



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.Sos.)

Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh:

Gigih Aldrei Maulana

1901036008

MANAJEMEN DAKWAH

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Prof Dr. Hamka Semarang 50185
Telp. (024) 7506405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA
YOGYAKARTA

Oleh :

Gigih Aldrei Maulana
1901036008

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 26 Juni 2023 dan dinyatakan
LULUS memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

Dr. Saerozi S. Ag., M.Pd.
NIP : 197106051998031004

Sekretaris Sidang

Fania Mutiara Savitri, SE., MM.
NIP : 199005072019032011

Penguji I

Dr. Hi. Yuvun Affandi, Lc., M.A.
NIP : 196006031992032002

Penguji II

Ibnu Fikri, S. Ag., M. Si., P. Hd.
NIP : 197806212008011005

Mengetahui,
Pembimbing

Fania Mutiara Savitri, SE., MM.
NIP: 199005072019032011

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal,

Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M. Ag.
NIP: 197204102001121003

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gigih Aldrei Maulana

NIM : 1901036008

Jurusan : Manajemen Dakwah

Dengan ini saya menyatakan bahwasanya skripsi ini merupakan hasil karya yang disusun oleh saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 19 Juni 2023



Gigih Aldrei Maulana

NIM: 1901036008

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala Puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah menciptakan langit dan bumi beserta isinya, yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Karena atas Rahmat dan Ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA”**. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para kerabat dan sahabatnya.

Skripsi ditulis oleh penulis guna melengkapi dan memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1)/ Sarjana Sosial (S.Sos). Jurusan Manajemen Dakwah (MD) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Penulis sadar akan segala keterbatasan dan kemampuan penulis yang dimiliki, maka dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Segenap dosen dan para staf fakultas yang tiada hentinya memberikan waktunya untuk memberikan ilmu pengetahuan dan berbagai nasehat selama perkuliahan dan mengantarkan penulis hingga akhir studi.
3. Dra.Hj.Siti Prihatiningtyas, M.Pd dan Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I. selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Manajemen Dakwah yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian ini.
4. Fania Mutiara Savitri, SE,.MM selaku dosen pembimbing yang tak henti-hentinya memberikan bimbingan untuk menyelesaikan skripsi dengan penuh kesabaran dan ketelitian. Serta rasa ikhlas sehingga penulis bisa

menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Reza Trianugraha selaku pemilik Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta, serta Staf-staf yang bertugas di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen Dakwah UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya dan senantiasa mengarahkan peneliti selama menempuh kuliah sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi
7. Tak lupa juga kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi dan saya cintai Bapak Daryono dan Ibu Andriani, yang senantiasa memberikan dorongan semangat berupa moral dan materil. Serta selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis, memberikan perhatian dalam ilmu pendidikan dan nasihat dengan penuh kesabaran. Selalu memberikan semangat yang luar biasa disaat hati mulai resah. Tak pernah henti memberikan harapan kepada penulis agar esok lebih baik dalam segala hal.
8. Tak lupa Kakak dan Adik saya yang memberikan warna kehidupan untuk penulis, memberikan kebahagiaan disaat penulis dalam kesedihan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan agar kelak menjadi bahan pembelajaran bagi penulis dalam menulis lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 12 Juni 2023

Penulis



Gigih Aldrei Maulana

1901036008

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas segala nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Dengan segenap kerendahan hati saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tersayang, Bapak Daryono dan Ibunda Andriani yang selalu mendukung dalam setiap langkahku, selalu memberikan kasih sayang dan doa untuku, serta yang selama ini telah mencurahkan segala kerja kerasnya dengan tulus dan ikhlas, sehingga saya dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik. Semoga Allah Swt. senantiasa memberi kesehatan, keberkahan rezeki, dan umur panjang kepada bapak dan ibu. Aamiin
2. Kepada kakak saya Kakak Giri valdrei Sutrisno dan Nover Dara Amelia serta Adik saya Ghendis Endar Maulana dan Tyetis Maulana yang selalu memberikan dukungan dan semangat. Semoga Allah Swt. selalu memberikan kesehatan dan rezeki yang melimpah dan berkah. Aamiin
3. Tak lupa juga teman-teman saya dari kelas MD-A 2019 yang selalu menjadi suport sistem bagi penulis selama menjalani kuliah bersama dan sampai saat ini dan Semua teman-teman yang tidak bisa penulis sebut satu per satu, yang telah membantu dan tak henti memberikan semangat dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Orang-orang yang selalu menjunjung tinggi pentingnya khazanah keilmuan.

MOTTO

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ

Artinya: *Katakanlah (Muhammad), “Berjalanlah kamu di bumi, lalu perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang berdosa.*

(Q.S An-Naml Ayat 69)

ABSTRAK

Gigih Aldrei Maulana, 2023. Penelitian yang berjudul ” *Strategi Promosi Wisata Halal Pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta*”. Penelitian ini bertujuan untuk, (1) Mengetahui Strategi Promosi wisata halal yang dilakukan Pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa (2) Mengetahui Penawaran Paket Wisata Halal Yang Dilakukan Biro Siger Inti Perkasa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder berasal dari dokumen laporan, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam mempromosikan wisata halal dengan melakukan perencanaan promosi melalui beberapa tahap: yaitu persiapan, pemilihan target promosi wisata Halal dan komunikasi lalu menjadi produk paket wisata halal selanjutnya tahap memilih media untuk mempromosikan paket wisata halal serta di tentukan anggaran dalam promosi tersebut. Promosi yang digunakan Siger Inti Perkasa yaitu: *personal selling* dengan cara mempromosikan oleh sales kepada setiap orang dan kelompok Jama`ah pengajian ibu-ibu, *online selling* proses promosi melalui media online yang tengah digandrungi sekarang seperti instagram, tiktok dan facebook dan *word of mauth* dengan menyerahkan informasi mengenai paket wisata kepada konsumen yang pernah memakai jasa biro tersebut dan memberikan ulasan sebagai testimoni.

Penawaran paket wisata yang dilakukan Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta dengan judul yang menarik, destinasi-destinasi yang dipilih cukup memiliki daya tarik yang tinggi, fasilitas yang memenuhi standar, dengan waktu perjalanan 2 hari 1 malam. Akan tetapi harga yang di tetapkan Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta masih relatif tinggi karena ada komponen penting yang tidak dijelaskan oleh Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta.

Kata kunci: *Strategi Promosi, Wisata Halal*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
PERNYATAAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
KATA PENGANTAR.....	IV
PERSEMBAHAN	VI
MOTTO	VII
ABSTRAK.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR TABEL	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. TUJUAN PENELITIAN	5
D. MANFAAT PENELITIAN.....	5
E. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
F. METODE PENELITIAN	10
1. Jenis Penelitian	10
2. Sumber dan Jenis Data.....	11
3. Teknik Pengumpulan Data.....	11
4. Teknik Keabsahan Data	13
5. Teknik Analisis Data.....	14
G. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI.....	15
BAB II STRAREGI PROMOSI WISATA HALAL.....	16
A. STRATEGI PROMOSI.....	16
1. Pengertian Strategi	16
2. Pengertian Promosi.....	16
3. Tujuan Promosi.....	17
4. Bauran Promosi	20
B. KONSEP PARIWISATA	24
1. Pengertian Pariwisata.....	24
2. Bentuk-bentuk Pariwisata	27

C. PENGERTIAN PARIWISATA HALAL	28
BAB III GAMBARAN UMUM PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA	35
A. GAMBARAN UMUM BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA..	35
1. Sejarah CV Siger Inti Perkasa Yogyakarta	35
2. Struktur Organisasi Biro & Travel Perjalanan Siger Inti Perkasa Yogyakarta	36
3. Standar Operating Procedures (SOP) Siger Inti Perkasa Yogyakarta Pelayanan Pelanggan	39
B. STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA.....	40
C. PENAWARAN PAKET WISATA HALAL BIRO& TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA.....	41
BAB IV ANALISIS STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA	45
A. ANALISIS STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA	45
1. Tahap Persiapan.....	45
2. Tahap Memilihan target promosi wisata halal	46
3. Tahap komunikasi.....	47
4. Tahap memilih Bentuk Promosi	48
5. Tahap persiapan anggaran promosi	48
6. Tahap Membuat Paket Wisata Halal	49
7. Tahap promosi paket Wisata Halal.....	49
B. ANALISIS PENAWARAAN PAKET WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA	54
BAB V PENUTUP	62
A. KESIMPULAN	62
B. SARAN.....	62
C. PENUTUP	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Bagan Struktur Organisasi Biro & Travel Siger Inti Perkasa	37
Gambar 3. 2 Brosur Travel & Biro Siger Inti Perkasa Yogyakarta.....	43
Gambar 4. 1 Bagan Diagram Promosi Paket Wisata	50
Gambar 4. 2 Tour Jeep.....	55
Gambar 4. 3 Malioboro	56
Gambar 4. 4 Taman Sari	57
Gambar 4. 5 Hutan Pinus Mangunan.....	57
Gambar 4. 6 Pantai Krakal	58
Gambar 4. 7 Pabrik Bakpia Pathok 25.....	59
Gambar 4. 8 Pusat Kaos dan Batik Yogyakarta	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Pedoman Wawancara	68
Lampiran 2. 1 Dokumentasi Wawancara	71
Lampiran 3. 1 Media Sosial Siger Inti Perkasa	73

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting untuk menunjang perkembangan perekonomian suatu negara. Hal ini merupakan salah satu dari kemajuan dan meningkatnya kesejahteraan bagi penduduk di setiap negara tidak terkecuali di Indonesia yang menjadikan wisata adalah kebutuhan yang harus terpenuhi. Salah satu yang menarik tentang pariwisata ini adalah pariwisata halal atau Halal Tourism. Pada tahun 2019 ini Indonesia berhasil menjadi peringkat pertama wisata halal dunia menurut GMTI (Global Muslim Travel Index). Hal ini merupakan bukti bahwa Indonesia merupakan salah satu tujuan favorit bagi Wisatawan Muslim di Indonesia sendiri maupun mancanegara. Menurut Indonesia Muslim Travel Index (IMTI), terdapat top 5 destinasi wisata halal di Indonesia yang juga mewakili Indonesia dalam meraih peringkat pertama, yaitu Lombok (NTB), Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, DKI Jakarta, dan Sumatera Barat. Selain itu ada juga destinasi unggulan wisata halal, seperti Jawa Barat, DI Yogyakarta, Jawa Tengah, Malang Raya, dan Sumatera Selatan.¹

Menurut Kementerian Pariwisata dalam pengembangan pariwisata halal perlu adanya konsep pengembangan yang bertujuan untuk memberikan kebutuhan wisatawan dan pengalaman wisatawan Muslim. Adapun konsep yang dilakukan oleh kementerian pariwisata adalah layanan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah berkualitas, toilet bersih dengan air memadai, bebas dari islam phopia, memberikan nilai manfaat sosial,

¹Kementerian Komunikasi Dan Informatika'
https://www.kominfo.go.id/content/detail/18069/5-tahun-kembangkan-pariwisata-halal-indonesia-akhirnya-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-2019/0/artikel_gpr.

program ramadhan, pengalaman unik bagi wisatawan muslim, bebas dari aktivitas non halal, dan penyediaan area rekreasi dengan privasi.²

Dalam mendukung pariwisata halal yang diperlukan bukan hanya tempat yang berbau religi, tetapi adanya fasilitas pendukung lainnya juga menjadi perhatian. Seperti yang tercantum dalam fatwa DSN MUI No. 108 tahun 2016, bahwa yang menyangkut pelaksanaan pariwisata halal juga termasuk Hotel Syariah, dan Biro Perjalanan Syariah yang menyangkut pula pelayanan jasa keuangan syariah dan lembaga terkait. Sehingga dalam pengembangan wisata secara umum maupun wisata halal secara khusus bukan hanya menjadi perhatian pemerintah saja, tetapi juga harus adanya perhatian dan kesadaran dari masyarakat itu sendiri dan pihak-pihak lain yang memiliki peranan, dan dalam konsep pariwisata disebut Penta Helix.³

Di dalam al-Qur`an ada beberapa ayat yang secara mendasar memberikan seruan bertravelling atau berwisata salah satunya adalah Surat An-Naml ayat 69 yang berbunyi

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ

Artinya: *Katakanlah (Muhammad), "Berjalanlah kamu di bumi, lalu perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang berdosa"*

Wisata yang di maksud yaitu bukan wisata dengan tujuan bermaksiat, akan tetapi wisata yang dimaksud dalam al-Qur`an adalah tujuan untuk mentadaburi ciptaan Allah SWT. Maka dari itu adanya wisata halal supaya tidak terjadi suatu kemaksiatan saat berwisata.

Wisata halal tersebut bisa menjadi suatu media dakwah yaitu dengan cara membumihngkan ajaran islam di dalam bisnis melalui wisata halal. Dan

² 'Kementerian Komunikasi Dan Informatika'.

³ Tri Yuningsih, Titi Darmi, and Susi Sulandari, "Model Pentahelik Dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Semarang," JPSI (Journal of Public Sector Innovations) 3, no. 2 (2019)hlm 87.

salah satu yang ikut berperan dalam mengembangkan wisata halal adalah biro perjalanan.

Biro perjalanan merupakan salah satu fasilitas pendukung yang dapat membantu berkembangnya wisata halal.⁴ Peranan yang dimiliki oleh biro perjalanan sangat penting bagi tumbuh kembangnya pariwisata termasuk wisata halal, karena mereka memasarkan dan mempromosikan pariwisata melalui paket – paket wisata yang disediakan dan memberikan pelayanan wisata yang nyata kepada wisatawan, sehingga perkembangan pariwisata tidak lepas dari peran biro perjalanan.

Salah satu peranan penting biro perjalanan adalah promosi wisata.⁵ Setiap biro perjalanan memiliki cara tersendiri dalam mempromosikan suatu wisata dan mereka memiliki target pasar yang ingin dicapai. Promosi yang mereka informasikan disesuaikan dengan karakteristik dan kriteria pasar yang mereka targetkan. Begitu pula dengan segmen pasar yang diinginkan, baik itu wisata budaya, wisata alam ataupun segmen wisata halal, hal ini yang memberikan perbedaan dari bentuk promosi, destinasi dan lainnya. Selain itu, biro perjalanan biasanya memberikan rencana anggaran, destinasi wisata, mengatur jadwal dan segala hal yang dibutuhkan bagi wisatawan, dan memberikan saran tujuan destinasi wisata bagi yang ingin melakukan perjalanan wisata baik dalam negeri maupun luar negeri.

Perkembangan wisata halal tidak pernah terlepas dari peran biro perjalanan yang ada mereka memasarkan dan mempromosikan wisata halal dengan paket wisata yang tentunya disesuaikan dengan tujuan dan makna dari wisata halal, atau disesuaikan dengan kebutuhan dan

⁴ Abdul Muttalib, “Peranan Biro Perjalanan Wisata Dalam Mengembangkan Wisata Halal Di Lombok Tengah Dan Lombok Barat,” Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis 1, no. 1 (2019): hlm 64.

