses promosi menggunakan penjualan personal dinilai telah berhasil menggaet berbagai kalangan untuk menggunakan jasa PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam proses ibadah wisata religi seperti ziarah walisongo karena dengan menggunakan penjualan personal calon wisatawan dan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru menjadi lebih intens karena saling bertatap muka secara langsung sehingga calon wisatawan bisa dengan mudah menanyakan apapun yang ingin mereka ketahui terkait produk perjalanan wisata religi yang ada.

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga menerapkan kegiatan promosi penjualan personal ini di kantor PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru sendiri. Para pelanggan yang datang ke kantor PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru untuk mendaftar maupun sekedar bertanya mengenai paket wisata umum maupun wisata religi yang kemudian dijelaskan oleh staf wisata secara rinci yang merupakan komunikasi dua arah alhasil terbentuklah obrolan. Dengan penjualan yang dilaksanakan di kantor ini PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru bisa langsung berhubungan dengan cara lebih bersahabat guna membuat ikatan baik serta pula bisa langsung mengetahui respon atau reaksi calon

²² Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

wisatawan (terjalannya feedback secara langsung).²³

Pemanfaatan kelompok masyarakat dalam sebuah kegiatan yang disebutkan seperti ibu-ibu pengajian atau anak-anak sekolah sebagai media iklan untuk personal selling. obrolan antar tatap muka yang dilaksanakan di kantor PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru ialah media yang sering dipakai. Perihal ini dikarenakan dengan berbicara secara langsung maka akan dapat mengetahui bagaimana reaksi calon wisatawan secara langsung serta lebih leluasa menjelaskan bahwa PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru memberikan pelayanan yang penuh akan kualitas.

4. Faktor pendukung dan penghambat dalam mempromosikan paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

Promosi merupakan suatu aktivitas yang amat berarti dalam penjualan jasa dan produk yang ditawarkan oleh pihak perusahaan pada customer maupun pelanggan maupun calon customer serta diyakini masyarakat dari banyak kalangan kalau promosi itu bisa memberikan dampak besar kepada penjualan produk serta jasa yang ditawarkan oleh perusahaan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru. PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam kegiatan promosinya

²³ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat dalam mempromosikan paket perjalanan wisata religi.

Adapun faktor pendukung dalam proses strategi promosi yang dilakukan untuk menggaet calon wisatawan untuk menggunakan jasa perjalanan wisata religi oleh PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru yaitu banyaknya relasi yang dimiliki PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru sehingga memudahkan dalam hal mempromosikan paket perjalanan wisata umum maupun religi, PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga memiliki staf tenaga profesional yang berpengalaman dalam pembuatan konten yang menarik untuk dipublikasikan di media sosial serta memberikan harga yang relatif lebih murah dibanding travel lain²⁴

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga selalu memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada konsumen, dan bisa melayani jasa pemesanan transportasinya saja sehingga dapat mengoptimalkan semua kegiatan dalam strategi promosi dengan penjualan produk-produk tersebut.

Selain itu, PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga biasa melakukan wisata privat hanya dengan keluarga, teman, atau kerabat dekat saja sehingga tidak bergabung dengan orang yang tidak dikenal, dan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru selalu

²⁴ Resa Dimanrahardini, Direktur, *Hasil Wawancara*, Banjarbaru pada 19 November 2022

menggandeng ustadz pendamping khusus untuk perjalanan wisata religi yang akan memandu selama berwisata, faktor pendukung PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam proses promosi yang lebih menonjol adalah dari segi kualitas dan juga tarif harga yang dipatok masih terbilang murah dibandingkan travel pada umumnya. Oleh karenanya keunggulan tersebut lebih dicondongkan oleh PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam proses promosi. Keunggulan yang PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru tawarkan kepada calon konsumen sebagai faktor pendukung proses promosi ialah demi membuat faktor pendukung lebih menonjol daripada penghambat.²⁵

Sebaliknya faktor penghambat dalam proses promosi paket perjalanan wisata religi ialah banyaknya travel jasa perjalanan wisata yang serupa sehingga terjadi persaingan harga yang ketat, dan terkadang pesan yang disampaikan kurang dimengerti oleh masyarakat apalagi dikalangan orang-orang tua, dan masyarakat biasanya menginginkan fasilitas yang mewah dengan harga yang murah sehingga seringkali PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru keterbatasan dalam masalah keuangan, serta adanya wisatawan yang tiba-tiba membatalkan pemberangkatan padahal transportasi sudah dipesan sehingga menimbulkan kerugian.

