

## ABSTRAK

Asrini, Dwi Puji. 2005. *Teknik Promosi Pemasaran Pariwisata pada PT Arminta Jatra Bhuana Semarang*. Tugas Akhir. Jurusan Bahasa dan Sastra Asing, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang. Dosen pembimbing Rina Supriatnaningsih, Dra, M.Pd.

Industri pariwisata merupakan industri yang bergerak di bidang jasa, semua produknya ditujukan untuk wisatawan. Produk pariwisata sebagai produk jasa mempunyai karakteristik yang berbeda dengan produk fisik lainnya. Produk pariwisata tidak dapat disimpan sehingga membutuhkan kecepatan dalam usaha pemasarannya.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah teknik promosi pemasaran yang digunakan PT Arminta Jatra Bhuana Semarang dalam memasarkan produk-produk pariwisatanya. Berdasarkan pada permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan teknik promosi pemasaran yang digunakan PT Arminta Jatra Bhuana Semarang.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian merupakan hasil observasi kegiatan di PT Arminta Jatra Bhuana Semarang selama satu bulan. Pengumpulan datanya dilakukan dengan teknik observasi dan teknik pustaka.

Hasil observasi ini menunjukkan bahwa teknik promosi pemasaran pariwisata yang digunakan PT Arminta Jatra Bhuana Semarang dalam memasarkan produk-produk pariwisatanya adalah teknik *advertising* “periklanan”, *sales promotion* “promosi penjualan”, *personal selling* “penjualan tatap muka”, *public relation* “hubungan masyarakat” dan teknik kekeluargaan.

Berdasarkan temuan tersebut, saran yang diberikan kepada PT Arminta Jatra Bhuana Semarang adalah agar dapat mengembangkan teknik kekeluargaan sebagai teknik promosi untuk mendukung tekni-teknik promosi lain, karena teknik ini lebih bersifat luwes dan dapat mengikuti keinginan konsumen, sehingga dapat mendukung perusahaan untuk mengembangkan diri, guna menghadapi persaingan di masa yang akan datang.