⁵ Yusuf Umarudin, ‘Peran Biro Perjalanan Wisata Terhadap Perkembangan Wisata Halal (Studi Kasus Pada Cheria Halal Holiday)’ (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020).hlm 4

kewajiban yang harus ada dalam wisata halal.⁶ Salah satu biro perjalanan yang berorientasi pada wisata halal adalah Biro Siger Inti Perkasa Yogyakarta karena biro tersebut memberikan paket-paket wisata halal dan memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mengerjakan kewajiban ibadah dalam melakukan wisata.

Biro Siger Inti Perkasa didirikan pada 28 Agustus 2017 yang bertempat di Jl. Gelatik I No.164B, Manukan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta biro tersebut masih menjalankan strategi promosi wisata halal yang sama dengan wisata umum dan seharusnya dalam mempromosikan wisata halal itu harus berbeda dan lebih spesifik karena keunggulan-keunggulan spesifik dari wisata halal itu sendiri seperti fasilitas, Tourguide, suasana, lokasi wisata dll. dengan demikian dapat dikatakan promosi wisata halal yang belum optimal dikarenakan kurangnya informasi dalam melakukan promosi wisata halal. hal tersebut disebabkan kurangnya informasi mengenai kriteria destinasi wisata halal sesuai standar Traveler Muslim. Sehingga promosi yang mereka sampaikan belum sesuai dengan pasar yang diinginkan. Selain itu biro tersebut bisa dibilang masih berkembang akan tetapi berorientasi dan berani untuk menyediakan paket wisata halal. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Strategi Promosi Wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta ?
2. Bagaimana Penawaran Paket Wisata Halal Yang Dilakukan Biro Siger Inti Perkasa Yogyakarta?

⁶ Yusuf Umarudin.hlm 5

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis paparkan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Strategi Promosi wisata halal yang dilakukan Pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa
2. Untuk Mengetahui Penawaran Paket Wisata Halal Yang Dilakukan Biro Siger Inti Perkasa Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini dapat ditinjau dari dua aspek, diantaranya:

1. Secara Teoretis, manfaat dari penelitian ini adalah dapat memberikan wawasan baru dalam disiplin ilmu manajemen dakwah khususnya dalam bidang Ilmu wisata Halal dengan bahasan strategi promosi wisata halal.
2. Secara Praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan oleh:
 - a. Bagi Biro & Travel Siger Inti Perkasa tentang Strategi Promosi wisata Halal.
 - b. Bagi masyarakat agar mengetahui tentang promosi wisata halal melalui program Strategi Promosi Wisata Halal.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari terjadinya plagiasi atas temuan penelitian orang lain, maka penulis akan memaparkan beberapa bentuk tulisan atau hasil penelitian yang ada kaitanya dengan penelitian yang penulis lakukan. Penelitian-penelitian tersebut antara lain:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Veny Eva Ridanti. (2020) yang berjudul "*Analisis strategi promosi pariwisata berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya tarik wisatawan (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung)*" Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis Strategi Promosi yang digunakan Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan daya tarik wisatawan dengan berbasis ekonomi kreatif. Jenis penelitian tersebut adalah Kualitatif Deskriptif, dengan metode pengumpulan data menggunakan Metode Observasi langsung, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Strategi promosi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung dengan beberapa langkah yaitu periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*). Dan juga strategi promosi berbasis ekonomi kreatif melalui subsektor kerajinan dan seni pertunjukan.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Veny Eva Ridanti. Persamaannya yaitu, sama-sama mengkaji mengenai strategi promosi wisata dan sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif. Namun yang membedakan adalah tujuan dan lokasi objek penelitiannya. Penelitian Veny Eva Ridanti bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten tulungagung dengan berbasis Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan pengunjung. Sedangkan penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Febriana (2021) yang berjudul *analisis potensi pengembangan wisata halal (halal tourism) pada destinasi wisata lereng gunung wilis kabupaten madiun* penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi pengembangan Wisata halal pada Destinasi Wisata lereng Gunung wilis yang berada di kabupaten madiun. Jenis penelitian tersebut adalah Kualitatif Deskriptif, dengan metode pengumpulan data menggunakan metode observasi langsung, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut adalah Potensi yang dimiliki destinasi wisata lereng Gunung Wilis Kabupaten Madiun telah memenuhi standar konsep pengembangan wisata halal dibuktikan dengan potensi alam

dengan kelestariannya, penyediaan layanan ramah muslim, pertunjukkan seni atau atraksi wisata yang tidak bertentangan dengan kaidah Islam, produk makanan dan minuman halal, dan penyediaan akomodasi penginapan yang tidak melanggar etika Islam.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Febriana. Persamaannya adalah, sama-sama mengkaji tentang wisata halal. Adapun yang membedakan dari penelitian ini adalah tentang potensi wisata halal pada destinasi wisata. Sedangkan penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagai mana strategi promosi pariwisata halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad al Farabi (2022) berjudul "*strategi promosi destinasi wisata realigi oleh Dinas pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kompar.*" Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi yang dilakukan dinas wisata realigi dan kebudayaan Kabupaten tampar. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif. Hasil yaitu: pertama, strategi promosi langsung yang melibatkan pelaksanaan acara di tempat wisata, pelaksanaan Kampar Expo, partisipasi dalam Riau Expo dan Pesona Indonesia, pemberian brosur dengan memanfaatkan kegiatan sosialisasi dan interaksi langsung dengan masyarakat luas, dan bekerja sama dengan Komunitas Mancing Mania, Komunitas Kijang Tua, Bujang Dara Kampar, dan Kelompok Sadar Wisata. Kedua, strategi promosi media massa yang dilakukan dengan menggunakan media cetak (Majalah Jelajah Kampar dan Koran Riau Pos) serta media elektronik (RRI, RDPK, TVRI dan RTV). Ketiga, strategi promosi media sosial yang dilakukan dengan pengelolaan website, akun Instagram, Facebook, channel Youtube, layanan komunikasi online, serta pengadaan pelatihanpelatihan untuk meningkatkan sumber daya demi melaksanakan strategi promosi media sosial yang berkualitas. Diantara ketiga bentuk strategi promosi

tersebut, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar sangat fokus dalam strategi promosi media sosial.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Muhammad al Farabi. Persamaannya yaitu, sama-sama mengkaji tentang strategi promosi wisata, dan menggunakan metode Kualitatif. Namun yang membedakan adalah tujuan, dan objek lokasi penelitian. Penelitian Muhammad al Farabi bertujuan untuk mengetahui Strategi promosi destinasi wisata realigi. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Ahyak (2018) adalah Tesis yang berjudul "*Strategi Pengelolaan Pariwisata Halal Kota Surabaya (Studi Kasus pada Wisata Sunan Ampel Surabaya)*." Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui Strategi pengelolaan wisata Sunan Ampel Surabaya dan faktor penghambat dan pendukung dalam strategi pengelolaan wisata Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Adapun hasil penelitian ini berkaitan pada Strategi pengelolaan dibidang manajemen dikelola secara profesional dengan: Pertama, Berkoordinasi dengan Dinas Pariwisata. Kedua, Mengadakan Kegiatan Ilmiah sebagai salah satu potret dalam menanamkan nilai-nilai kagamaan. Ketiga, Pembinaan sumber daya manusia dengan mengadakan pelatihan kepada semua Nadzir. Strategi pengelolaan dibidang Wisata dikelola secara tradisional, dengan menawarkan banyak alternative, seperti wisata religi, wisata kuliner, dan wisata pasar tradisional, yang mana dikelola secara tradisional. Faktor penghambat pengelolaan wisata Sunan Ampel: Kesadaran SDM baik dari kalangan Wisatawan maupun Nadzir dan Fasilitas Kurang Memadai terutama di hari-hari besar atau hari libur karena banyaknya pengunjung yang berdatangan. Faktor Pendukung Pengelolaan Wisata Sunan Ampel

Surabaya: Lingkungan Islami bagi Wisatawan yang terwujud dalam pemisahan penyediaan tempat bagi para wisatawan laki-laki dan perempuan dan Penyiapan Sarana Prasarana bagi Wisatawan mulai dari listrik, air, penginapan, tempat wudhu", tempat mandi, masjid dan lain sebagainya.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Ahyak. Persamaanya yaitu, Samaa- sama mengkaji Pariwisata Halal, dan menggunakan metode Kualitatif. Namun yang membedakan adalah tujuan, strategi dan objek lokasi penelitian. Penelitian Ahyak bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengelolaan Pariwisata Halal Kota Surabaya (Studi Kasus pada Wisata Sunan Ampel Surabaya). Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagai mana strategi Promosi wisata Halal di Strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Erwin Ahmadi (2019) berjudul "Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang." Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan pariwisata halal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam kota Semarang. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang adalah 1. Melakukan pembinaan kepada masyarakat yang ingin menjadi Pramuwisata Profesional di bidang Pariwisata Halal. 2. Melakukan promosi dan sosialisasi melalui media social maupun even-even untuk mengenalkan dan memahamkan tentang wisata halal. 3. Bekerjasama dengan badan sertifikasi halal MUI dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk mendapatkan sertifikasi produk halal untuk pelaku usaha kuliner dan rumah makan. 4. Serta membuatkan paket wisata halal ke Biro Perjalanan

Wisata. Serta melakukan perbaikan dan pengembangan di beberapa Objek wisata yang ada di Semarang.

Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian Erwin Ahmadi. Persamaannya yaitu, sama-sama mengkaji pariwisata halal, dan menggunakan metode Kualitatif. Namun yang membedakan adalah tujuan, dan objek lokasi penelitian. Penelitian Erwin Ahmadi bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Promosi Pariwisata Halal di Strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian tersebut penulis menyadari bahwa terdapat beberapa penelitian tentang strategi promosi dan pariwisata halal, namun belum ada penelitian yang fokus mengkaji tentang Strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta. Jadi dengan perbedaan baik dari segi objek maupun subjek penelitian maka peneliti yakin bahwa hasil penelitian pun akan berbeda.

F. Metode Penelitian

Dalam metode penelitian ini diperoleh mengenai: (1) jenis dan pendekatan penelitian, (2) sumber dan jenis data, (3) teknik pengumpulan data, (4) teknik keabsahan data, dan (5) teknik analisis data.

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian Kualitatif yang memfokuskan pada Strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta. Penelitian kualitatif memandang suatu obyek menjadi suatu hal yang dinamis, hasil dari pemikiran dan intepretasi dari kondisi yang diamati bersifat utuh

karena pada dasarnya setiap obyek dan aspek itu sendiri yang memiliki keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan.⁷

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang lebih banyak didapatkan secara langsung dari sumber pertanyaan (subyek yang akan diteliti).⁸ Data ini diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pemilik Biro & Travel Siger Inti Perkasa, Staf Marketing, Sales dan Tour Leader Data Sekunder

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen.⁹ Data Sekunder juga dapat diartikan sebagai data yang diperoleh dari pihak-pihak lain yang terkait. Data Sekunder biasanya berupa dokumen-dokumen atau data laporan yang telah disediakan. Contohnya yaitu arsip, brosur, file data, dokumen penting, catatan dan lain-lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditentukan.¹⁰

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016).hlm.10-11.

⁸ Ibid.hlm.225.

⁹ Ibid.hlm.225.

¹⁰ Ibid.hlm.224.

a. Wawancara

Menurut Esterberg wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.¹¹ Peneliti langsung melakukan wawancara kepada Bapak Reza Trianugraha yaitu selaku pemilik Biro & Travel siger inti perkasa yogyakarta. kepada Bapak Osa Gusnaldi selaku Staf Marketing, dan Bapak Erlan sebagai Tour Leader Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dan Dokumenpun bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (file histories), kriteria, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya: foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹² Hasil penelitian semakin kredible jika didukung dengan Bukti-bukti yang telah didapatkan dari kantor Biro & Travel Siger inti Perkasa Yogyakarta seperti dokumen dan foto.

c. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung dan pencatatan yang dilakukan secara sistematis fenomena yang diselidiki dengan maksud memperoleh gambaran yang jelas mengenai kejadian atau peristiwa faktual yang terjadi. Teknik observasi sendiri terbagi menjadi dua yaitu terstruktur dan tidak terstruktur. Terstruktur yakni yang disusun secara sistematis mengenai apa yang di amati, tempat dan kapan waktunya. Sedangkan yang tidak terstruktur yaitu

¹¹ Ibid.hlm.231.

¹² Ibid.hlm.240.

observasi yang dilakukan tanpa ada rancangan yang tersusun secara sistematis dan mengamati.¹³ peneliti ini mengamati secara langsung bagaimana Penerapan Strategi Promosi Pariwisata Halal di Strategi Promosi Pariwisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta dan penawaran paket wisata halal pada biro tersebut.

4. Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, untuk memeriksa keabsahan data yang digali peneliti, maka dituhkan suatu teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyelidikan, dan teori. Uji keabsahan data hasil dari observasi, wawancara, dokumentasi pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber, teknik dan waktu. Triangulasi sumber adalah uji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sedangkan triangulasi teknik adalah digunakan untuk mengecek kredibilitas data yang diperoleh dengan sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. teknik triangulasi waktu ditunjukkan untuk menguji kredibilitas dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi dalam situasi atau waktu yang berbeda.¹⁴ Triangulasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah triangulasi teknik. Triangulasi teknik untuk menguji kepercayaan data yang diperoleh mengenai Strategi Promosi wisata Halal pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta terhadap sumber data yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda. Seperti hasil wawancara, lalu dicek dengan observasi secara langsung maupun dengan dokumentasi.

¹³ Ibid.hlm. 145-146.

¹⁴ Ibid.hlm.274.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁵ Miles dan Huberman (1992) mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi Data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema dan polannya. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data.¹⁶

b. Penyajian Data

singkat, bagan, hubungan antar kategori, Flowchart, yang Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian bersifat naratif tentang permasalahan yang dikaji yakni Strategi Promosi wisata Halal di Strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel siger inti perkasa yogyakarta. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.¹⁷

c. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan

¹⁵ Ibid.hlm.244.

¹⁶ Ibid.hlm.147.

¹⁷ Ibid.hlm.249.

berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁸

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan gambaran dan pemahaman yang sistematis, maka penulisan dalam skripsi ini terbagi dalam beberapa bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan yang akan membahas tentang garis besar skripsi ini yang dimulai dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan, dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian (Jenis Pendekatan, Sumber dan Jenis data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data) dan Sistematika Penulisan Skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang menjadi landasan kerangka pemikiran di dalam penelitian, dalam bab ini terdiri pengertian Strategi Promosi, Tujuan Promosi, Bauran Promosi (*Promotion Mix*) serta pengertian pariwisata dan pengertian wisata halal.