²⁵ Masriah, Marketing, Hasil wawancara, Banjarbaru pada 20 Oktober 2022

B. Pembahasan

Langkah yang berikutnya dari data yang didapatkan peneliti dari lapangan untuk menganalisis strategi promosi paket perjalanan wisata religi yang diterapkan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru maka penulis melakukan pembahasan guna mengenali hasil dari strategi promosi wisata religi pada PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru. Data strategi promosi PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru disini dijabarkan dan didapatkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara antara penulis dengan pihak PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru secara langsung.

1. Strategi promosi paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

Strategi promosi merupakan tahap yang wajib diperhitungkan dalam susunan kegiatan manajemen penjualan. Aktivitas pada strategi promosi ialah tahap di aspek penjualan berbentuk interaksi atau komunikasi yang dijalani perusahaan dengan pelanggan maupun pelanggan, interaksi yang dibangun pada strategi promosi berbentuk pemberian informasi, mengajak, serta memberikan pengaruh terhadap suatu produk, strategi promosi dipecah jadi 2 yaitu strategi promosi barang serta strategi promosi jasa, keduanya mempunyai watak yang berlainan, meski begitu kedua strategi promosi itu bermaksud untuk meningkatkan kapasitas penjualan dengan metode

menarik atensi pelanggan maupun konsumen khususnya pada keputusan pembelian.²⁶

Bersumber pada hasil penelitian yang peneliti jalani dengan memakai beberapa metode pengumpulan data seperti observasi, dokumentasi dan wawancara kepada informan yang berhubungan dengan aktivitas strategi promosi paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru. Strategi promosi pada dasarnya amat dibutuhkan untuk mengatur penjualan suatu perusahaan terlebih dalam perusahaan yang berjalan dibidang paket perjalanan wisata religi. Tidak berjalannya maupun terhambatnya promosi maupun penjualan suatu perusahaan pasti saja terkait dari strategi yang dipakai oleh perusahaan dalam perjalanan wisata religi.

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru menggunakan aspek strategi promosi untuk proses pemasaran dalam empat macam sarana promosi dalam mempromosikan produknya baik produk jasa maupun barang, keempat macam sarana promosi tersebut adalah:

a. Periklanan (*Advertising*)

Sebuah teori periklanan, menurut Basu Swastha:“ Periklanan merupakan komunikasi non individu, lewat bermacam media yang dikerjakan oleh perusahaan, dengan sejumlah biaya, individu individu serta lembaga non laba.” Periklanan memiliki sifat menjangkau masyarakat secara luas (*massal*), tidak individu tetapi dengan cara

²⁶ H.Muhammad Yusuf Saleh and Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran No Title* (Makassar: Sah Media, 2019).

langsung dengan audien (*impersonal*) serta bisa mengantarkan buah pikiran dengan cara menyakinkan serta memunculkan dampak yang dramatif (*ekspresif*)²⁷

Dalam tahap strategi periklanan diperlukan tahapan untuk dilakukan analisis kepada produk serta perencanaan iklan yang nanti akan dibuat, menciptakan penayangan iklan yang akan dipublikasikan ke masyarakat, mempublikasikan iklan ke masyarakat, serta membuat pengawasan terhadap iklan yang ditayangkan dan mengamati tingkat penjualan, tanggapan masyarakat, serta hal lainnya yang dipengaruhi oleh iklan.²⁸

Adapun fungsi-fungsi periklanan menurut Basu Swastha yaitu untuk memberi informasi dengan menggunakan periklanan bisa menaikkan angka terhadap suatu barang dengan memberikan informasi pada pelanggan. Promosi bisa memberikan data lebih banyak dari yang lain, baik mengenai barangnya, biaya maupun informasi lain yang berguna untuk pelanggan. Periklanan berfungsi juga untuk mempengaruhi atau membujuk terutama pada calon konsumen yang potensial dengan memberikan pernyataan kalau suatu produk maupun jasa yang ditawarkan mempunyai kelebihan dibandingkan produk atau jasa lain. Periklanan dapat menimbulkan kesan terhadap masyarakat untuk melaksanakan pembelian secara ekonomis serta rasional dan bisa

²⁷ Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran Modern*, kedua (Yogyakarta: Liberty, 2008). H.. 245-248

²⁸ Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*.

membantu memuaskan keingintahuan calon customer terhadap barang/jasa yang akan mereka pakai. Periklanan merupakan media komunikasi agar membuka komunikasi dua arah konsumen atau pembeli, sehingga kemauan mereka bisa terakumulasi dengan metode yang efisien serta efektif.²⁹

