

INTISARI

Benka 13 *Tour & Travel* merupakan suatu usaha dibidang biro perjalanan wisata yang didirikan dan dikelola langsung oleh salah seorang mahasiswi dari jurusan D3 Kepariwisata Universitas Gadjah Mada Yogyakarta angkatan 2012 bersama rekannya dari jurusan D3 Manajemen Universitas Gadjah Mada Yogyakarta angkatan 2011. Mempunyai peranan dalam penjualan berbagai produk - produk pariwisata seperti *Airline Ticketing*, *KAI Ticketing*, *Hotel Reservation*, *Event Ticketing*, *Transport Service*, *Haji & Umroh*, *Tour & MICE*, *Cargo Service*, *E-Pulsa*, *Property*, dan *File Service Vehicle* (SIM, STNK, BPKB, *Etc*). Dengan usianya yang bisa dibilang masih muda, Benka 13 *Tour & Travel* membutuhkan bantuan pihak lain yang berkompeten di bidangnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkenalkan Benka 13 *Tour & Travel* kepada pembaca bahwa selama ini ada usaha kecil dalam bidang biro perjalanan wisata yang dirintis oleh mahasiswa kepariwisataan di Yogyakarta yang menyediakan berbagai produk-produk penunjang kegiatan wisata. Selain itu bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi pemasaran dan sarana promosi yang telah dilakukan dalam upaya meningkatkan penjualan produk terutama penjualan tiket pesawat dan tiket kereta api. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data atau informasi dengan cara observasi langsung ke lapangan, melakukan analisis data, kemudian melakukan dokumentasi untuk memperoleh berbagai dokumen, gambar objek serta foto-foto lain yang ada di objek, serta melakukan studi pustaka yakni pengumpulan data melalui referensi dari buku.

Strategi pemasaran Benka 13 *Tour & Travel* sudah dilakukan dengan cara bekerja sama dengan *tour & travel*, bekerja sama dengan pihak-pihak penyelenggara *event*, bekerja sama dengan buletin, majalah, dan jasa periklanan online, bekerja sama dengan hotel-hotel, serta bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan besar. Sedangkan sarana promosi Benka 13 *Tour & Travel* dilakukan dengan dua cara yakni melalui media cetak seperti pembuatan brosur, *banner*, papan nama, neon box, kartu nama, voucher diskon, customer card, serta melalui media elektronik atau media sosial seperti sms, *email*, *yahoo messenger*, *blackberry messenger*, *whatsapp*, *line*, *facebook*, *twitter*, dan *blog*. Dan hal itu perlu lebih dikembangkan agar dapat lebih menarik perhatian *customer* untuk membeli produk - produk jasa di Benka 13 *Tour & Travel* dan tidak beralih ke tempat lain (menjadi *repeater guest*).

Kata kunci : biro perjalanan wisata, strategi pemasaran, kewirausahaan

ABSTRACT

Benka 13 Tour & Travel is a travel agency business in established and managed directly by one student from the Tourism Diploma of Gadjah Mada University class of 2012 with colleagues from Management Diploma of Gadjah Mada University class of 2011. Having role in the sale of various tourism products such as Airline Tickets, KAI Tickets, Hotel Reservations, Event Tickets, Transport Services, Hajj & Umrah, Tour & MICE, Cargo Services, E-Pulsa, Property, and File Service Vehicle (driver's license, vehicle registration, BPKB, Etc). As a new firm, Benka 13 Tour & Travel need assistance from other parties who are competent in their field.

The purpose of this study was to introduce Benka 13 Tour & Travel to the reader that there has been a small business in the field of travel agency who pioneered by student of tourism in Yogyakarta that provides a wide range of products supporting tourism activities. In addition it aims to find out what promotional strategy that has been done in an effort to increase product sales, especially sales of airline tickets and KAI tickets. In this study the authors obtain data or information by observation directly into the field, perform data analysis, then do the documentation to obtain various documents, drawing objects and photographs other photos in the object, and the literature data collection through references from the book.

Marketing strategy of Benka 13 Tour & Travel has been done by working with tour & travel, in cooperation with the event organizers, newsletter, magazine, online advertising services, hotels, and also big companies. While promotion Benka 13 Tour & Travel is done in two ways namely through print media such as brochures, banners, signage, neon box, business cards, discount vouchers, customer cards, as well as through electronic media or social media such as SMS, email, yahoo messenger, blackberry messenger, whatsapp, line, facebook, twitter, and blogs. And it needs to be developed in order to attract more customers to buy the product - the product services in Benka 13 Tour & Travel and do not switch to another (being a repeater guest) .

Keywords : tour & travel, marketing strategy, entrepreneur