BAB III : GAMBARAN UMUM PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA

¹⁸ Ibid.hlm.252.

Pada bab ini akan menjelaskan tentang sejarah berdirinya Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta, Visi, Misi dan Motto Perusahaan, Pelayanan Perusahaan, Strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta dan penawaran Paket Wisata Halal.

BAB IV : ANALISIS STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Analisis Strategi Promosi wisata Halal di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta dan bagaimana penawaran paket wisata halal yang dilakukan Biro & Travel Siger inti perkasa Yogyakarta.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan tentang Kesimpulan, Saran-saran, dan Penutup. Bagian akhir berisi daftar Pustaka, Lampiran- lampiran dan riwayat hidup peneliti.

BAB II

STRAREGI PROMOSI WISATA HALAL

A. Strategi Promosi

1. Pengertian Strategi

Kata strategi adalah kosakata dari bahasa Yunani yaitu *strategas* artinya generalship atau sesuatu yang dikerjakan oleh para panglima perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang dan menurut Siagian strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan implementasi oleh seluruh jajaran atau organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.¹⁹ Sedangkan menurut *byrne* strategi merupakan sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor lingkungan.²⁰ Berdasarkan pendapat di atas maka pada dasarnya yang dimaksud dengan Strategi bagi suatu organisasi yaitu suatu cara, rencana, dan suatu proses perencanaan yang berorientasi ke depan baik jangka pendek maupun jangka panjang yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu serta untuk menghadapi persaingan. Strategi juga menjadi bagian yang penting dalam proses promosi.

2. Pengertian Promosi

Promosi merupakan sebuah alat yang digunakan dalam pemasaran. Suatu produk yang bagus, namun apabila konsumen atau masyarakat belum pernah mendengarnya maka mereka tidak akan membelinya. Promosi pada dasarnya penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya dengan tujuan untuk memberitahu,

¹⁹ Adida, *Strategi Taman Baca Masyarakat* (Palembang: Endah Sri Hartatik, 2021).
hlm14

²⁰ M Suyanto and U Amikom, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007).hlm.16

memperkenalkan, menarik dan membujuk calon pembeli atau konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Promosi sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Promosi pada hakikatnya merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan kemudian tertarik dan lalu membeli produk tersebut.²¹ Promosi merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, serta mengingatkan pasar pada produknya agar menerima dan membeli dan loyal pada jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.²²

1. Strategi Promosi

Strategi promosi yaitu adalah salah satu langkah yang ada pada manajemen pemasaran yang menjadi suatu taktik atau suatu rencana dimilikinya baik berupa barang atau jasa kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membelinya. Kegiatan pada strategi promosi berupa komunikasi dan interaksi antara perusahaan dengan konsumen. Interaksi dalam strategi promosi berupa pemberian informasi, ajakan, dan kegiatan mempengaruhi konsumen terhadap suatu produk.

3. Tujuan Promosi

Suatu kegiatan promosi dilakukan tentunya memiliki tujuan tertentu yaitu:²³

1) Memberi tahu

Promosi bertujuan untuk memberikan informasi kepada calon pembeli tentang jasa atau barang yang ditawarkan secara lengkap. Informasi ini dapat berupa tulisan, gambar, kata-kata dan lainnya sesuai dengan kebutuhan promosi.

²¹ Ida Ri'aeni, "Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia" *Ida* 9 (2015).hlm.190.

²² Dewi pertiwi."Pemasaran Jasa Pariwisata"(Yogyakarta:CV Budi Utama:2021).hlm.48

²³ Ibid.hlm 48-49

2) Membujuk

Promosi juga bertujuan untuk membujuk agar konsumen mau membeli dan menggunakan jasa atau barang yang ditawarkan, tapi membujuk bukan berarti memaksa konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan.

3) Mengingat

Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat yang menjual suatu produk jasa atau perusahaan. Menurut Lamb *et al* promosi adalah komunikasi oleh pemasar yang menginformasikan dan mengingatkan calon pembeli mengenai sebuah produk untuk mempengaruhi suatu pendapat atau memperoleh suatu respon.²⁴

Jadi dapat dikatakan bahwa pada dasarnya tujuan utama dan promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk konsumen agar permintaan konsumen akan barang maupun jasa terus meningkat. Selain itu juga untuk memaksimalkan kegiatan pemasaran, dan juga agar kegiatan penjualan pribadi dan periklanan terkoordinasi dengan baik.

Setelah mengetahui tujuan dari promosi maka perlu adanya pengembangan rencana promosi. Hal ini karena promosi sendiri adalah kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan sehingga harus ada rencana agar tujuan promosi dapat tercapai. Ada beberapa langkah yang bisa dilakukan untuk pengembangan sebuah rencana promosi. Langkah tersebut antara lain adalah sebagai berikut²⁵:

²⁴ Zulki fulkifli Noor, *Buku Refrensi Strategi Pemasaran 5.0* (yogyakarta: CV Budi Utama, 2021).hlm 66

²⁵ Lili Suryati, *Menejemen Pemasaran (Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan)* (yogyakarta: CV Budi Utama, 2015).hlm 62

a. Memilih Target Promosi

Target promosi adalah individu, kelompok, masyarakat khusus atau umum, bila perusahaan telah melakukan segmentasi targeting, maka segmen itulah yang menjadi target audience. Jadi sebelum melakukan promosi harus terlebih dahulu memilih sasaran pendengar atau pembaca yang akan dituju.

b. Menentukan Tujuan

Setiap promosi yang dijalankan tentu memiliki berbagai tujuan yang khusus dilakukan untuk menarik konsumen.

Pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan strategi promosi adalah untuk memberitahu atau menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pembeli. Oleh karena itu, promosi yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan dapat diarahkan untuk mempengaruhi tingkat pengetahuan dan sikap pembeli agar bersedia membeli. Perusahaan juga dapat mengadakan promosi lanjutan untuk meningkatkan pembeli tentang pengalamannya yang baik sehingga dapat membantu dalam mengkonfirmasi keputusannya.

c. Mengembangkan Pesan yang Cocok

Faktor yang rumit muncul bila kita pertimbangkan bagaimana kita diterima atau dirasakan oleh pasar berdasarkan faktor-faktor yang dianggap penting oleh pasar. Sebagai contoh, orang-orang yang ramah dan bersahabat adalah penting bagi wisatawan, mereka berpikir kita mempunyai orang-orang yang ramah dan bersahabat dibandingkan dengan pesaing.

d. Memilih Media Promosi

Banyak metode dapat digunakan agar pesan kita sampai. Metode yang paling banyak digunakan dalam dunia pariwisata adalah mengiklankan, konsumen dan

produsennya, menjual secara personal, publisitas atau humas, dan bahan-bahan promosi lainnya, seperti poster dan pajangan di etalase kantor.

e. Menentukan Anggaran

Pada tahapan rencana promosi adalah tepat sekali menentukan anggaran. Tujuan telah ditentukan, tema promosi ditetapkan dan media promosi telah dipilih. Berdasarkan apa yang harus dilakukan dan bagaimana itu semua dilakukan, jumlah uang yang dibutuhkan dapat ditemukan.

4. Bauran Promosi

Bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya, beberapa tugas khusus itu sering disebut bauran promosi (promotional mix). Menurut Kotler & Armstrong variabel-variabel yang ada di dalam promotional mix ada 5, yaitu:²⁶

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk, yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian. Pada iklan biasanya ditampilkan organisasi yang menseponsorinya dalam prakteknya, iklan sudah dianggap sebagai manajemen citra yang bertujuan menciptakan serta memelihara citra dan makna dalam benak konsumen lalu tujuan dari iklan adalah bagaimana mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Iklan disajikan dalam berbagai bentuk seperti media cetak, media elektronik, media *Outdoor* .

²⁶ Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif (Analisis Kasus Integradet Marketing Communitycation)* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009).hlm.23.

2) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.²⁷ *Personal selling* mempunyai beberapa sifat yaitu: pertama *personal confrontation*, yaitu adanya hubungan yang hidup, langsung, dan interaksi antara dua orang atau lebih. Kedua *Cultivation*, yaitu sifat yang memungkinkan berkembangnya segala macam hubungan, mulai dari sekedar hubungan jual beli sampai dengan suatu hubungan yang lebih akrab. Ketiga *response* yaitu situasi yang seolah-olah mengharuskan pelanggan untuk mendengar, memperhatikan dan menanggapi.

Metode ini mempunyai kelebihan antara lain operasinya lebih fleksibel karna penjual dapat mengamati reaksi pelanggan dan menyesuaikan pendekatannya, usaha yang sia-sia dapat diminimalkan, pelanggan yang berminat biasanya langsung membeli dan penjual dapat membina hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. *Personal selling* memiliki beberapa fungsi yaitu:

- a. *Prospecting* yaitu mencari pembeli dan menjalin hubungan dengan mereka.
- b. *Targeting* yaitu mengalokasikan kelangkaan waktu penjual demi pembeli.
- c. *Communicating* yaitu memberi informasi mengenai produk perusahaan kepada pelanggan.
- d. *Selling* yakni mendekati, mempersentasikan dan mendemonstrasikan, mengatasi penolakan, serta menjual produk kepada pelanggan.
- e. *Servicing* yakni memberikan berbagai jasa dan pelayanan

²⁷ Janri.D Manafe, Tuty Setyorini, Yermias A. Alang, “Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus Di Pulau Rote NTT),” *Bisnis : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 4, no. 1 (2016).hlm. 101.

kepada pelanggan.

- f. *Information gathering* yakni melakukan riset dan intelejen pasar.
- g. *Allocating* yaitu menentekuan pelanggan yang akan dituju.²⁸

3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Melalui promosi penjualan perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggan untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan *impulse buying* (pembelian tanpa rencana sebelumnya), atau mengupayakan kerja sama lebih erat dengan pengecer. Suatu bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan tenaga pemasaran yang ahli di bidangnya.²⁹

4) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Saluran promosi berupa hubungan masyarakat (*public relations*) adalah bentuk komunikasi non-personal yang bertujuan untuk menciptakan citra baik sebuah destinasi dan mengubah opini publik secara luas. Membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun "citra perusahaan" yang baik dan menangani atau menyingkirkan gosip, cerita dan peristiwa yang dapat merugikan..³⁰ Menurut Tjiptono Kegiatan-kegiatan *public relation* meliputi hal-hal berikut:

- a. *Press relation*, memberikan informasi yang pantas atau layak dimuat disurat kabar agar dapat menarik perhatian public

²⁸ Herukkmi Septa Tri Weda, *Penguatan Strategi Pemasaran Dan Daya Saing UMKM Berbasis Kementrian Desa Wisata* (Surabaya: CV Jakad Publising, 2019).hlm.73.

²⁹ Manafe, Setyorini, and Alang.hlm.105.

³⁰ Tri Weda.hlm.73.

terhadap seseorang, produksi jasa, atau organisasi.

- b. *Product Publicity* yaitu upaya untuk mempublikasikan produk- produk tertentu.
- c. *Corporate Communication* yaitu komunikasi internal dan eksternal, serta mempromosikan pemahaman tentang organisasi.
- d. *Lobbying*, yaitu usaha untuk bekerjasama dengan pembuat undang- undang dan pejabat pemerintah sehingga perusahaan mendapat informasi-informasi penting yang berharga. Bahkan kadang kala juga dimaksudkan untuk mempengaruhi keputusan yang akan diambil.
- e. *Counseling* adalah aktifitas ini dilakukan dengan jalan memberi saran dan pendapat kepada manajemen mengenai masalah-masalah yang berkaitan dengan publik dan mengenai posisi dan cerita perusahaan.³¹

5) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Menurut Tjiptono *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung) adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi disembarang lokasi. Komunikasi promosi dalam kegiatan ini ditujukan langsung kepada konsumen yang bersangkutan, baik melalui telpon, pos atau dengan datang langsung ke tempat pemasaran.³² Komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan langsung. Dengan demikian maka promosi merupakan kegiatan perusahaan yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan produk kepada konsumen sehingga dengan kegiatan tersebut konsumentertarik untuk melakukan pembelian.

Jadi bauran promosi merupakan langkah yang harus dilaku

³¹ Riskiah, 'Tinjauan Pustaka', 2016.hlm.10

³² Tri Weda.78

perusahaan untuk melakukan promosi dalam rangka mensukseskan penjualan dan insentif jangka pendek, untuk membangun hubungan baik dengan publik terkait untuk memperoleh dukungan, membangun "citra perusahaan" yang baik dan komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar secara khusus untuk memperoleh tanggapan langsung.

B. Konsep Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* yang berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar. *Wisata* berarti perjalanan atau berpergian. Jadi pariwisata dapat diartikan perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain. Namun kepariwisataan tidak hanya diartikan sebagai perjalanan saja, akan tetapi memiliki arti yang sangat luas, yakni berkaitan dengan obyek dan daya tarik wisata yang dikunjungi, sarana transportasi yang digunakan, pelayanan, akomodasi, rumah makan, hiburan, interaksi sosial antara wisatawan dan penduduk lokal setempat.³³

Menurut Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pengertian wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.³⁴

Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang terdiri atas tujuh belas bab dan tujuh puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, yaitu:

³³ Hadi. Firdausia, '*Kajian Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Syarah (Studi Di Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi)*', vol 3.1 (2017).hlm.105.

³⁴ Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisataan Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Yogyakarta: Gerbang Media Mangkasa).hlm.8.

- 1) Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- 2) Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- 3) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
- 4) Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
- 5) Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- 6) Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- 7) Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- 8) Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Pariwisata adalah perjalanan sementara seseorang dari satu tempat ke tempat lain untuk mencari kesenangan dan bukan untuk mencari

keuntungan. Musanef mengartikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilaksanakan untuk sementara waktu, yang dilakukan dari satu tempat yang lain untuk menikmati perjalanan bertamasya dan berekreasi.³⁵

Berdasarkan beberapa pendapat di atas pariwisata merupakan suatu usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial melalui perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok. Namun pariwisata tidak hanya diartikan sebagai perjalanan saja, pada hakikatnya pariwisata juga merupakan salah satu faktor yang penting bagi pertumbuhan ekonomi, karena dengan adanya pariwisata dapat membantu masyarakat sekitar dalam menciptakan lapangan pekerjaan di area wisata.

Konsep pariwisata dalam Islam adalah sebuah nikmat sebagai gambaran akan kekuasaan Allah SWT yang patut kita syukuri dan kita jaga, agar nikmat tersebut menjadi sebuah keberkahan. Sebagaimana firman Allah di dalam Al-Qur'an Surah *Al-jasiyah* ayat 3:

إِنَّ فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ

Artinya: "Sesungguhnya pada langit dan bumi benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) untuk orang-orang yang beriman".