Berdasarkan data dan teori yang ada memperlihatkan bahwa strategi promosi melalui sarana iklan yang dilakukan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru adalah dengan pemanfaatan kelompok masyarakat sebagai media iklan untuk promosi, sebelum melakukan periklanan tim marketing terlebih dahulu mencari dan mengumpulkan data terkait akun-akun media sosial yang memiliki pengaruh besar dengan ratusan ribu followers serta memilah akun mana yang sekiranya cocok untuk diajak kerjasama dalam melakukan periklanan, setelah mendapatkan akun yang cocok tim marketing akan menghubungi pemilik akun media sosial melalui kontak person yang tercantum di akun pemilik media sosial untuk menanyakan terkait harga dan prosedur pemasangan iklan, setelah harga pemasangan iklan disepakati tim marketing akan menentukan kapan tanggal dan waktu iklan akan diposting, apabila tanggal dan waktu telah mendapat kesepakatan maka tim marketing akan memberikan informasi kepada tim desain agar

²⁹ Basu Swastha Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran Modern*, kedua (Yogyakarta: Liberty, 2008).

dibuatkan konten untuk diposting di akun media sosial yang telah disepakati.

Tim desain akan membuat konten yang berisikan informasi terkait wisata apa saja yang ada di PT Alanasya Borneo Raya baik wisata umum maupun wisata religi, setelah konten yang dibuat selesai maka tim desain akan menyerahkannya kepada tim marketing untuk dikirim kepada admin media sosial yang diajak bekerjasama, adapun media sosial yang dipilih oleh PT Alanasya Borneo Raya untuk kerjasama biasanya adalah akun @klikbanjar yang saat ini memiliki 652RB followers dan akun @banjarinfo yang memiliki 475RB followers adapun untuk waktu posting biasanya PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru lebih memilih jadwal posting pada akhir pekan di pagi hari sekitar jam 08.00 WITA atau malam hari sekitar jam 20.00 WITA untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal, karena biasanya konten yang diposting pada akhir pekan di pagi atau malam hari memiliki jangkauan yang lebih luas terbukti setelah konten di posting oleh klikbanjar atau banjarinfo pengunjung halaman instagram PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru menjadi lebih banyak dari biasanya terlihat dari isight dan penonton cerita instagram yang di unggah PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru.

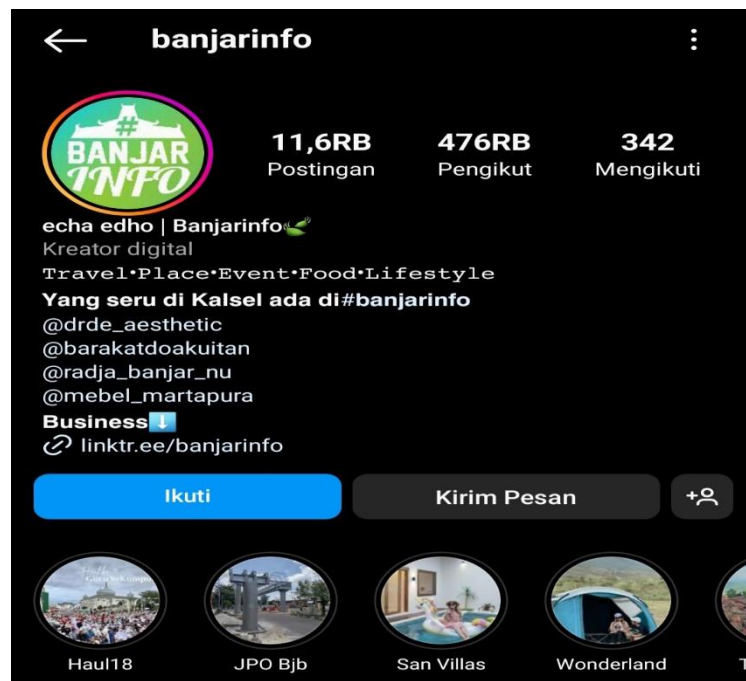
Gambar 4. 3

Laman Instagram Klikbanjar



Gambar 4. 4

Laman Instagram Banjarinfo



Pada konten promosi yang dibuat oleh tim desain biasanya disebutkan harga-harga paket perjalanan wisata religi yang ada kepada calon wisatawan dan dijelaskan pula mengenai keuntungan ibadah wisata religi serta memberikan pelayanan yang optimal kepada pada calon wisatawan dan memberi pemahaman pada masyarakat terkait ketentuan-ketentuan wisata religi sehingga diharapkan dapat menggugah atensi masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata religi. Melakukan promosi dengan pemanfaatan media sosial dengan metode paid promote pada akun-akun yang memiliki pengaruh kuat di kalangan masyarakat seperti klikbanjar dan akun banjarinfo serta didukung dengan adanya strategi promosi berupa iklan yang digunakan dan memberikan gambaran mengenai paket perjalanan dan keuntungan-keuntungan yang akan didapat akan meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat, serta juga memberikan dampak baik dan kesan yang baik sehingga secara natural masyarakat juga akan ikut mempromosikan paket perjalanan wisata religi yang ada di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru melalui mulut ke mulut.

