

## INTISARI

*Antar Anda Tour and Travel* adalah perusahaan jasa yang bergerak di bidang perjalanan wisata. Perusahaan ini menawarkan berbagai macam paket wisata untuk wisatawan lokal maupun mancanegara. Mayoritas wisatawan mancanegara berasal dari negara Belanda. Keberhasilan *Antar Anda Tour and Travel* dalam menarik wisatawan tidak terlepas dari sistem promosi dan perencanaan paket wisata di perusahaan tersebut.

Tujuan tugas akhir ini yaitu mengetahui pertimbangan-pertimbangan *Antar Anda Tour and Travel* dalam menentukan sistem promosi dan perencanaan paket wisata. Pengambilan data dilakukan menggunakan metode kualitatif yaitu observasi dimana penulis mengamati secara langsung objek yang diteliti dan wawancara dengan pihak terkait. Selain itu studi pustaka dapat dilihat dari jurnal maupun tugas akhir penelitian sebelumnya dengan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online dan sosial kurang memberikan dampak yang signifikan terhadap penjualan promosi perusahaan. Di sisi lain, penjualan paket promosi lebih banyak didominasi oleh wisatawan mancanegara dibandingkan dengan wisatawan di dalam negeri.

**Kata kunci: Antar Anda, Perusahaan Jasa, Perjalanan Wisata.**

## ***ABSTRACT***

*Antar Anda Tour and Travel is a company which is focused on tour service. The company offers many tour packets for overseas and local tourist. Almost foreign tourist come from Netherland. The success key to attracting tourist is due to promotion system and tour packages planning of that company.*

*The research aiming to know the stakeholder's consideration to decide the right promotion system and planning of tour packet. Data is collected by the qualitative method, such as observation where writer is observe directly investigated objects and interview section with related stakeholder. Besides the literature study can be seen from the journal and the final project of previous research by collecting data related to this research.*

*The result of this research showed that online and social media did not give significant effect for company promotion. On the other hand, the selling promotion is dominated by foreign tourism compared to local tourism.*

***Keywords: Antar Anda, Service Company, Tour.***