Allah menjelaskan bahwa manusia sudah seharusnya untuk dapat mengambil pelajaran dari apa yang mereka saksikan di langit dan bumi melalui perjalanan hidupnya. Perjalanan yang dimaksudkan di atas bisa jadi merupakan perjalanan wisata religi yang disebutkan oleh Shihab sebuah perjalanan untuk memperoleh, pengalaman, pelajaran

³⁵ Nanny Roedjinandari Supriadi, Bambang, *Perencanaan Dan Pengembangan Destinasi Pariwisata* (Malang: Universitas Negeri Malang, 2017).hlm.8.

dan pengajaran (ibrah)³⁶. Hal ini karena sesungguhnya segala hal yang ada di muka bumi adalah ciptaan Allah SWT yang harusnya dapat menjadi pelajaran bagi setiap manusia.

2. Bentuk-bentuk Pariwisata

Berdasarkan bentuk dan lamanya perjalanan serta pengaruhnya terhadap ekonomi daerah tujuan wisata, maka pariwisata dapat dibedakan menjadi 4 bentuk:³⁷

1) Pariwisata individu dan kolektif:

Baik pariwisata dalam ataupun luar Negeri dapat dibagi menjadi dua katagori, yaitu:

- a. *Individual toursim* (pariwisata perorangan) adalah priwisata yang melakukan perjalanan dengan sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan program tanpa memerlukan bantuan biro perjalanan wisata.
- b. *Organzed collective tourism* (Pariwisata kolektif) yaitu perjalanan wisata yang memerlukan bantuan biro perjalanan wisata. Bentuk pariwisata ini berkait dengan penjualan paket wisata yang dikemas oleh biro perjalanan wisata beserta operasionalnya serta bentuk pariwisata ini biasanya bersifat massal.

2) Pariwisata jangka panjang, pendek, dan ekskursi

- a. Pariwisata jangka panjang (*long term tourism*) mencakup perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan yang terjadi pada jenis recreation dan cultural tourism.
- b. Pariwisata jangka pendek (*shord term tourism*), mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai

³⁶ Ahyak Fiqih, 'Strategi Pengelolaan Pariwisata Halal Kota Surabaya', *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 9.2 (2019).hlm.5.

³⁷ Agus Sutioarso Anak Agung Putu Swabawa, Dewa Gede, *Menejemen Bisnis Pariwisata* (Tangerang: Pascal Books, 2022).hlm.10-11

sepuluh yang biasanya terjadi pada *pleasure tourism*.

- c. Pariwisata eksekursi (*excurion tourism*) adalah perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi dan biasanya sering terjadi di daerah-daerah perbatasan.

3) Pariwisata dengan alat angkutan

Ada berbagai bentuk jenis pariwisata dengan alat angkutan yang dipakai, misalnya kereta, kapal laut, pesawat, bus, kendaraan umum, sepeda, sepeda motor, sampai wisata jalan kaki (*pedestrian tourism*).

4) Pariwisata aktif dan pasif

Berdasarkan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, pariwisata ada dua bentuk, yaitu:

- a. Pariwisata aktif (*active tourism*) adalah wisatawan yang asing yang mendatangkan devisa bagi suatu negara, sehingga bentuk pariwisata ini sering disebut sebagai *receptive tourism*. Bentuk pariwisata mempunyai pengaruh yang positif terhadap neraca pembayaran negara yang kedatangan wisata asing.
- b. Pariwisata pasif (*passive tourism*) adalah penduduk suatu negara yang pergi keluar negeri dan membawa uang keluar negeri, sehingga berpengaruh negation terhadap neraca pembayaran negara yang bersangkutan.

C. Pengertian Pariwisata Halal

Istilah wisata halal dalam literatur pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *Islamic Tourism*, *syari'ah Tourism*, *Halal Travel*, *Halal Friendly Tourism Destination*, *Muslim Friendly Travel Destinations*, *Halal Lifestyle*, dan lain-lain. Wisata halal dari sudut pandang perindustrian diartikan sebagai produk pelengkap yang tidak

mengilangkan jenis pariwisata yang telah dikenal lebih dahulu dan umum. Jadi, sebagai sebuah tren baru, wisata halal ini didukung untuk membantu mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisibalitas daerah.³⁸

Pariwisata Halal telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI (Organisasi Kerjasama Islam). Pariwisata halal merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata halal merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotifasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah SWT.³⁹

Dasar dari wisata ini sebenarnya adalah pemahaman makna halal di segala aspek kegiatan wisata mulai dari hotel, sarana transportasi, sarana makanan dan minuman, sistem keuangan, hingga fasilitas dan penyedia jasa wisata itu sendiri. Pemilihan destinasi wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Syariah Islam juga menjadi pertimbangan utama di dalam mengaplikasikan konsep wisata Syariah, setiap destinasi wisata yang akan dituju haruslah sesuai dengan nilai-nilai keislaman seperti memiliki fasilitas ibadah masjid maupun mushola yang memadai, tidak adanya tempat kegiatan hiburan malam serta prostitusi, dan juga masyarakatnya mendukung implementasi nilai-nilai Syariah Islam seperti tidak adanya perjudian, sabung ayam maupun ritual-ritual yang bertentangan dengan ajaran Islam.⁴⁰

Pemilihan destinasi wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Syariah Islam juga menjadi pertimbangan utama dalam mengaplikasikan konsep wisata halal. Hal ini artinya setiap destinasi wisata yang akan dituju haruslah sesuai dengan nilai-nilai keislaman seperti memiliki fasilitas ibadah

³⁸ Aan Jaelani, "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects," *MPRA Paper*, no. 76237 (2017)hlm.7.

³⁹ Haidar Tsany Alim et al., "Analisis Potensi Pariwisata Syariah Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif Di Jawa Tengah Dan Yogyakarta" (2016): hlm.2

⁴⁰ Regina dewi hanifah, "Potensi Halal Tourism Di Indonesia" (n.d.)hlm.54.

masjid maupun mushola yang memadai, tidak adanya tempat kegiatan hiburan malam serta prostitusi, dan juga masyarakatnya mendukung implementasi nilai-nilai Syariah Islam seperti tidak adanya perjudian, sabung ayam maupun ritual-ritual yang bertentangan dengan ajaran Islam. Satu hal yang harus dipahami bahwasannya wisata halal itu tidak harus merupakan wisata religi yang umum berlaku saat ini.⁴¹

Definisi wisata halal lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Sebagaimana yang diungkapkan oleh World Tourism Organization (WTO), wisata halal sangat mengedepankan produk-produk halal dan aman untuk dikonsumsi turis muslim. Namun, bukan berarti turis non-muslim tidak bisa menikmati wisata halal dan kearifan lokal. Kriteria umum pariwisata halal ialah: memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan, menghindari kemusyrikan dan khurafat, bebas dari maksiat, menjaga keamanan dan kenyamanan, menjaga kelestarian lingkungan, menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.⁴²

Menurut Amin, Ketua MUI (2015-2019) menegaskan bahwa bagi turis muslim, wisata halal adalah bagian dari dakwah. Bagi turis yang non-muslim, wisata halal dengan produk halal ini adalah jaminan sehat sertifikasi Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) jadi pasti dijamin sehat dan bersih. Oleh karena itu, turis muslim tak perlu khawatir akan kehalalannya, yang non-muslim bisa yakin bahwa makanan ini pasti bersih.⁴³

Adapun kata halal/Islami adalah kata yang sudah sedemikian akrab dalam kehidupan sehari-hari di kalangan masyarakat Indonesia sebagai lawan dari kata haram dalam ajaran (syariat) Islam. Jadi wisata halal

⁴¹ Kurniawan Gilang Widagdyo and Universitas Sahid Jakarta, “*Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia*” 1, no. 1 (2015):.hlm.81.

⁴² Riyanto Sofyan, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah* (Jakarta: Republika, 2012),hlm.35.

⁴³ Anicha Isyah, “*Peran Strategis Dinas Pariwisata Kota Solo Dalam Optimalisasi Pariwisata Halald Kota Solo*” (2017),hlm.16.

adalah tujuan wisata yang baik dilakukan dan dijadikan pilihan menurut perspektif syariah karena di dalam atmosfer wisata ini diupayakan terhindar dari hal-hal yang diharamkan. Sedangkan yang dimaksud dengan destinasi wisata halal adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih dari wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Menurut Thohir wisata halal adalah perjalanan wisata yang semua prosesnya sejalan dengan nilai-nilai syariah Islam. Baik dimulai dari niatnya semata-mata untuk ibadah dan mengagumi ciptaan Allah SWT, selama dalam perjalanannya dapat melakukan ibadah dengan lancar dan setelah sampai tujuan wisata tidak bertentangan dengan syariah, makan dan minum yang halal dan thayyibah hingga kepulangannya pun dapat menambah rasa syukur kepada Allah SWT.⁴⁴

Wisata halal adalah wisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim". Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas yang terpisah untuk pria dan wanita. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan BPH DSN MUI pariwisata halal memiliki Standar kriteria sebagai berikut:⁴⁵

- a. Berorientasi pada kemaslahatan umum
- b. Berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan
- c. Menghindari kemusyrikan dan khurofat
- d. Menghindari maksiat, seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi.
- e. Menjaga perilaku, etika dan nilai luhur kemanusiaan seperti tidak bersikap hedonis dan asusila

⁴⁴ Rahardi Mahardika, 'Strategi Pemasaran Wisata Halal', 2020, hlm 71..

⁴⁵ Yudi Hamzah, Maulana. M., & Yudiana, "Analisis Komparatif Potensi Industri Halal Dalam Wisata Syariah dengan Konvensional" (2015).hlm.5.

- f. Menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan
- g. Bersifat universal dan inklusif
- h. Menjaga kelestarian lingkungan
- i. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan

Apabila Kriteria di atas di internalisasikan dalam usaha penyedia makanan dan minuman maka seluruh restoran, kafe, dan jasa boga di obyek wisata halal harus terjamin kehalalan makanan yang disajikannya, sejak dari bahan baku hingga proses penyediaan bahan baku dan proses memasaknya.

Panduan umum wisata syariah mengatur beberapa panduan dalam mengaplikasikan wisata syariah, yang meliputi destinasi, akomodasi, biro perjalanan wisata dan pramuwisata, usaha penerbangan dan juga tempat perbelanjaan dan persinggahan. Adapun beberapa panduannya yaitu⁴⁶

1) Destinasi wisata Halal

- a. Destinasi wisata meliputi wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan.
- b. Tersedia fasilitas ibadah yang layak dan suci.
- c. Tersedia makanan dan minuman yang halal.
- d. Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang tidak bertentangan dengan kriteria umum pariwisata halal
- e. Tersedia fasilitas yang layak untuk bersuci
- f. Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah
- g. Tersedia makanan dan minuman halal.
- h. Fasilitas dan suasana yang aman, nyaman, dan kondusif untuk keluarga dan bisnis.
- i. Terjaga kebersihan sanitasi dan lingkungan.

⁴⁶ Ade Ela Pratiwi, "Analisis Pasar Wisata Syariah Di Kota Yogyakarta," Media Wisata 152, no. 3 (2016).hlm.28.

2) Biro Perjalanan Wisata Halal

- a. Menyelenggarakan paket perjalanan atau wisata yang sesuai dengan kriteria umum pariwisata halal.
- b. Memiliki daftar akomodasi yang sesuai dengan panduan umum akomodasi pariwisata halal.
- c. Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman yang sesuai dengan panduan usaha penyedia makanan dan minuman pariwisata halal.

3) Kriteria Pramuwisata Halal

- a. Memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas.
Berakhlak baik, komunikatif, ramah, jujur dan bertanggung jawab.
- b. Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai dan etika Islam.
- c. Memiliki kompetensi kerja sesuai standar profesi yang berlaku.

4) Penerbangan Halal

- a. Menyediakan penerbangan ke sejumlah negara Islam.
- b. Memberikan makanan halal selama perjalanan.
- c. Memberikan pelayanan yang maksimal dan ramah sesuai dengan prinsip Islam.
- d. Para pramugari berpakaian sopan.

5) Pusat Perbelanjaan dan Tempat Persinggahan

- a. Menyediakan masjid ataupun mushola yang layak.
- b. Lokasi masjid tidak berada di tempat yang tersembunyi.
- c. Menjaga kebersihan bangunan.

Konsep wisata halal tidak ada perubahan apapun tentang destinasi wisata. Pembedanya disini adalah kenyamanan dalam beribadah, kemudahan mendapatkan produk makanan halal, serta lingkungan yang syari dan bebas maksiat baik dari pelayanan, fasilitas penunjang, akomodasi, Biro perjalanan, pramuwisata, penerbangan, lingkungan hotel, spa, restoran hingga pusat perbelanjaan. Jadi prinsip industri pariwisata halal adalah untuk semua orang dalam segala bentuk produk pariwisata dengan tetap memperhatikan nilai-nilai yang tidak bertentangan dengan syariat Islam.

BAB III

GAMBARAN UMUM PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO & TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA

A. Gambaran Umum Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

1. Sejarah CV Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Salah satu perusahaan yang bergerak di bagian pelayanan jasa pariwisata baik penyediaan layanan bidang perjalanan (*travel*) maupun sebagai penyedia berbagai produk wisata yang beralamatkan bertempat di Jl. Gelatik I No.164B, Manukan, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta Biro ini berdiri pada tanggal pada 28 Agustus 2017 akan tetapi perizinan di terbitkan pada tanggal 25 maret 2022 dengan NIB: 2503220000716 yang di dirikan oleh dua orang yaitu Bapak Reza trianugraha dan Bapak Dedy kurniawan dari inisiatif Bapak reza dan didukung oleh Bapak Dedy. Seiring dengan berjalanya waktu biro tersebut memiliki perkembangan yang lebih baik dari tahun ketahun.

Dukungan permintaan pasar yang sangat besar tentang pariwisata dan didukung oleh progam pemerintah dalam mengembangkan pariwisata yang harus ditingkatkan dalam bidang apapun. Hal tersebut yang menjadi suatu dasar bagi bapak reza untuk melakukan perluasan mengenai dunia pariwisata, lebih-lebih mengenai wisata halal, menurutnya wisata halal merupakan suatu trend saat ini jikalau tidak melakukan penyesuaian maka akan tertinggal dalam dunia wisata.⁴⁷

Nama Siger Inti Perkasa di ambil dari Siger yaitu simbolis status dan identitas masyarakat lampung. Mahkota Siger menjadi simbol kehormatan dan status sosial orang lampung. Sedangkan inti perkasa kuat dan teguh sehingga nama Siger Inti Perkasa menurutnya adalah

⁴⁷ Wawancara Kepada Bapak Reza trianugraha, 3 januari 2023.

seorang dari tanah lampung yang berani untuk mendirikan usahanya yang selalu kuat dan teguh serta selalu istiqomah dalam melakukan perluasan mengenai dunia pariwisata melalui biro yang ia dirikan. Siger inti perkasa memiliki visi misi dan motto berikut ini Visi Misi serta Mottonya:

1) Visi

Menjadi biro penyelenggara perjalanan wisata dengan pelayanan prima serta berorientasi terhadap kepuasan pelanggan.