b. Promosi Penjualan

Menurut Hermawan promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk sesegera mungkin dan

meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan³⁰ sedangkan menurut Peter & Olson promosi penjualan didefinisikan sebagai peristiwa memasarkan berfokus pada tindakan yang tujuannya untuk memberikan akibat secara langsung terhadap perilaku pelanggan sebuah perusahaan.³¹

Promosi Penjualan bertujuan untuk mengenali serta memikat konsumen baru, menyampaikan produk baru, menambah jumlah konsumen untuk produk yang sudah dikenal secara luas, memberikan informasi kepada konsumen terkait peningkatan kualitas pada produk, mengajak konsumen agar berkunjung ke toko tempat penjualan produk, serta memberikan motivasi kepada konsumen agar tertarik untuk membeli suatu produk.³²

Adapun teknik promosi penjualan menurut Oentoro yang bisa digunakan untuk menarik konsumen yaitu dengan memberikan kupon penurunan harga atau potongan harga secara langsung di momen-momen tertentu, bisa juga dengan memberikan bonus produk dan mengadakan kontes serta undian yang memberi peluang untuk memenangkan uang tunai, perjalanan maupun beberapa barang dikarenakan membeli sesuatu.³³

³⁰ Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*.

³¹ Peter, J. P., & Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*.

³² Assauri, *Manajemen Pemasaran*.

³³ Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*.

Berdasarkan data dan teori yang ada kegiatan promosi penjualan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru lebih menghususkan untuk melakukan kegiatan promosi penjualan dengan memberikan diskon khusus pada bulan atau waktu-waktu tertentu seperti diskon atau potongan harga paket perjalanan wisata pada saat tahun baru dan diskon pada bulan maulid Nabi Muhammad SAW sebagai daya pikat calon wisatawan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga sering memberikan diskon sebesar Rp500.000 untuk 5 pendaftar pertama, cara ini dipakai guna menarik keinginan calon wisatawan dan mempengaruhi keputusan calon pengguna jasa wisata religi untuk menggunakan jasa PT Alanasya Borneo Raya sesegera mungkin untuk mendapatkan diskon atau potongan harga tersebut.

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga memberikan hadiah berupa gantungan kunci dengan logo PT Alanasya Borneo Raya sebagai kenang-kenangan untuk semua wisatawan yang menggunakan jasa mereka, selain itu PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga sering mengadakan games berupa tebak-tebakan seputar keagamaan atau seputar budaya banjar agar wisatawan tidak bosan selama perjalanan, dan wisatawan yang memenangkan games akan mendapatkan hadiah menarik seperti botol minum atau baju kaos.

Tujuan promosi penjualan yang dilakukan oleh PT Alanasya Borneo Raya adalah untuk membuat calon wisatawan tergiur dengan diskon-diskon yang diberikan dan mendorong calon wisatawan untuk melakukan pembelian produk perjalanan wisata religi sesegera mungkin agar menjadi 5 pendaftar pertama yang mendapatkan diskon tersebut sehingga dapat mempercepat peningkatan jumlah pembelian paket perjalanan wisata religi PT Alanasya Borneo Raya.

c. Publisitas

Sebuah teori periklanan, menyebutkan bahwa publisitas ialah metode yang umumnya dipakai pula oleh wiraswasta untuk membuat pengaruh dengan cara tidak langsung pada konsumen supaya mereka menjadi tahu serta menyenangi produk itu di media massa. Bagi H. Indriyo Gitosudarmo Meter. Com, Publisitas ialah suatu alat promosi yang sanggup membuat pandangan warga dengan cara cepat, sehingga disebut juga sebagai selaku suatu upaya mensosialisasikan maupun memasyarakatkan suatu produk³⁴

Publisitas bermanfaat untuk meningkatkan brand awareness di kalangan khalayak, publisitas yang dilakukan lewat bermacam media akan membuat bidang usaha lebih cepat diketahui, terlebih bila dikemas dengan konten yang menarik brand pasti akan menarik atensi warga sehingga dapat membangun integritas pula, dengan

