

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA MINAT KHUSUS (*SURFING*) STUDI DI PT. TIARA SENTOSA *TOUR AND TRAVEL*

Strategi pemasaran adalah dasar dari kegiatan perusahaan atau upaya untuk mencapai sasaran pasar atau mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran paket wisata minat khusus (*surfing*) di PT. Tiara Sentosa *Tour and Travel*. Penelitian ini dilakukan di PT. Tiara Sentosa *Tour and Travel*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini adalah *owner* dari PT. Tiara Sentosa *Tour and Travel* yaitu Pak Sahlan, manajer *ticketing* yaitu Rizky Syahrial dan satu *customers* yang pernah menggunakan jasa Tiara Sentosa *Tour and Travel*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan observasi non partisipan, wawancara semistruktur, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini berdasarkan dengan model tahapan analisis data menurut Miles dan Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan jasa PT. Pusaka Tour & Travel Jember menggunakan strategi pemasaran terkait bauran pemasaran yang diantaranya produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) dalam menjalankan usaha jasanya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Paket wisata, Minat Khusus, *Surfing*,

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF TOURISM PACKAGES OF SPECIAL INTEREST (SURFING) STUDY AT PT. TIARA SENTOSA TOUR AND TRAVEL

Marketing strategy is the basis of the company's activities or efforts to achieve the target market or achieve the expected marketing goals. This study aims to determine the marketing strategy of (surfing) special interest tour packages at PT. Tiara Sentosa Tour and Travel. This research was conducted at PT. Tiara Sentosa Tour and Travel. The method used in this research is descriptive qualitative research method. The subject of this research is the owner of PT. Tiara Sentosa Tour and Travel namely Mr. Sahlan, ticketing manager namely Rizky Syahrial and one customer who has used the services of Tiara Sentosa Tour and Travel. Data collection techniques carried out in this study were using non-participant observation, semi-structured interviews, and documentation. The data analysis technique carried out in this study was based on the data analysis stage model according to Miles and Huberman, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that the service company PT. Pusaka Tour & Travel Jember uses a marketing strategy related to the marketing mix which includes product, price, place, promotion in running its service business.

Keywords: Marketing Strategy, Tour Packages, Special Interests, Surfing,