2) Misi

- a. Memberikan pelayanan terpadu dan berkualitas dalam bentuk perjalanan wisata domestik maupun internasional.
- b. Memberikan paket wisata sesuai dengan harapan pelanggan.
- c. Memberikan pelayanan terbaik, sehingga menjadikan perjalanan wisata sebagai moment tak terlupakan.
- d. Menyiapkan sumber daya manusia yang baik, amanah serta efektif dan efisien

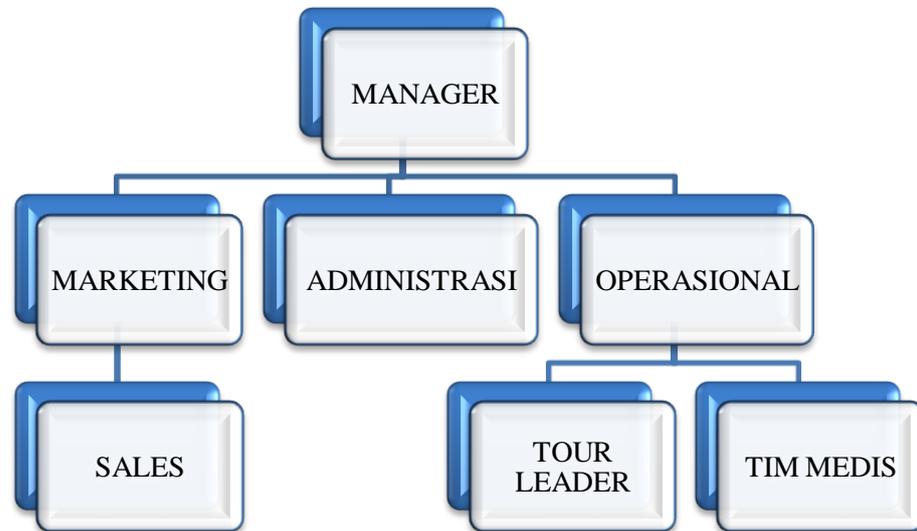
3) Motto

Siger Inti Perkasa sahabat perjalanan anda. Bersama kami, anda menikmati tour dengan nyaman dan bahagia

2. Struktur Organisasi Biro & Travel Perjalanan Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Struktur organisasi biro & travel perjalanan siger inti perkasa yogyakarta bisa dibidang masih sangat sederhana sehingga komunikasi antara atasan dan bawahan dapat dilaksanakan secara langsung. Jumlah karyawan Siger Inti Perkasa berjumlah 9 orang.

Berikut gambar Struktur organisasi biro & travel perjalanan Siger Inti Perkasa.



Gambar 3. 1 Bagan Struktur Organisasi Biro & Travel Siger Inti Perkasa

Tabel 3. 1 Penjabaran Struktur Organisasi Biro & Travel Siger Inti Perkasa

No.	Nama	Jabatan
1.	Manager	Reza Trianugraha
2.	Operasional	Dedy Kurniawan
3.	Administrasi	Dewi Astusi
4.	Marketing	Osa Gusnaidi
5.	Sales	Muslimah
6.	Tour Leader	Erlan Wijaya Ikhsan Fauzi
7.	Tim Medis	Fani Fatika Ahmad Saiful Rohman

Dalam struktur organisasi tersebut, Setiap pihak memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Adapun tugas dan tanggung jawab yang harus para karyawan jalankan adalah :

1) Manager

Manager adalah seorang yang mendirikan biro perjalanan tersebut dan bertugas untuk mengawasi dan bertanggung jawab atas segala aktivitas biro perjalanan dan bertanggung jawab pula terhadap kerugian yang ada. Akan tetapi Manager disini ikut membantu staff oprasional dalam mengkondisikan dalam keberangkatan wisatawan.

2) Oprasional

Operasional adalah seorang pekerja yang mengurus semua program dan kegiatan yang berlangsung di perusahaan. Oprasional memiliki tanggung jawab dari semua kegiatan oprasional biro perjalanan, mengawasi seluruh karyawan biro perjalanan baik jam pemberangkatan, transportasi, absensi, maupun pelayanan yang diberikan kepada wisatawan.

3) Administrasi

Administari memiliki tugas dan tanggung jawab dalam melakukan perekapan data, mengelola dokumen dan menyimpannya secara terstruktur.

4) Marketing

Marketing merupakan salah satu bagian penting dari sebuah perusahaan. Salah satu tugasnya adalah mengembangkan strategi untuk mempromosikan produk, Marketing memiliki tugas dan tanggung jawab yang sama dengan sales, akan tetapi tim marketing tidak langsung menghadapi konsumen alias *one-on-one*

5) Sales

Menawarkan barang atau jasa produksi perusahaan kepada konsumen. Menjelaskan spesifikasi produk yang dijual kepada konsumen. Memberikan simulasi hitungan biaya yang harus dikeluarkan dan menjelaskan manfaat yang akan diperoleh. Melakukan komunikasi dengan pelanggan.

6) *Tour Leader*

Tour leader atau bisa juga disebut dengan pemandu perjalanan, seseorang yang mempunyai tugas dan tanggung jawab penuh kepada para wisatawan didalam perjalanan. Seorang pemandu wisata harus bisa membuat perjalanan para wisatawan menjadi lebih menyenangkan dan berkesan meskipun perjalanan yang ditempuh untuk mengunjungi objek wisata yang dituju sangat jauh.

7) Tim medis

Tim medis mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk memastikan para wisatawan yang sedang dalam perjalanan sehat. Tim medis juga memberikan pertolongan pertama jika didalam perjalanan menuju objek wisata ada yang mengalami sakit.

3. *Standar Operating Procedures (SOP) Siger Inti Perkasa Yogyakarta Pelayanan Pelanggan*

Adapun standar pelayanan yang diterapkan dalam prosedur pelayanan pelanggan pada Biro Perjalanan Siger Inti Perkasa Yogyakarta:

Tabel 3. 2 *Standar Operating Procedures (SOP)*

No	Keterangan	Perihal
1	Disapa dengan ucapan selamat datang atau pagi, siang dan seterusnya. Senyum ramah dan mempersilahkan menuju Ruang Tunggu	Pelanggan datang (proses menyambut pelanggan yang datang)
2	<ul style="list-style-type: none"> - Pelanggan datang (proses menyambut pelanggan yang datang) - Pelanggan memesan tiket melalui telpon atau datang langsung - Pelanggan melakukan diskusi dan transaksi pembelian melalui Maneger dengan pelanggan menyetujui harga dan pembayaran tiket - Pastikan Jumlah yang harus dibayar Pelanggan Melakukan Kuitansi Beri Informasi - Manager meminta Pelanggan untuk mengisi formulir identitas pribadi dan data diinput ke Database Pelanggan 	Pelanggan Melakukan Transaksi

3	Selesai transaksi, Manager mengucapkan terima kasih diiringi dengan senyum ramah dan ungkapan supaya Pelanggan datang kembali	Pelanggan pulang
4	Manager melaporkan data formulir transaksi kepada administrasi	Laporan hasil penjualan
5	Biro menyelenggarakan berbagai kegiatan atau acara yang bisa membina keakraban antara Perusahaan dengan Pelanggan dan menciptakan <i>Repeat Order</i> .	Proses mengelola pelanggan

(Sumber: wawancara kepada bapak Reza Trianugraha, 3 Januari 2023)

B. Strategi Promosi Wisata Halal Pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Strategi promosi merupakan langkah pada suatu manajemen pemasaran yang menjadi suatu taktik atau rencana yang digunakan perusahaan untuk mengenalkan produk yang dimilikinya baik berupa barang atau jasa kepada konsumen dengan tujuan untuk menarik konsumen untuk membelinya. Tujuan utama dari promosi itu sendiri adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk konsumen agar permintaan akan barang atau jasa terus meningkat. Dan juga untuk memaksimalkan suatu kegiatan pemasaran agar penjualan tersebut terkoordinasi dengan baik.

Siger Inti Perkasa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pariwisata yang ada di Yogyakarta. Perusahaan tersebut memiliki keunggulan yaitu adalah kerjasama resmi dengan vendor seperti armada, hotel, villa, restaurant, tempat wisata yang secara otomatis mendapatkan harga yang lebih rendah dari harga yang di jual pada umumnya.⁴⁸ Keunggulan tersebut bisa juga untuk mempengaruhi konsumen sehingga mereka tertarik dengan adanya keunggulan tersebut.

⁴⁸ Ibid

Adapun Siger inti perkasa dalam strategi promosi wisata halalnya melalui beberapa tahap, tahapannya yaitu: tahap persiapan, tahap pemilihan target promosi wisata halal, tahap komunikasi, tahap memilih bentuk promosi dan Tahap persiapan anggaran promosi

C. Penawaran Paket Wisata Halal Biro& Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Sebelum Masuk penawaran wisata halal Biro siger inti perkasa juga menangani berbagai pelayanan perjalanan domestic adapun pelayanan tersebut meliputi:

1. Paket wisata

Kegiatan yang dilakukan siger inti perkasa yaitu membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata. Paket wisata sendiri merupakan kumpulan perencanaan perjalanan wisata (*Tour Itinerary*) serta bagaimana cara untuk menonjolkan pada obyek wisata yang akan di jual agar calon wisatawan tertarik dengan obyek tersebut.

Dalam membuat paket wisata diperlukan pengetahuan, kemampuan serta pengalaman di bidang perencanaan wisata (*tour planning*). Dalam pembuatan paket wisata, setiap biro perjalanan akan menggunakan cara yang berbeda sehingga paket wisata yang dihasilkan akan berbeda pula dari segi urutan acara ataupun harga tersebut. Paket wisata harus mempunyai kejelasan tentang apa yang menjadi kewajiban dan hak konsumen. Dalam paket wisata sendiri terdiri dari berbagai komponen yang sangat penting, yaitu: Tema Paket Wisata, Obyek wisata, Waktu, Harga dan Fasilitas.

2. Studi banding

Studi banding Merupakan kunjungan yang dilakukan instansi dalam hal ini Instansi Pemerintah dalam melaksanakan tugas studi banding ke berbagai daerah. Produk paket wisata yang di tawarkan merupakan on request yaitu waktu dan tempat-tempat pelaksanaan menyesuaikan dari pihak calon konsumen. Siger inti perkasa sering

mendapat permintaan pesanan paket kunjungan kerja dikarenakan menawarkan produk tersebut kedalam instansi-instansi, jadi pesanan paket kunjungan kerja memang ada permintaan dan menawarkan ke instansi.

3. Ziarah walisongo

Ziarah walisongo adalah salah satu paket wisata realigi yang paling diminati oleh para umat muslim sehingga program perjalanan paket ziarah Waliongo merupakan salah satu tujuan wisata untuk minat khusus dalam wisata religi, Siger inti perkasa juga menyediakan paket ziarah walisongo

4. Penyewaan bus pariwisata

Transportasi adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan accesibilitas dan transferabilitas. Dalam sebuah perjalanan diperlukan transportasi untuk menuju ke tempat tujuan wisata yang akan dikunjungi. Dalam pelaksanaannya, siger inti perkasa tidak mempunyai armada sendiri untuk penyediaan transportasi wisata, mereka lebih memilih bekerjasama dengan perusahaan-perusahaan penyedia bus pariwisata untuk melayani kegiatan wisata, tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan bagi Siger Inti Perkasa dalam menyediakan jasa persewaan mobil.

Siger inti perkasa melayani berbagai perjalan wisata seperti Studi banding, ziarah yang dikemas melalui produk atau paket wisata. Selain itu biro tersebut melayani penyewaan bus pariwisata, dan saat ini Siger Inti Perkasa mempunyai produk baru yaitu paket wisata halal, adapun gambaran paket wisata halal Biro Siger Inti Perkasa yaitu:

Healing Berkah
Halal tourism
Paket wisata yogya 2 hari 1 malam

Fasilitas

1. Bus pariwisata AC seat3-2 (AC,TV,AUDIO)
2. Snack 1x dan makan Halal
3. Tiket obyek wisata
4. Penginapan hotel/homestay (syar'i)
5. Tour leader
6. Air mineral (selama perjalanan)
7. Perlengkapan P3K

Obyek Wisata

1. Taman sari
2. Pantai Krakal
3. Merapi park (Tour Jeep)
4. Malioboro
5. Hutan Pinus Mangunan
6. Pabrik Bakpia 25
7. Pusat Kaos / Batik Jogja

Biaya star from 750.000/orang

SIGER INTI PERKASA
Partner Your Travelling

+62 851-5768-8682
cssigertranstourjogya@gmail.com

Sigertour.id
JL. Gelatik 1 No. 164 B, Manukan, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta

Gambar 3. 2 Brosur Travel & Biro Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Paket wisata halal yang di miliki Siger Inti Perkasa mempunyai tema *Healing Berkah* dengan melakukan wisata di daerah Yogyakarta selama dua hari satu malam, adapun obyek wisata yang di kunjungi dan fasilitas yang di berikan adalah adalah:

- a. Obyek wisata
 - 1) Taman sari
 - 2) Pantai Krakal
 - 3) Merapi park
 - 4) Malioboro

- 5) Hutan Pinus mangunan
- 6) Pabrik Bakpia
- 7) Pusat Kaos / Batik Jogja

b. Fasilitas

- 1) Bus pariwisata AC seat3-2 (AC,CLD,TV,AUDIO KAROUKE)
- 2) Snack dan makan Halal
- 3) Tiket obyek wisata
- 4) Penginapan hotel/homestay (syar'i)
- 5) Tour guade
- 6) Air mineral (selama perjalanan)
- 7) Perlengkapan P3K

BAB IV
**ANALISIS STRATEGI PROMOSI WISATA HALAL PADA BIRO &
TRAVEL SIGER INTI PERKASA YOGYAKARTA**

A. Analisis Strategi Promosi Wisata Halal Pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Biro & Travel Siger Inti Perkasa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan wisata dan juga mempromosikan produk produknya pada calon konsumen salah satunya wisata halal. Wisata halal sangat ramai di kalangan masyarakat terutama masyarakat muslim, tentunya sebagai biro perjalanan harus mengikuti perkembangan tersebut supaya tidak tertinggal oleh perusahaan jasa perjalanan yang lain.