³⁴ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 2017). H. 240

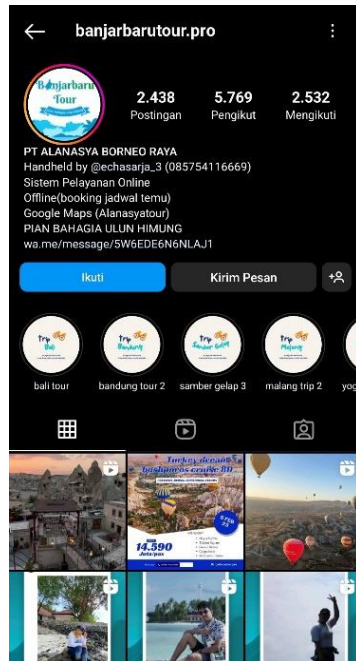
integritas yang bagus pasti akan memberikan dampak kemudahan dalam menarik pelanggan. Perusahaan perlu melaksanakan publisitas mengenai produknya supaya dikenali oleh khalayak. Produk yang kerap nampak oleh publik tentu akan semakin terlihat kredibel dan semakin diingat, bagi Wahyuni Pudjiastuti dalam buku publisitas untuk perusahaan, publisitas dikira lebih handal dibanding promosi sebab didapat dari bungkus informasi maupun postingan yang terbuat oleh media. Publisitas juga dapat meningkatkan Brand Value, dalam bidang usaha apapun keberhasilan bisa dicapai ketika publik mempunyai keyakinan terhadap bidang usaha itu dengan dorongan publisitas, perusahaan bisa mengantarkan bermacam catatan positif pada khalayak dengan gagasan yang menarik. Semakin sering perusahaan melaksanakan publisitas kepada produknya maka brand value juga akan kokoh serta mendapatkan kepercayaan lebih dari publik.

Berdasarkan data dan teori yang ada, peran Internet sangatlah membantu PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru untuk dapat menjual produk mereka dan memberikan informasi terkait paket perjalanan wisata religi kepada konsumen mereka. PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru memiliki *social media* seperti whatsapp, instagram, tiktok, dan youtube dengan *username* @Banjarbartour.pro, konten yang dimiliki PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dapat dibidang sangat

komplit karena berisi seluruh data terkait informasi PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru baik dari segi lokasi kantor, kontak person, daftar harga hingga testimoni dari pelanggan. Media sosial ditaksir sangat fungsional dan bisa diakses kapan saja serta dimana saja dan oleh siapa saja, sehingga PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru selalu berupaya untuk meningkatkan media sosial nya supaya menjadi penemuan nomor satu dikala pencarian pada halaman pencarian media sosial, pada media sosial ini PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga sering memberikan foto maupun video-video selama perjalanan wisata dilakukan, sehingga calon konsumen bisa melihat seperti apa perjalanan wisata religi yang diselenggarakan oleh PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru.

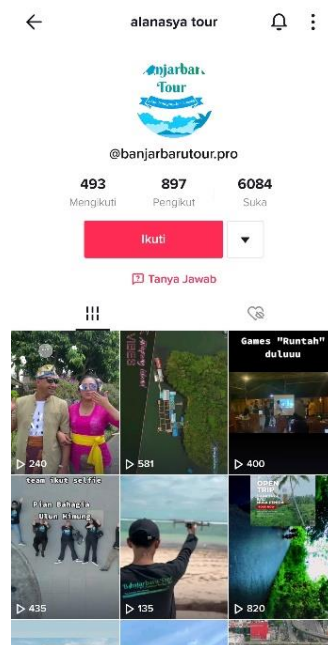
Gambar 4. 5

Laman Instagram PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru



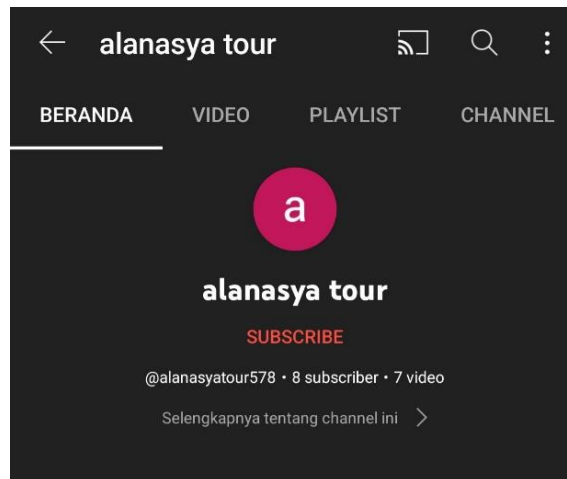
Gambar 4. 6

Laman Tiktok PT Alansya Borneo Raya Banjarbaru



Gambar 4. 7 Laman

Youtube PT Alansya Borneo Raya Banjarbaru



Gambar 4. 8

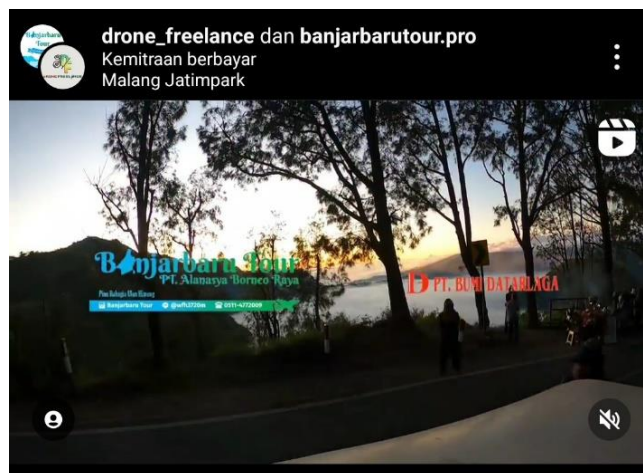
Laman whatsapp PT Alansya Borneo Raya Banjarbaru



