

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA *CAMPING GROUND* JOBEN *ECO PARK* DI LOMBOK TIMUR NUSA TENGGARA BARAT

OLEH

RIA MARDIANI

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui bagaimana daya tarik wisata yang dimiliki oleh Joben *Eco Park*. Dapat mengetahui bagaimana segmentasi pasar dari paket wisata *camping ground* Joben *Eco Park* serta dapat mengetahui kapan waktu yang tepat dalam memasarkan paket wisata *camping ground* Joben *Eco Park*. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini ialah reduksi data, penyajian data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi melalui wawanara terhadap narasumber dan penarikan kesimpulan.

Kesimpulan dari penelitian ini ialah Joben *Eco Park* merupakan destinasi yang sudah cukup bagus untuk dijadikan destinasi unggulan untuk kegiatan *camping ground* di daerah Lombok Timur, fasilitas dan aktivitas yang sudah baik dan memadai menjadi pendukung kegiatan tersebut. Segmentasi pasar dari Joben *Eco Park* ialah kalangan pelajar, komunitas dan keluarga Serta Cara promosi yang digunakan oleh Joben *Eco park* ialah menggunakan *Social Media* berupa *Facebook* dan *Instagram* setiap ada kegiatan-kegiatan dan diupdate setiap satu bulan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Paket Wisata Camping Ground, Joben Eco Park

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY FOR THE CAMPING GROUND JOBEN ECO PARK TOUR PACKAGE IN EAST LOMBOK, WEST NUSA TENGGARA

BY

RIA MARDIANI

This study aims to determine how the tourist attraction of Joben Eco Park. Can find out how the market segmentation of the Joben Eco Park camping ground tour package and can find out when is the right time to market the Joben Eco Park camping ground tour package. This type of research is descriptive qualitative using data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. The data analysis technique in this study is data reduction, data presentation which aims to obtain information through interviews with sources and drawing conclusions.

The conclusion of this study is that Joben Eco Park is a good enough destination to be used as a leading destination for camping ground activities in the East Lombok area, facilities and activities that are already good and adequate to support these activities. The market segmentation of Joben Eco Park is students, communities and families. The promotion method used by Joben Eco Park is to use Social Media in the form of Facebook and Instagram every time there are activities and it is updated every month.

Keywords: Marketing Strategy, Camping Ground Tour Packages, Joben Eco Park