“Kami biro baru akan tetapi makin kesini kami makin ada perkembangan. apalagi yang saat ini yang masih rame pariwisata halal ini mas, ya kalok kami gak bisa menyesuaikan ya bisa-bisa kami tertinggal dari yang lain”⁴⁹

Maka dari itu yang di lakukan guna meningkatkan penjualan dan mempertahankan penjualan yang mereka miliki, serta menarik calon minat calon wisatawan baru. Melalui kegiatan mengembangkan bauran promosi ini diharapkan masyarakat secara umum dapat mengetahui keberadaan biro tersebut bawasanya mempunyai produk wisata halal yang dapat dipercaya dengan kualitas pelayanan yang baik. Adapun tahap promosi pelaksanaan wisata halal yaitu:

1. Tahap Persiapan

Perbedaan yang mendasar pariwisata halal dengan wisata umum adalah pada niat. Hal ini karena dalam agama islam semua amalan perbuatan akan dilihat dari niatnya terlebih dahulu. Inilah yang menjadi landasan Siger Inti Perkasa dalam pelaksanaan perjalanan wisata halal

“Mulai dari niatan yang baik dulu mas dalam menyelenggarakan

⁴⁹ Ibid

wisata halal ini dengan itu insyaallah kedepanya baik dalam menyelenggarakan wisata halal ini. Kami selalu menyelenggarakan rapat setiap dua minggu sekali baik langsung atau melalui vidio grup whatsapp dan semua staff saya haruskan untuk ikut kecuali ada yang berhalangan dan di rapat tersebut membahas kami kedepanya gimana, ya termasuk wisata halal dalam perencanaanya”⁵⁰

Awal melakukan sesuatu adalah niat, dengan adanya niat yang baik maka selanjutnya akan baik. Begitupun Siger Inti Perkasa dalam melakukan promosi wisata halal bukan semata-mata untuk kepentingan sendiri akan tetapi kepentingan semua khususnya umat muslim sendiri dan melakukan perencanaan wisata halal yang dilakukan dengan rapat yang di selenggarakan dua minggu sekali baik langsung ataupun melalui grup whatsapp dan di ikuti oleh koordinasi dan seluruh staff Biro & Travel Siger Inti Perkasa untuk membahas strategi strategi kedepanya untuk memajukan biro tersebut dan pembahasan mengenai perencanaan wisata halal.

2. Tahap Memilihan target promosi wisata halal

Langkah selanjutya setelah memantapkan niat dan menentukan perencanaan, selanjutnya adalah menyusun rencana tersebut dengan mengenai memilih target promosi. Dalam menyusun target promosi maka terlebih dahulu diperlukan pemahaman tentang wisatawan yang akan menggunakan jasa kita, wisatawan ini bisa meliputi identitas wisatawan, tujuan wisata, dan keperluan saat wisata berlangsung. Jika wisatawan yang akan menggunakan jasa adalah orang muslim maka pastinya wisata halal yang akan di tawarkan. Hal tersebut memudahkan agen wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan secara maksimal.

“Setelah itu kami menyusun Tema wisata, destinasi saja yang kita pilih trus kebutuhan wisatawan muslim saat perwisata harus terperpenuhi, makan dan minumannya harus halal, tenaga

⁵⁰ Ibid

kerjanya harus baik, trasportasinya harus nyaman. Trus untuk promosi wisata halal ini tentunya untuk semuanya mas, akan tetapi kami lebih mefokuskan ke Jama'ah ibu-ibu yang ada desa kami.”⁵¹

Setelah niat yang baik selanjutnya adalah menyusun perencanaan untuk promosi wisata halal, perencanaan itu meliputi destinasi wisata halal, tema, serta kebutuhan-kebutuhan wisatawan saat wisata berlangsung. Adapun target yang di utamakan adalah Biro Siger Inti Perkasa dalam menentukan target promosi yaitu jamaah ibu-ibu yang ada di sekitar desa kediaman Biro tersebut.

3. Tahap komunikasi

Pada Tahap membuat rencana promosi adalah merencanakan komunikasi, sebelum membuat pesan untuk memperkuat promosi, perusahaan harus memperhatikan targetnya.

Siger Inti Perkasa merancang pesan melalui sloganya. Slogan Siger Inti Perkasa yaitu “*temani perjalanan Anda*” slogan ini diharapkan dapat membangun citra perusahaan dan menarik calon konsumennya, selain selogan Siger Inti Perkasa menjanjikan pelayanan yang baik dan prima.

“Kami mempunyai slogan yaitu (*patner you traveling*) slogan ini dengan harapan memangun citra kami. Selain selogan kami menjanjikan pelanggan dengan pelayanan yang prima karena dengan slogan dan meyakinkan pelanggan inilah suatu rencana untuk mengembangkan promosi lebih-lebih wisata halal tentunya”⁵²

Selanjutnya tahap komunikasi dalam tahap ini menjelaskan harus menarik perhatian calon konsumen serta menyoroti kayawan dengan dengan layanan yang baik dan prima.

⁵¹ Ibid

⁵² Ibid

4. Tahap memilih Bentuk Promosi

Bayak cara dalam melakukan promosi wisata ada periklanan, humas, publisitas dll. Namun Siger Inti Perkasa juga memilih media online dalam melakukan promosi, selain mudah di akses media online juga bisa di jangkau calon konsumen.

“Kami belum memiliki cabang dan bisa dibilang biro perjalanan belum lama berdiri maka dari itu kami mempromosikan wisata halal ini hanya menggunakan media online seperti tiktok, facebook dan instargram, selain media online kami juga memberi tahu pada ibu-ibu jamaah pengajian dan mulut ke mulut”⁵³

Siger Inti Perkasa dalam promosi wisata halal menggunakan tiga cara yaitu: media online, yang di lakukan promosi melalui media online adalah membuat leaflet serta konten konten yang mengandung mengenai wisata halal, adapun id akunya yaitu fb: <http://.Facebook.com/sigertrans&tour> ig: @sigertour.id dan tiktok:@siptour.id. Kemudian promosi personal kepada jama'ah pengajian di sekitar biro tersebut dan mulut ke mulut atau *word of mouth* yaitu dengan cara menginformasikan wisata halal kepada wisatawan yang pernah menggunakan jasa biro tersebut.

5. Tahap persiapan anggaran promosi

Dalam perencanaan promosi adalah menentukan anggaran, kemudian menentukan anggaran sendiri bentuk promosi telah di tetapkan.

“Ada tiga cara mas untuk promosi wisata halal ini, dari tiga cara itu berkesan tidak ada pengeluaran untuk anggaran ya mas? Akan tetapi tetap ada pengeluaranya mas kita print pamflet untuk jama'ah ibu-ibu gimaana? Kami bagikan ke jama'ah ibu-ibu biar tau gambarnya. Klok datang ke rumah mantan konsumen atau ketemuan di cafe/rumah makan trus minta tolong promosikan wisata halal kita gimana? Mau gk mau harus memberikan upah tanda trimakasih ya walaupun gk bayak atau mentraktir klok ketemunya di cafe/rumah makan. Trus klok promosi media internet kami beri subsidi untuk beli kuotanya biar tidak sepenuhnya kuota karyawan, takutnya malah boros kuota dan terjadi yang engga-

⁵³ Ibid

engaa. Jadi semuanya sudah kami perhitungkan mengenai anggaran promosi tersebut.

Tahap selanjutnya adalah persiapan anggaran promosi. Ketika tahap-tahap promosi sudah terbentuk maka ditentukanlah anggaran yang digunakan dalam melakukan promosi wisata halal. Anggaran yang sudah di perhitungkan mengenai promosi wisata halal pada Siger Inti Perkasa yaitu promosi melalui jamaah ibu-ibu dengan biaya pembuatan brosur lalu di berikan jamaah ibu-ibu supaya ada gambaran mengenai wisata tersebut. lalu memberikan sedikit upah atau traktiran sebagai ucapan trimakasih kepada mantan konsumen yang telah membantu untuk mempromosikan wisata halal. Memberikan bantuan kuota kepada staff yang memegang promosi media internet untuk mempromosikan wisata halal tersebut.

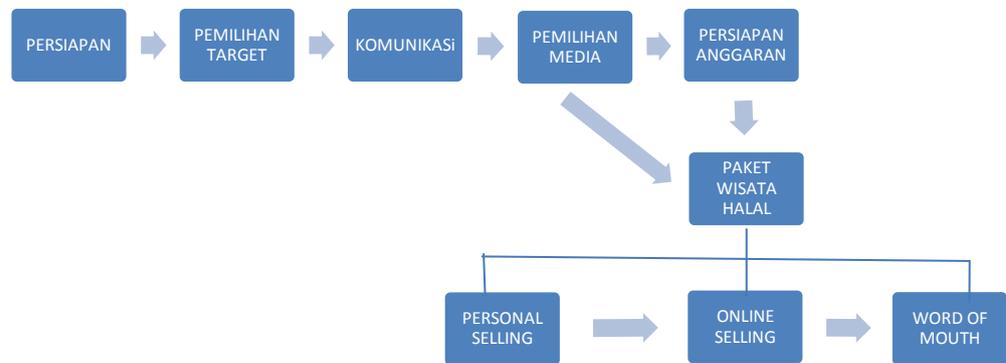
6. Tahap Membuat Paket Wisata Halal

Dalam membuat paket harus mempunyai kejelasan mengenai paket tersebut. maka harus memperhatikan komponen-komponen mengenai paket tersebut. adapun tahapan yang dilakukan Siger Inti Perkasa dalam membuat paket yaitu menentukan judul paket yang berjudul *heling berkah* lalu mencantumkan 7 obyek wisata yang akan di kunjungi kemudian menentukan lama waktunya yaitu 2 hari 1 malam dengan menyediakan fasilitas-fasilitas wisatawan saat berlangsung.

7. Tahap promosi paket Wisata Halal

Setelah paket sudah dibuat selanjutnya adalah promosi paket wisata halal. Adapun promosi yang dilakukan Siger Inti Perkasa yaitu adalah *personal selling*, *online selling* dan *word of mouth*.

Dari uraian di atas dapat di sajikan melalui diagram sebagai berikut



Gambar 4. 1 Bagan Diagram Promosi Paket Wisata

Siger Inti Perkasa dalam melakukan promosi wisata halal dengan bertahap yaitu tahap persiapan, Tahap Memilihan target promosi wisata halal dan tahap komunikasi, setelah target tersebut terpenuhi maka terbitlah produk yaitu paket wisata halal lalu masuk tahap memilih bentuk promosi dengan mempersiapkan anggaran untuk mempromosikan paket wisat halal tersebut. Kemudian yang di pilih Siger Inti Perkasa untuk mempromosikan adalah *personal selling*, *online selling* dan *word of mouth*. Adapun bentuk promosi Siger Inti Perkasa adalah:

1) Penjualan personal (*Personal selling*)

Penjualan personal merupakan bentuk promosi secara personal dengan mempresentasikan dengan lisan pada calon pembeli dalam sebuah cakapan dengan tujuan merangsang pembelian. adapun cara yang di lakukan siger inti perkasa dalam *personal seling* adalah:

a. Melakukan pendekatan

Siger inti perkasa dalam menawarkan paket wisata halal melalui pendekatan kepada calon konsumennya dengan mempererat hubungan dengan calon konsumen

“yang pertama deket dulu mas sama orang yang sekiranya

kami mau tawarkan, bisa nanya kabar, keseharian, pekerjaan ya pokoknya memper-erat hubungan gitu”⁵⁴

b. Menjelaskan produk

Kemudian menjelaskan paket wisata halal kepada calon konsumen dengan memberi tahu nilai-nilai yang terkandung dalam produk tersebut serta memberi tahu keunggulan biro tersebut.

“klok orang udah dekat itu biasanya terbuka ya mas nah di situ kami memberi tau paket wisata halal, menjelaskan wisata halal itu apa, mau kemana trus manfaatnya apa dan di kasih tau ke unggulan biro kami mas yaitu tentang harga”⁵⁵

c. Tidak merendahkan biro lain serta tidak memaksa

Dalam menawarkan paket wisata halal, biro siger inti perkasa tidak berkesan memaksa calon konsumen untuk membeli dan tidak merendahkan produk atau biro perjalanan yang lain.

“Kami dalam menawarkan paket wisata halal ini gak sampai memaksa mas apalagi sampai merendahkan dan membandingkan perusahaan lain. Kami melakukan penawaran yang alami-alami saja”⁵⁶

d. Melayani konsumen dengan baik

Menjawab pertanyaan-pertanyaan calon konsumen dengan baik dan jujur serta selalu memberikan respon cepat.

“Biasanya setelah penawaran ada pertanyaan- pertanyaan mas nah itu kami jawab dengan baik dan jujur dan selalu fast respon klok ada orang yang bertanya”⁵⁷

Biro Siger inti Perkasa dalam menawarkan produk wisata halal dengan *personal seling* dengan cara melakukan pendekatan yaitu dengan mempererat hubungan selanjutnya adalah menjelaskan produk serta memberikan nilai-nilai yang terkandung dalam produk tersebut serta menginformasikan tentang harga, dalam menjelaskan tersebut tidak ada

⁵⁴ Wawancara Ibu Muslimah, 25 januari 2023

⁵⁵ Ibid

⁵⁶ Ibid

⁵⁷ Ibid

unsur kata memaksa dan membandingkan perusahaan lain, kemudian memberikan respon cepat dan baik serta jujur terhadap konsumen yang memberikan pertanyaan.

2) Penjualan Online (*Online Selling*)

Online selling atau penjualan online, dalam mempromosikan produknya melalui media online, yang dilakukan promosi melalui media online adalah membuat leaflet serta konten yang mengandung mengenai wisata halal, kemudian disebarluaskan melalui akun onlinenya id akunya yaitu fb : <http://Facebook.com/sigertrans&tour> ig: @sigertour.id dan tiktok: @siptour.id. dari tiga tersebut semuanya mempromosikan dengan memposting leaflet paket wisata halal. Akan tetapi promosi melalui tiktok dan instagram ditambah dengan *livestreaming* melalui akunya dengan tanya jawab pada penonton livenya serta memberi tahu penontonya mengenai wisata halal

3) Mulut ke Mulut (*Word of Mouth*)

Word of mouth adalah tindakan sederhana untuk berbagi informasi dengan orang yang telah dikenal bisa juga diartikan suatu proses pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut. Di sinilah kekuatan dari *word of mouth marketing*, hubungan dan kepercayaan dari masing-masing orang. Tidak hanya diterapkan dalam percakapan saja, nyatanya *word of mouth* sendiri bisa ditemukan di mana saja. Adapun yang dilakukan Siger Inti Perkasa mengenai *word of mouth* yaitu:

- a. Menyerahkan kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa biro tersebut supaya Menginformasikan serta merekomendasikan mengenai adanya paket wisata halal di Siger Inti Perkasa kepada orang-orang di sekitarnya

“Kami menginformasikan tentang adanya paket wisata halal di biro kami sama orang-orang yang pernah memakai jasa kami biar di sebarluaskan oleh orang-orang tersebut”⁵⁸

- b. Selain menyerahkan, Siger Inti Perkasa mengusulkan kepada mantan

⁵⁸ Wawancara pada Bapak Osa Gusnadi, 26 Januari 2023

konsumen dan kerabat untuk memberikan ulasan positif atau testimoni pada akun media sosial dan memberikan rating yang baik terhadap gogle maps siger inti perkasa. Hal tersebut dilakukan untuk membuat para calon konsumen tidak ragu untuk memesan produk tersebut.