Dalam proses publikasi dan dokumentasi PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga bekerjasama dengan akun instagram drone_freelance yang merupakan penyedia layanan footage drone dan videography profesional untuk pembuatan konten selama berwisata dan kemudian hasil konten video tersebut akan di unggah ke platform media sosial seperti instagram, tiktok maupun status whatsapp PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru, pengguna jasa perjalanan wisata religi juga dapat mengupload hasil konten yang telah dibuat oleh tim PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru bersama drone_freelance sebagai postingan pribadi, yang mana apabila wisatawan ikut memposting hasil konten yang disediakan berarti secara natural wisatawan tersebut telah ikut mempublikasikan jasa wisata PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru yang sudah dipergunakan.

Gambar 4. 9

Postingan drone_freelance dengan
PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru



PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga mendapat tawaran dari Banjarmasin Post untuk menjadi narasumber pada beberapa berita yang dirilis oleh Banjarmasin Post sehingga secara tidak langsung memperkenalkan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru kepada para pembaca berita di *website* Banjarmasin Post, berita yang pernah dipublikasikan oleh Banjarmasin post diantaranya yaitu;

- 1) Berita terkait meningkatnya permintaan paket liburan domestik hingga 50 persen dengan judul “Jelang akhir tahun, permintaan paket liburan domestik meningkat 50 persen” pada berita ini menjelaskan bahwa akhir tahun menjadi ladang keuntungan bagi para pelaku bisnis perjalanan wisata dikarenakan masyarakat umumnya memanfaatkan liburan akhir tahun untuk melakukan perjalanan wisata sehingga sejumlah biro perjalanan wisata termasuk PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru mulai kebanjiran orderan ke berbagai kota di Indonesia hingga mancanegara.³⁵
- 2) Berita mengenai biro travel yang rasakan dampak positif usai terminal baru bandara Syamsudin Noor resmi

³⁵ Hari Widodo, “Jelang Akhir Tahun, Permintaan Paket Liburan Domestik Meningkat 50 Persen,” Banjarmasin Post, 2019, <https://banjarmasin.tribunnews.com/2019/10/22/jelang-akhir-tahun-permintaan-paket-liburan-domestik-meningkat-50-persen>, diakses pada 21 Desember 2022 Pukul 15.30.

beroperasi judul berita ini adalah “Terminal baru bandara Syamsudin Noor resmi beroperasi, biro travel di Kalsel rasakan dampak positif” dalam berita ini menyebutkan dampak positif yang dirasakan biro-biro travel di Kalimantan Selatan setelah beroperasinya terminal baru disertai rute atau jalur menuju lokasi baru, salah satunya PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru yang merasakan antusiasme masyarakat kian meningkat hingga paket perjalanan wisata menjadi laris hingga seat habis.³⁶

- 3) Berita tentang peningkatan booking tiket pesawat hingga 30 persen jelang akhir tahun, berita ini berjudul “Jelang high season akhir tahun, booking tiket pesawat alami peningkatan 30 persen” dalam berita ini biro travel di Kalimantan Selatan termasuk PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru mendapatkan banyak permintaan booking tiket pesawat dan paket liburan baik paket perjalanan wisata dalam negeri maupun wisata ke luar negeri.³⁷
- 4) Terakhir yaitu berita yang berjudul “Ziarah tour bisa jadi pilihan destinasi akhir tahun” pada berita ini menyebutkan

³⁶ Mariana, “Terminal Baru Bandara Syamsudin Noor Resmi Beroperasi, Biro Travel Di Kalsel Rasakan Dampak Positif,” Banjarmasin Post, 2019, <https://banjarmasin.tribunnews.com/2019/12/15/terminal-baru-bandara-syamsudin-noor-resmi-beroperasi-biro-travel-di-kalsel-rasakan-dampak-positif>, diakses pada 21 Desember 2022 Pukul 16.20.

