

PENERAPAN DIGITAL MARKETING PAKET WISATA DI PT AERO TRAVELLINDO UTAMA

Oleh
M. Omar Sheika

Ringkasan

PT Aero Travellindo Utama sebagai salah satu biro perjalanan wisata yang menyediakan jasa layanan paket wisata ke Pulau Pahawang, dalam menjalankan jasa dan layanan PT Aero Travellindo Utama menggunakan berbagai digital marketing guna menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Jumlah wisatawan yang menggunakan jasa PT Aero Travellindo Utama untuk mengunjungi Pulau Pahawang mengalami kenaikan tiap bulannya di akhir tahun, namun pada bulan-bulan tertentu ada juga yang mengalami penurunan pengunjung. Hal itu di pengaruhi oleh penerapan *digital marketing* sebagai sarana promosi yang lebih optimal yang dapat diharapkan bisa menjual produk sehingga mereka mampu bertahan dan dapat bersaing dengan tour travel lain nya. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk: 1) Mendeskripsikan Paket Wisata Bahari PT Aero Travellindo Utama. 2) Mendeskripsikan penerapan *digital marketing* PT Aero Travellindo Utama. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Hasil dari penulisan tugas akhir ini menunjukkan PT Aero Travellindo Utama memiliki paket wisata dengan *fasilitas trip* untuk ke Pulau Pahawang, Pulau Tegal Mas, Pulau Kiluan. Penerapan *digital marketing* yang telah dilakukan adalah *digital marketing* berupa website dan sosial media yaitu *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Youtube* untuk mengembangkan paket wisata bahari dari PT Aero Travellindo Utama serta meningkatkan *digital marketing* yang lebih optimal maka perlu memperbanyak jenis *digital marketing* sesuai teori seperti *Email Marketing*, *Search Engine Marketing*, *Video Marketing*, dan Iklan secara *online*.

Kata kunci : *Digital Marketing*, Wisata Bahari, Paket Wisata.