

# STRATEGI PERTUMBUHAN INTENSIF BIRO PERJALANAN WISATA HARLIN TOUR & TRAVEL DI DENPASAR - BALI

ARYANTO

Manajemen Pemasaran

Dra.ec. Indarini, M.M., CPM., (Asia) dan Christina R. Honantha, S.E. M.M.,  
CPM (Asia)

## ABSTRAK

Laporan ini diperoleh dari hasil praktik kerja lapangan untuk mengamati dan memahami aktivitas dan kebijakan penjualan serta pemasaran pada divisi *Sales & Marketing* di PT Harlin Kreasi Mandiri. *Sales & Marketing* adalah salah satu ujung tombak perusahaan dalam menjaga relasi dengan konsumen lama dan menggaet calon konsumen baru sehingga penjualan produk dapat terjadi. Strategi pemasaran yang jitu tentu menentukan pertumbuhan pasar perusahaan sehingga perusahaan dapat terus bertumbuh dan berkembang semakin besar. Adapun aktivitas yang dilakukan selama melakukan praktik kerja lapangan menjadi anggota divisi antara lain: pengenalan terhadap *product knowledge* (*ticketing airlines, hotel reservation, tour itinerary, etc*); memimpin perjalanan wisata sebagai *tour leader*; mengumpulkan dan mengarsipkan data konsumen, lokasi wisata yang sedang naik daun; melakukan inspeksi ke lokasi-lokasi wisata yang baru; membuat *itinerary tour* yang update; melaporkan hasil kerja lapangan kepada pimpinan. Setelah aktivitas dilakukan, ditemukan beberapa faktor penyebab stagnasinya pertumbuhan pasar yang dialami oleh Harlin Tour. Hasil laporan kerja lapangan ini menyarankan bahwa Harlin Tour & Travel perlu melakukan beberapa hal, antara lain: membuat sistem yang terintegrasi antar divisi, membenahi sistem manajemen perusahaan, merekrut karyawan yang tepat, melakukan strategi pemasaran intensif.

Kata Kunci : Strategi, Pertumbuhan, Pemasaran, Pariwisata

# ASSESSING INTENSIVE GROWTH STRATEGY OF HARLIN TOUR & TRAVEL TOURISM AGENCY AT DENPASAR - BALI

ARYANTO

Marketing Management

Dra.ec. Indarini, M.M., CPM., (Asia) and Christina R. Honantha, S.E. M.M.,  
CPM (Asia).

## ABSTRACT

*This report is obtained from the results of field work practices to observe and understand sales and marketing activities and policies in the Sales & Marketing division at PT Harlin Kreasi Mandiri. Sales & Marketing is one of the spearheads of the company in maintaining relationships with old consumers and attracting new prospective customers so that product sales can occur. The right marketing strategy certainly determines the growth of the company's market so that the company can continue to grow and develop even bigger. The activities carried out during the field work practice as members of the division include: introduction to product knowledge (ticketing airlines, hotel reservations, tour itinerary, etc); lead travel tours as tour leaders; collect and archive consumer data, tourist sites that are on the rise; inspect new tourist sites; make an updated itinerary tour; report the results of field work to the leadership. After the activity was carried out, several factors were found to cause the stagnation of market growth experienced by the Harlin Tour. The results of this field work report suggest that Harlin Tour & Travel needs to do a number of things, including: creating an integrated system between divisions, fixing the company's management system, recruiting the right employees, carrying out intensive marketing strategies.*

*Keywords: Strategic, Growth, Marketing, Tourism*