

# **PEMASARAN PAKET WISATA DENGAN SALES CALL DAN SISTEM BOOKLET DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN PADA JOGJA BAY WATERPARK**

**Nurnaeni**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti *sales call* dan *booklet* sebagai bentuk strategi pemasaran paket wisata oleh Jogja Bay Waterpark. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, metode pengumpulan data yaitu wawancara semi- terstruktur, observasi dan studi pustaka. Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu pengaruh *sales call* dan *booklet* sebagai variabel terikat, dan jumlah wisatawan sebagai variabel bebas. Hasil dari penelitian ini adalah *sales call* sebagai strategi pemasaran internal yang mempunyai target pasar secara kelompok dan *booklet* sebagai strategi pemasaran eksternal dengan target pasar secara personal dikombinasikan sebagai strategi pemasaran dalam pemasaran paket wisata di Jogja Bay Waterpark, dalam penerapannya *Sales call* dilakukan ke pasar tujuan yang sesuai dengan target perusahaan dengan standar operasi prosedur yang terstruktur, dan *booklet* yang merupakan strategi yang masih baru di Jogja Bay Waterpark dilakukan dengan kerjasama vendor *advertising* yang menguntungkan kedua belah pihak. Secara garis besar, dapat disimpulkan bahwa *sales call* dan *booklet* efektif dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada Jogja Bay Waterpark, tetapi dalam praktiknya *sales call* dan *booklet* memiliki kekurangan dari segi penerapan pada saat musim sepi liburan perusahaan, sehingga jumlah wisatawan yang berkunjung tidak mencapai target pada saat tersebut.

***Kata kunci:*** Sales Call, Booklet, Target Wisatawan.

**MARKETING OF TOURISM PACKAGES WITH CALL SALES AND  
BOOKLET SYSTEMS IN IMPROVING THE NUMBER OF TOURISTS IN  
JOGJA BAY WATERPARK**

***Nurnaeni***

***Abstract***

*This study aims to examine sales calls and booklets as a form of tourism package marketing strategy by Jogja Bay Waterpark. This study uses descriptive qualitative methods, data collection methods namely semi-structured interviews, observation and literature study. This study consisted of two variables, namely the effect of sales calls and booklets as dependent variables, and the number of tourists as independent variables. The results of this research show that sales call as an internal marketing strategy that has a group target market and booklets as an external marketing strategy with a personal target market combined as a marketing strategy in marketing tour packages in Jogja Bay Waterpark are in accordance with the company's target with structured procedure operating standards, and a booklet which is a new strategy in Jogja Bay Waterpark is done with vendor advertising cooperation that benefits both parties. Broadly speaking, it can be concluded that sales calls and booklets are effective in increasing the number of visitors to Jogja Bay Waterpark, but in practice sales calls and booklets have shortcomings in terms of application during the company's holiday season, so the number of tourists visiting does not reach the target at that time.*

***Keywords:*** Sales Call, Booklet, Tourist Target