“Kami juga menganjurkan pada kerabat-kerabat dan orang-orang yang telah menggunakan jasa kami untuk memberikan rating yang baik dan komentar-komentar yang positif supaya orang yang akan menggunakan jasa kami tidak ada keraguan”⁵⁹

Biro siger inti perkasa dalam mempromosikan paket wisata halalnya sudah melalui tiga bentuk yaitu *personal selling*, *online selling* dan *mulut kemulut* adapun data yang sudah mendaftar wisata halal sudah berjumlah 20 orang. Adapun data yang sudah terdaftar berikut ini:

Bentuk Promosi	Nama Pelanggan
<i>Personal Selling</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adryani 2. Guswan aditia 3. Heni muslimah 4. M. Santoso 5. Nadia putri maulidan 6. Salsabella safitri 7. Santi hidayah 8. Seketi iman sagupo 9. Sulastri 10. Triyani 11. Wulan ayu putri 12. Zarmani
<i>Online selling</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ahmad azwar 2. Nofiza auliya 3. Riski azni 4. Rizal subakti
<i>word of mouth</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Firman ghani 2. Itma fatmawati 3. Ruben fajri 4. Zainal triwibowo

4.1 data pendaftar paket wisata halal

⁵⁹ Ibid

B. Analisis Penawaraan Paket Wisata Halal Pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Paket wisata adalah adalah suatu rencana kegiatan wisata yang telah disusun secara tetap dengan harga tertentu yang mencakup transportasi, hotel atau akomodasi, objek dan daya tarik wisata serta fasilitas penunjang lainnya yang tertera dalam perjanjian paket wisata tersebut. Begitupun paket wisata halal yaitu paket perjalanan wisata yang beda dari biasanya. Artinya paket wisata yang menyediakan fasilitas dan aturan-aturan yang lebih islami. Siger inti perkasa memiliki berbagai paket wisata seperti paket Ziarah makam walisongo, paket tour Bali-Bromo ataupun paket study banding yang umum menawarkan paket wisata umum.

“Sebenarnya ada beberapa paket di biro kami seperti paket wisata tour Bali-Bromo, ada paket ziarah makam walisongo ada paket study banding akan tetapi kami membuat paket wisata halal agar bertambahnya paket wisata pada biro kami sehingga banyak pilihan mengenai paket wisata yang kami sajikan”⁶⁰

Dalam perkembangannya siger inti perkasa mencoba mendiversifikasikan penawaran paket wisata ke paket wisata halal hal ini didasari oleh dinamika industri pariwisata yang menuntut inovasi yang tinggi. Berikut ini komponen-komponen paket wisata halal yang di tawarkan oleh Siger Inti Perkasa:

1. Judul Tema Paket Wisata

Tema disini sangat penting apakah memang ini yang dicari wisatawan, karena tema ini nantinya menentukan seperti apa bentuk dari paket wisata. Berbeda dengan biasanya yang hanya memberikan tema dengan judul paket wisata halal akan tetapi siger inti perkasa memberi judul *Healing Berkah* terhadap paket wisata halalnya, tema *Healing Berkah* sudah mengandung copywriting, yaitu cara pembuatan suatu materi yang biasanya berupa tulisan, sehingga masyarakat yang

⁶⁰ Wawancara Kepada Bapak Reza trianugraha, 27 januari 2023

melihat dan membaca mengenai paket wisata halal dengan tema *Healing Berkah* tertarik untuk mencoba produk atau paket tersebut.

2. Obyek Wisata

Obyek wisata juga dicantumkan dalam paket wisata dengan tema tour tersebut, agar wisatawan dapat mengetahui obyek wisata mana saja yang akan dikunjungi serta penjelasannya dan apa saja yang bisa dilakukan wisatawan di obyek wisata tersebut.

Dalam pemilihan obyek wisata siger inti perkasa mencari informasi mengenai obyek-obyek wisata yang sudah mengantongi sertifikat halal melalui wabsite LPPOM MUI hal tersebut dilakukan supaya menimalisir ataupun mencegah hal-hal yang tidak di inginkan dalam melakukan wisata halal, lebih-lebih pada saat di obyek tersebut. Adapun obyek wisata yang telah tercantum yaitu Taman sari, Pantai Krakal, Merapi park, Malioboro, Hutan Pinus Mangunan, Pabrik Bakpia, Pusat Kaos / Batik Jogja. Akan tetapi, rute perjalananya berbeda dengan yang tertera di pamflet. Adapun rute waktu dan obyek wisata serta apa saja yang di lakukan wisatawan yaitu berdasarkan waktunya yaitu:

a. Merapi Park (*Tour Jeep*)



Gambar 4. 2 Tour Jeep

(Sumber dari Internet)

Setelah wisatawan masuk bus, wisatawan akan diberangkatkan dari lokasi biro menuju destinasi pertama yakni Merapi Park

dengan estimasi waktu 40 menit dari lokasi biro. Tiba di lokasi wisata, wisatawan diarahkan untuk menuju ke jeep masing-masing yang sudah tersedia di lokasi. Kemudian melakukan *adventure* dengan menggunakan mobil jeep untuk menikmati keindahan Gunung Merapi. Untuk menerapkan konsep halal, para wisatawan diharapkan untuk memperhatikan tempat duduk yang terpisah (laki-laki dan perempuan terpisah kecuali orang yang memiliki hubungan suami-istri).

b. Malioboro



Gambar 4. 3 Malioboro

(Sumber dari Internet)

Jalan Malioboro adalah salah satu kawasan jalan dari tiga jalan di Kota Yogyakarta yang membentang dari Tugu Yogyakarta hingga ke persimpangan Titik Nol Kilometer Yogyakarta. Secara keseluruhan di Malioboro, wisatawan bisa menikmati keindahan Malioboro sendiri serta mencicipi makanan khas Yogyakarta yaitu gudeg Yu Djum, adapun dan membeli berbagai kerajinan. Adapun perkiraan waktu dari Merapi Park ke Malioboro adalah 45 menit.

c. Taman Sari



Gambar 4. 4 Taman Sari

(Sumber dari Internet)

Taman Sari Jogja beralamat di Patehan, Kecamatan Kraton tidak jauh dari Malioboro hanya kisaran 12 menit, Taman Sari sendiri merupakan salah satu bangunan milik Kerajaan Yogyakarta yang kini beralih fungsi sebagai destinasi wisata dan juga masih digunakan sebagai tempat ritual oleh keluarga raja. Daya tarik yang dimiliki Taman Sari yaitu: kolam taman sari, berbagai bangunan yang menawan dan sumur guluming.

d. Hutan Pinus Mangunan



Gambar 4. 5 Hutan Pinus Mangunan

(Sumber dari Internet)

Jarak antara taman sari ke Hutan Pinus Mangunan sekitar 45 menit Hutan Pinus Mangunan merupakan salah satu wisata alam andalan Kabupaten Bantul. Wisata alam ini berlokasi di Dusun

Sukorame, Desa Mangunan, Kec. Dlingo, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hutan Pinus Mangunan merupakan daya tarik wisata alam yang berada di perbukitan Bantul sisi sebelah timur. Di lokasi tersebut wisatawan keindahan deretan pohon pinus yang tumbuh rapi dengan suasana asri, sejuk dan tenang. Wisatawan juga dapat berfoto di lokasi tersebut untuk dijadikan kenang-kenangan.

e. Pantai Krakal



Gambar 4. 6 Pantai Krakal

(Sumber dari Internet)

Pantai Krakal berada di Desa Ngastiharjo, Tanjungsari, Gunung Kidul yaitu menjadi salah satu ikon wisata di Kabupaten Gunung Kidul, pengunjung bisa menikmati keindahan pantai yang memukau, Pantai Krakal inilah yang menjadi point yang sangat ingin dikunjungi dari beberapa obyek wisata yang tercantum pada paket wisata halal tersebut, dalam perjalanan sendiri sekitar memakan waktu 1 jam 35 menit dari Hutan Pinus Mangunan.

f. Pabrik Bakpia Pathok 25



Gambar 4. 7 Pabrik Bakpia Pathok 25

(Sumber dari Internet)

Setelah berkunjung ke Pantai Krakal, rute yang dijalani yaitu kembali titik awal penjemputan, dalam arah tersebut obyek wisata yang dikunjungi adalah pabrik Bakpia Pathok 25 dimana para pengunjung bisa membeli oleh-oleh berbagai macam olahan pabrik tersebut serta bisa langsung melihat cara pembuatannya. Akan tetapi, terdapat larangan yang tidak boleh dilakukan oleh pengunjung yaitu tidak boleh merekam atau memotret dalam pembuatannya. Pabrik ini berlokasi di Jl. Karel Sasuit Tubun No.504, Sanggrahan, Ngampilan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jarak antara Pantai Krakal ke pabrik Bakpia Pathok 25 bisa memakan waktu 2 jam.

g. Pusat Kaos dan Batik Yogyakarta



Gambar 4. 8 Pusat Kaos dan Batik Yogyakarta

(Sumber dari Internet)

Tujuan wisata terakhir ialah pusat kaos dan batik Yogyakarta yang berlokasi di Jl. Sosrowijayan, Sosromenduran, Gedong Tengen, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta jarak tersebut tidak jauh dari pabrik Bakpia Pathok 25 hanya sekitar 12 menit. Pengunjung bisa membeli berbagai buah tangan berupa kaos ataupun batik khas Yogyakarta. Setelah berbelanja kemudian lanjut perjalanan arah pulang, adapun perjalanan dari pusat kaos dan batik Yogyakarta sekitar 25 menitan menuju titik kumpul wisatawan jika titik kumpulnya di lokasi biro itu sendiri.

Dari penjelasan di atas, butuh waktu sekitar 7 jam dari titik kumpul, obyek-obyek yang dipilih sampai finish kepulangan dan belum termasuk berapa lama wisatawan di obyek wisata, pemberhentian makan, sholat ataupun penginapanya. Dari setiap obyek wisata tentunya sudah difasilitasi kebutuhan-kebutuhan wisatawan muslim dalam melakukan ibadah saat di obyek tersebut.

3. Waktu

Waktu inilah yang menentukan lama tidaknya sebuah tour akan dilaksanakan, dengan begini wisatawan akan mengetahui waktu yang dibutuhkan untuk melakukan perjalanan wisata. Adapun waktu yang tertera pada paket wisata halal tersebut adalah 2 hari 1 malam, yang di maksud 2 hari 1 malam yaitu satu hari perjalanan kemudian malamnya istirahat di penginapan lalu paginya melakukan perjalanan lagi.

4. Harga

Harga yang bersaing akan lebih menarik wisatawan untuk menjadi peserta wisata. Lebih murah harga sebuah paket wisata belum tentu baik dalam segi pelayanan dan fasilitas bagitu pula sebaliknya.

Harga yang di tetapkan oleh Siger Inti Perkasa adalah Rp. 750.000/orang. Namun ada komponen yang tidak *include* yaitu kosumsi. Dengan harga tersebut bisa dibilang cukup tinggi, karena dengan harga tersebut wisatawan tidak mendapatkan makan. Sehingga

saat pemberhentian wisatawan membayar menu makan yang mereka pesan sendiri.

5. Fasilitas

Fasilitas dalam sebuah perjalanan wisata disesuaikan dengan jenis paket wisata yang akan diikuti. Adapun fasilitas yang di sediakan Siger Inti Perkasa yaitu:

a. Bus pariwisata (AC, TV,AUDIO)

Dalam perjalanan tersebut Siger Inti Perkasa menggunakan bus pariwisata dengan fasilitas bus AC,TV,AUDIO

b. Snack 1x dan makan Halal

Fasilitas yang di dapatkan adalah snack 1x dibagikan wisatawan saat pemberangkatan, selanjutnya adalah makanan halal, makanan halal yang di maksud ini adalah pemberhentian di restoran-restoran halal, jadi biro tidak memberi fasilitas makan akan tetapi memberhentikan wisatawan di restoran yang halal

c. Tiket obyek wisata

Selanjutnya fasilitas yang di dapat yaitu tiket obyek wisata jadi saat di suatu destinasi wisatawan tidak perlu lagi administrasi untuk masuk destinasi tersebut. dari 7 obyek tersebut hanya 4 destinasi yang membayar tiket masuk atau registrasi yaitu merapi park dengan menyewa mobil jeep dikenakan harga 450.00 sampai 500.00 untuk 1 mobil jeep yang di tumpangi maksimal 4 orang kemudian harga tiket masuk taman sari 5.000 untuk satu wisatawan. Tiket masuk Hutan Pinus mangunan 7.000 hari biasa dan hari libur 8.000 untuk 1 wisatawan. Yang terakhir tiket masuk pantai kerakal dikenakan 7.000 hari biasa dan 10.000 di hari libur untuk 1 wisatawan. Dari selain 4 destinasi tersebut memang tidak dikenakan biaya apapun saat untuk masuk.

d. Penginapan Hotel/*Homestay* Syar'i

Paket wisata halal tentunya harus terhindar dari hal-hal yang merusak konsep halal itu sendiri, maka dari itu penyediaan kamar

harus di bedakan antara laki-laki dan perempuan. Tetapi tidak berlaku kepada perempuan dan laki-laki yang sudah mempunyai ikatan hubungan suami istri. Siger Inti Perkasa mencari informasi dari berbagai hotel yang ada di Yogyakarta hotel kelas menengah. Namun, ini bersifat kondisional, jadi biro hanya menghubungi pihak hotel tergantung situasi dan kondisi perjalanan. Biro memilih hotel kelas menengah dengan tarif berkisar Rp. 150.000 hingga Rp. 200.000/malam. Hal ini tentu tergolong tidak sesuai dengan harga paket wisata.

e. *Tour Leader*

Tour Leader adalah orang yang ditugaskan untuk memimpin grup dalam perjalanan wisata selama beberapa hari dengan wisatawan/tamu. *Tour leader* berperan penting terhadap suksesnya perjalanan wisata karena ia yang memimpin rombongan wisatawan supaya tetap kondusif saat berwisata. Terlebih wisata halal ini harus mengetahui kebutuhan dasar wisatawan muslim seperti mencarikan masjid atau ruang kosong untuk sholat jamaah.