³⁷ Mariana, “Jelang High Season Akhir Tahun, Booking Tiket Pesawat Alami Peningkatan 30 Persen,” Banjarmasin Post, 2019, <https://banjarmasin.tribunnews.com/2019/11/17/jelang-high-season-akhir-tahun-booking-tiket-pesawat-alami-peningkatan-30-persen>, Diakses pada 21 Desember 2022 Pukul 17.00.

bahwa peminat wisata religi terus meningkat sehingga banyak pebisnis travel yang berlomba-lomba menyediakan pelayanan wisata religi yang bisa menjadi pilihan bagi masyarakat, PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga menawarkan paket perjalanan wisata religi ziarah wali songo di pulau Jawa dan ziarah wali di Kalimantan Selatan.³⁸

dengan dirilisnya berita tersebut secara tidak langsung para pembaca berita di Banjarmasin Post akan mengenal dan kemungkinan untuk membeli paket perjalanan wisata di PT Alanasya Borneo Raya.

d. Personal selling/penjualan Personal

Sebuah teori periklanan, menyebutkan bahwa penjualan personal merupakan interaksi antar individu, saling bertatap muka dengan tujuan untuk memperbaiki menciptakan serta mempertahankan atau menguasai suatu pertukaran dengan pihak lain.³⁹

*Personal selling is the most effective tool at later stages of the buying process, particularly in building up buyer preference, conviction, and action. Three notable qualities are that it can be customized for individuals, it is relationship-oriented, and it is response-oriented.*⁴⁰

³⁸ Mariana, "Ziarah Tour Bisa Jadi Pilihan Destinasi Wisata Akhir Tahun," Banjarmasin Post, 2019, <https://banjarmasin.tribunnews.com/2019/12/01/ziarah-tour-bisa-jadi-pilihan-destinasi-wisata-akhir-tahun>, diakses pada 21 Desember 2022 Pukul 19.30.

³⁹ Dharmmesta, *Manajemen Pemasaran Modern*.

⁴⁰ Kotler and Keller, *A Framework for Marketing Management*.

Personal selling ialah media yang sangat efektif pada tahapan selanjutnya dari proses pembelian, khususnya dalam membuat preferensi pembeli, keyakinan, dan tindakan. Tiga kualitas penting adalah bahwa hal itu dapat disesuaikan untuk individu, berorientasi pada hubungan, dan berorientasi pada respons. Adapun proses penjualan personal menurut Sumarni dan Suprihanto yaitu melakukan persiapan sebelum penjualan, menetapkan lokasi pembeli potensial, pendekatan pendahuluan, penjualan dan kegiatan semua penjualan⁴¹ searah dengan aktivitas promosi yang dibedakan jadi empat jenis (periklanan, promosi penjualan, publisitas serta pemasaran perorangan), bila ditinjau dari perspektif Islam, maka amat sangat sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Rasulullah Muhammad SAW pula memakai promosi dalam berbisnis. Prinsip-prinsip yang dipakai oleh Rasulullah Muhammad SAW merupakan personal selling, iklan, promosi penjualan, serta humas, tetapi konsep yang diterapkan Rasulullah Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan disaat ini namun konsepnya tidak lepas dari moral, etika serta estetika keIslaman, dan dalam Islam dilarang keras melakukan penipuan, janji palsu, serta mengingkari janji. Oleh sebab itu dalam melakukan promosi, pebisnis wajib

⁴¹ J Sumarni, M., & Suprihanto, *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2014).

menjauhi tindakan kebohongan, janji palsu, iklan porno, dan publikasi produk yang menghalalkan segala cara.

Berdasarkan data data dan teori yang ada PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru melaksanakan aktivitas personal selling ini ke beberapa dinas pemerintahan daerah baik secara langsung maupun tidak langsung, PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru mempromosikan paket perjalanan wisata religi secara tatap muka mengunjungi pengajian-pengajian, ibu-ibuarisan, dan sekolah-sekolah, dalam proses mempromosikan wisata religi PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru akan menyampaikan keutamaan wisata religi, harga serta keuntungan yang akan didapat apabila menggunakan jasa mereka.

PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru juga menerapkan kegiatan promosi penjualan personal ini di kantor PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru sendiri, para pelanggan yang datang ke kantor PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru secara langsung untuk mendaftar maupun sekedar bertanya mengenai paket wisata umum maupun wisata religi akan dilayani dengan baik dan sepenuh hati dan ditayangkan paket perjalanan wisata seperti apa yang mereka inginkan kemudian staf akan menjelaskan secara rinci paket perjalanan wisata apa saja yang tersedia di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru, hal ini menciptakan komunikasi dua arah yang membentuk sebuah

percakapan, penjualan yang dilaksanakan di kantor ini PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru bisa langsung berhubungan dengan cara lebih bersahabat guna membuat ikatan baik sehingga staf akan mengetahui apa yang diinginkan oleh calon konsumen, adapun percakapan secara tatap muka yang diterapkan di kantor PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru ialah media yang sangat sering dipakai sebab dengan berbicara secara langsung dengan calon konsumen maka akan dengan mudah mengenali respon dari calon pengunjung. PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam melakukan personal selling lebih mengutamakan dan menembak sasaran berupa ibu-ibu pengajian maupun forum-forum seperti guru beserta anak didiknya untuk mengenali wisata religi serta menjelaskan dengan perbandingan dengan travel lain bahwa PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru memberikan pelayanan yang penuh akan kualitas.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam mempromosikan paket perjalanan wisata religi di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru

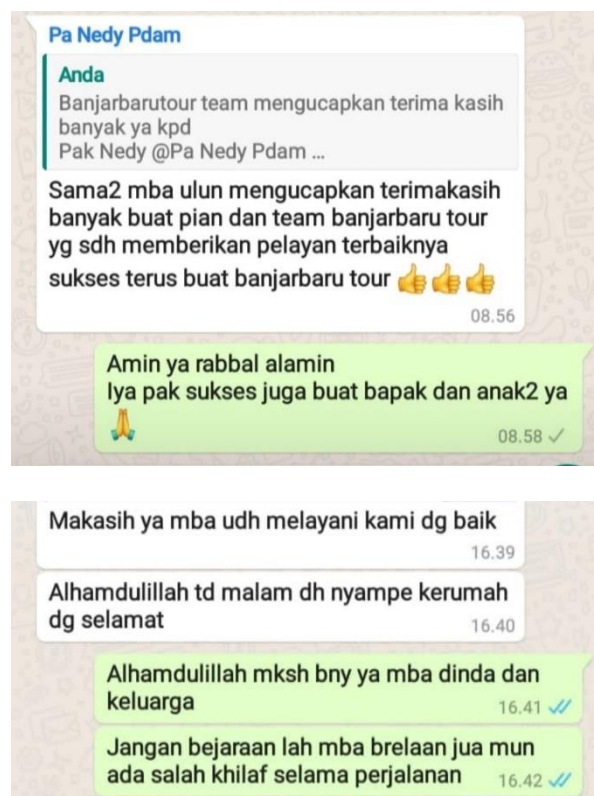
PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam kegiatan promosinya tentu terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam proses mempromosikan paket perjalanan wisata religi. Pendukung. Faktor pendukung dalam proses strategi promosi yang

dilakukan untuk menggaet calon wisatawan untuk menggunakan jasa perjalanan wisata religi oleh PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru sebagai berikut:

- 1) Banyaknya relasi yang dimiliki PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru sehingga memudahkan dalam hal mempromosikan paket perjalanan wisata umum maupun religi.
- 2) Adanya staf tenaga profesional yang berpengalaman dalam mempromosikan paket wisata dan memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada wisatawan.

Gambar 4.10

Testimoni dari wisatawan yang puas dengan pelayanan
PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru





- 3) Memberikan harga yang relatif lebih murah dibanding travel lain
- 4) Melayani jasa pemesanan transportasinya saja sehingga dapat memaksimalkan penjualan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru
- 5) Bisa melakukan wisata privat hanya dengan keluarga, teman, atau kerabat dekat saja sehingga tidak bergabung dengan orang yang tidak dikenal.
- 6) Adanya ustadz pendamping wisata religi yang akan memandu selama berwisata.

Adapun faktor penghambatnya yaitu;

- 1) Banyak travel jasa perjalanan wisata yang serupa sehingga terjadi persaingan harga yang ketat.
- 2) Terkadang pesan yang disampaikan kurang dimengerti oleh masyarakat apalagi dikalangan orang-orang tua.
- 3) Masyarakat biasanya menginginkan fasilitas yang mewah dengan harga yang murah sehingga seringkali PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru keterbatasan dalam masalah keuangan.

- 4) Adanya wisatawan yang tiba-tiba membatalkan pemberangkatan padahal transportasi sudah dipesan sehingga menimbulkan kerugian.

Faktor pendukung PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam proses promosi yang lebih menonjol adalah dari segi kualitas dan juga tarif harga yang diberikan relatif lebih murah dibanding travel pada umumnya, oleh karenanya keunggulan tersebut lebih dcondongkan oleh PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam proses promosi, keunggulan yang PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru tawarkan kepada calon konsumen sebagai faktor pendukung proses promosi ialah demi membuat faktor pendukung lebih menonjol daripada penghambat yang ada. Faktor pendukung yang disampaikan akan membuat PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru lebih dominan untuk diterima konsumen dan untuk menutupi dari segi penghambatnya.

Faktor penghambat dalam proses promosi paket perjalanan wisata religi untuk meningkatkan jumlah pengguna jasa perjalanan wisata di PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru adalah pada masalah keuangan yang mana calon wisatawan seringkali menginginkan harga yang murah dengan fasilitas mewah sedangkan fasilitas yang ditawarkan PT Alanasya Borneo Raya Banjarbaru dalam melakukan perjalanan wisata religi sebanding dengan harga yang ditawarkan, yang mana fasilitasnya seperti

penginapan yang dipilih oleh PT Alanasya Borneo Raya tidaklah mewah namun tetap layak dan nyaman untuk jadi tempat singgah.