Siger Inti Perkasa mempunyai 2 *tour leader* yang berpengalaman namun belum bersertifikat Asosiasi *Tour Leader* Muslim Indonesia (ATLMI) untuk legalitas profesinya menjadi seorang *Tour Leader* Muslim yang kompeten.

f. Air mineral (selama perjalanan)

Dalam perjalanan wisata, Biro Siger Inti Perkasa memberikan fasilitas air mineral gratis di masing-masing tempat duduk dalam bus. Biro Siger Inti Perkasa memberdayakan wisatawan agar tidak dehidrasi selama perjalanan maupun wisatawan yang mau ke tempat wisata. Wisatawan dapat konfirmasi kepada *tour leader* jika kehabisan air minum saat perjalanan berlangsung. Pemberian air mineral gratis disediakan dan diletakkan dibelakang kursi supir bus. Hal ini dilakukan tidak

terjadinya wisatawan yang kehausan saat perjalanan.

g. Perlengkapan P3K

Pertolongan Pertama pada Kecelakaan atau P3K adalah tindakan pertolongan yang diberikan pada korban kecelakaan, atau kondisi darurat sebelum mendapatkan penanganan medis yang lebih lanjut. Siger Inti Perkasa bukan menyediakan P3K saja akan tetapi menyediakan obat masuk angin, obat mabuk diperjalanan dan balsem untuk wisatawan. Hal tersebut dilakukan untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak di inginkan dalam perjalanan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang penulis ajukan dalam penelitian mengenai Strategi Promosi Wisata Halal Pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Promosi Wisata Halal Pada Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta yang di lakukan dalam mempromosikan wisata halal dengan perencanaan promosi melalui beberapa tahap: yaitu persiapan, pemilihan target promosi wisata halal dan komunikasi lalu menjadi produk paket wisata halal. Selanjutnya tahap memilih bentuk untuk mempromosikan paket wisata halal di tentukan anggarannya dalam promosi tersebut. Kemudian media yang digunakan terhadap promosi tersebut yaitu: *Personal Selling, Online Selling, Word of Mouth*.
2. Penawaran paket wisata halal yang dibuat Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta yaitu dengan menentukan tema paket wisata yang menarik yaitu "*Healing berkah*", memilih destinasi wisata terdiri 7 destinasi dengan harga 750.00 selama 2 hari 1 malam dengan fasilitas-fasilitas cukup baik sesuai standar muslim.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa saran yang penulis sampaikan di antaranya:

1. Selama ini Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta dalam melakukan promosi hanya dengan 3 cara. Online, personal selling, dan mulut ke mulut. Oleh karena itu pasar yang didapat sebagian besar swasta. Dalam mengembangkan strategi wisata halalnya seperti mensosialisasikan dan bekerjasama di berbagai Instansi

seperti Sekolah, Universitas, Perusahaan-Perusahaan dan lembaga-lembaga agar mereka mengetahui dan selalu mendapatkan follow up untuk bisa menjalin kerjasama yang baik dan mengikuti perkembangan pasar di dunia kepariwisataan.

2. Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta lebih baiknya menambah variasi paket wisata yang lebih beragam. Jadi customer akan memiliki banyak pilihan paket yang akan digunakan. Baik itu dari kelas yang beragam seperti kelas ekonomi, kelas exclusive, kelas VIP. Serta tambahan menambah fasilitas-fasilitas salat sholat seperti sajadah, sarung, mukena dan lain sebagainya dan disarankan *tour leader* Siger Inti Perkasa untuk mengikuti *Asosiasi Tour Leader Muslim Indonesia* (ATLMI) guna untuk mengetahui relasi mengenai wisata halal serta menjadi pelindung hukum sewaktu-waktu membutuhkan.

C. Penutup

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan petunjuk-Nya kepada penulis. Sehingga pada akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik meskipun masih banyak kekurangan. Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa manusia kepada jalan kebenaran. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung dan tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman penulis. Semoga dengan kekurangan penulis itu bisa menjadikan pengalaman penulis untuk lebih giat dalam belajar dan membaca lagi.

Untuk itu penulis mohon kritik dan sarannya sebagai masukan yang bersifat membangun untuk kesempurnaan dimasa yang akan mendatang.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan bisa diambil hikmahnya khususnya bagi penulis dan pembaca. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Adida, *Strategi Taman Baca Masyarakat* (Palembang: Endah Sri Hartatik, 2021).
- Alim, Haidar Tsany, Andi Okta Riansyah, Karimatul Hidayah, Ikhwanul Muslim, 'Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif Di Jawa Tengah Dan Yogyakarta', (2016).
- Anak Agung Putu Swabawa, Dewa Gede, Agus Sutioarso, *Menejemen Bisnis Pariwisata* (tangerang: pascal books, 2022).
- Anicha Isyah, 'Peran Strategis Dinas Pariwisata Kota Solo dalam Optimalisasi Pariwisata Halaldi Kota Solo', (2017).
- Fiqih, Ahyak, 'Strategi Pengelolaan Pariwisata Halal Kota Surabaya', *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 9.2 (2019).
- Firdausia, Hadi., 'Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Syarah (Studi Di Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi)', vol 3.1 (2017).
- Freddy, *Strategi Promosi yang Kreatif (Analisi Kasus Integradet Marketing Communitycation)* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009).
- Hamzah, Maulana, Yudiana, Yudi, 'Analisis Komparatif Potensi Industri Halal Dalam Wisata Syariah Dengan Konvensional', (2015).
- Herlambang, Susatyo, *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran* (yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014).
- Isdarmanto, *Dasar-Dasar Kepariwisataaan Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (Yogyakarta: Gerbang Media Angkasa, 2017).
- Jaelani, Aan, 'Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects', *MPRA Paper*, 76237 (2017).
- Kementerian Komunikasi Dan Informatika' (https://www.kominfo.go.id/content/detail/18069/5-tahun-kembangkan-pariwisata-halal-indonesia-akhirnya-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-2019/0/artikel_gpr).
- Manafe, Janri, Tuty Setyorini, Yermias, Alang, 'Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni Dan Budaya (Studi Kasus Di Pulau Rote NTT)', *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 4.1 (2016).

- Muttalib, Abdul, '*Peranan Biro Perjalanan Wisata dalam Mengembangkan Wisata Halal Di Lombok Tengah Dan Lombok Barat*', *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis*, 1.1 (2019).
- Noor, Zulki fulkifli, *Buku Refrensi Strategi Pemasaran 5.0* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021).
- Pratiwi, Ade Ela, '*Analisis Pasar Wisata Syariah di Kota Yogyakarta*', *Media Wisata*, 152.3 (2016).
- Rahardi Mahardika, '*Strategi Pemasaran Wisata Halal*', (2020).
- Regina Dewi Hanifah, '*Potensi Halal Tourism di Indonesia*',(2020).
- Ri'aeni, Ida, '*Penggunaan New Media Dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya Di Indonesia* Ida', 9 (2015).
- Riskiah, '*Tinjauan Pustaka*', (2016).
- Sofyan, Riyanto, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah* (Jakarta: republika, 2012).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Supriadi, Bambang, Nanny Roedjinandari, *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata* (malang: Universitas Negeri Malang, 2017).
- Suryati, Lili, *Menejemen Pemasaran (Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan)* (yogyakarta: CV Budi Utama, 2015).
- Suyanto, Amikom, *Marketing Strategy Top Brand Indonesia* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007).
- Tri Weda, Herukkmi Septa, *Penguatan Strategi Pemasaran Dan Daya Saing UMKM Berbasis Kementrian Desa Wisata* (Surabaya: CV Jakad Publising, 2019).
- Widagdyo, Kurniawan Gilang, Universitas Sahid Jakarta, '*Analisis PasarPariwisata Halal Indonesia*', 1.1 (2015).
- Yuningsih, Tri, Titi Darmi, Susi Sulandari, '*Model Pentahelik dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Semarang*', *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 3.2 (2019).
- Yusuf Umarudin, '*Peran Biro Perjalanan Wisata Terhadap Perkembangan Wisata Halal (Studi Kasus Pada Cheria Halal Holiday)*' (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020).

Wawancara kepada bapak Reza Trianugraha 3 Januari 2023 selaku pemilik Biro Siger Inti Perkasa.

Wawancara kepada Bapak Osa Gusnaidi 26 Januari 2023 selaku Marketing Siger Inti Perkasa.

Wawancara kepada Ibu Muslimah 25 Januari 2023 selaku Sales Biro Siger Inti Perkasa.

Wawancara kepada Bapak Erlan Wijaya 30 Januari 2023 selaku *Tour Guide* Biro Siger Inti Perkasa.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Lampiran 1. 1 Pedoman Wawancara

A. Pedoman Wawancara dengan pemilik Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Oleh: Bapak Reza Trianugraha

1. Bagaimana sejarah berdirinya Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?
2. Apa alasan diberi nama Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta
3. Apa visi, misi, dan Motto Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?
4. Bagaimana struktur organisasi Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?
5. Apa saja yang harus di kerjakan dari berbagari staf Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta ?
6. Apa sajakah pelayanan produk dan jasa Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?
7. Bagaimanakah SOP di Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?
8. Bagaimana perizinan Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?
9. Apa keistimewaan Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?

B. Pedoman Wawancara Terkait Penelitian di Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Oleh :Bapak Reza Trianugraha

1. Menurut Bapak, wisata halal itu apa?
2. Bagaimana pendapat bapak mengenai wisata halal yang tengah ramai dalam dunia wisata saat ini?
3. Upaya apa yang di lakukan Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta mengenai wisata halal yang saat ini ramai di dunia pariwisata?
4. Apa saja perencanaan Biro &Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta yang dilakukan dalam mempromosikan wisata halal?
5. Bagaimana strategi promosi wisata halal yang dilakukan Biro

& Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?

6. Berapa jumlah produk paket wisata yang dimiliki Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta ?
7. Apa saja isi paket wisata halal wisata halal Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta ?
8. Bagaimana penawaran paket wisata halal Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta ?
9. Bagaimana Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta dalam memilih atau menentukan obyek atau destinasi wisata khususnya paket wisata halal?

C. Pedoman Wawancara kepada *Tour Leader* Terkait Penelitian di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Oleh : Erlan Wijaya

1. Apa saja kriteria seorang *Tour Leader*?
2. Apa yang dilakukan *Tour Leader* ketika pertama kali memberikan pelayanan kepada wisatawan?
3. Apakah ada standarisasi secara nasional untuk menjadi seorang *Tour Leader*?
5. Apakah bapak melaksanakan nilai-nilai syari'ah dalam menjalani tugas sebagai *Tour Leader* mengenai wisata halal ini?

D. Pedoman Wawancara kepada Staf *Marketing* terkait Penelitian di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Oleh: Osa Gusnaldi

1. Bagaimana sistem Marketing yang ada di biro & travel siger inti perkasa Yogyakarta ?
2. Bagaimana strategi promosi wisata halal yang dilakukan Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?
3. Apa yang ditawarkan Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta dalam mengajak wisatawan untuk bergabung melakukan wisata halal melalui Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta?
3. Bagaimana Biro Siger & Inti perkasa Yogyakarta mengenalkan produk jasa produk jasanya untuk meyakinkan calon wisatawan menggunakan

jasa Biro Siger & Inti Perkasa Yogyakarta hingga jumlah wisatawan meningkat?

4. Materi atau hal apa saja yang dilakukan untuk promosi wisata halal?
5. Bagaimana Biro siger & inti perkasa Yogyakarta mempertahankan pelanggan/jama'ahnya ?

E. Pedoman Wawancara kepada Sales Terkait Penelitian di Biro & Travel Siger Inti Perkasa Yogyakarta

Oleh: Muslimah

1. Bagaimana cara ibu dalam mempromosikan wisata halal dengan langsung ke calon wisatawan?
2. Target pasar untuk mempromosikan wisata halal dengan secara langsung pada siapa saja?
3. Bagaimana meyakinkan calon wisatawan mengenai wisata halal ?
4. Apakah ada kendala-kendala dalam mengenalkan wisata halal ini?

Lampiran 2

Lampiran 2. 1 Dokumentasi Wawancara



Dokumentasi wawancara pada Bapak Reza Trianugraha selaku pemilik Biro Siger Inti Perkasa



Dokumentasi wawancara pada bapak Osa Gusnaldi selaku Marketing Biro Siger Inti Perkasa



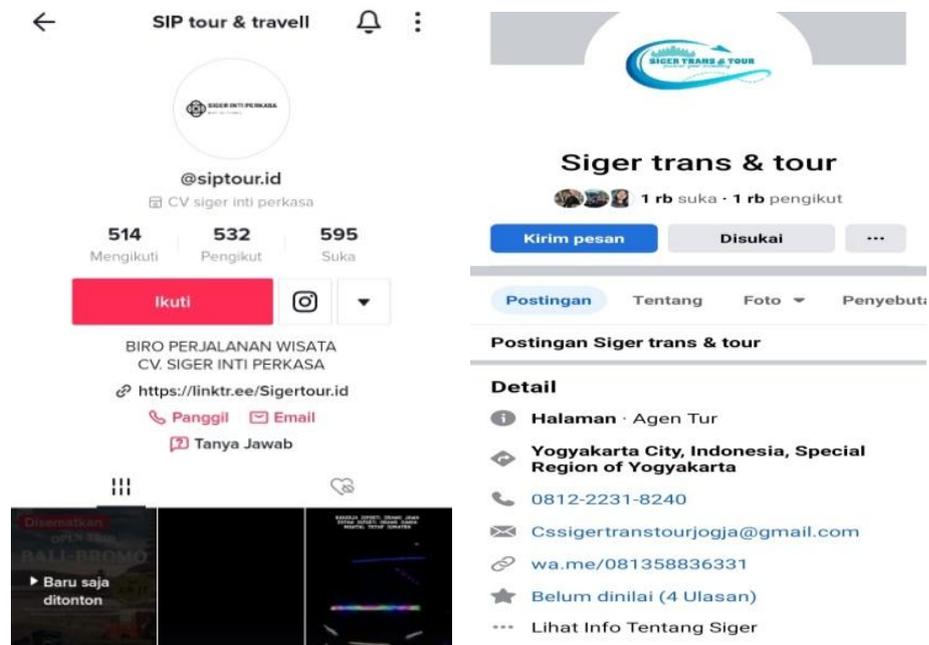
Wawancara pada Bapak Erlan Wijaya Selaku *Tour Leader* Biro Siger Inti Perkasa



Wawancara Pada Ibu Muslimah Selaku Sales Biro Siger Inti Perkasa

Lampiran 3

Lampiran 3.1 Media Sosial Siger Inti Perkasa



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Gigih Aldrei Maulana

Tempat, Tanggal Lahir : Sekampung lampung timur, 19 Agustus 2001

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Hobi : Memancing

No. Telp : 081368928186

E-Mail : gigih_1901036008@student.walisongo.ac.id

Alamat : RT 06 RW 05, Dusun II, Desa Margamulya ,
Kecamatan Bumi Agung, Kabupaten Lampung
Timur, Lampung, Indonesia

Orangtua : Ayah Daryono dan Ibu Andriani

Jenjang Pendidikan Formal

Tahun 2008-2013 : SDN 1 Sribasuki Lampung Timur

Tahun 2013-2016 : SMP Plus Walisongo Lampung Utara

Tahun 2016-2019 : SMA Plus Walisongo Lampung Utara

Tahun 2019-2023 : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Pengalaman organisasi

1. Pengurus Kamapala kota Semarang
2. Marine Buddines kota Semarang