

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam melakukan perencanaan pada perusahaan secara keseluruhan, terutama dalam keadaan pesaing yang sangat ketat. Persaingan bisnis saat ini yang cukup ketat yaitu bisnis yang bergerak dibidang jasa pariwisata. Muji Trekker Tour & Travel melaksanakan kegiatan usahanya tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif, apalagi dalam kondisi dimasa pandemi Covid-19. Oleh sebab itu, perlu diterapkan strategi pemasaran melalui website untuk tempat memasarkan produknya sebagai salah satu cara yang sangat baik dalam strategi dibidang jasa pariwisata. Sehingga ketika Muji Trekker menggunakan platform yang saling terkait satu dengan lainnya, maka akan meningkatkan daya tarik paket wisata yang dijual ke pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran paket wisata *Tandem Paragliding* melalui website di Muji Trekker Tour & Travel Sembalun. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui, mendiskripsikan dan menjelaskan keadaan yang sebenar-benarnya terkait tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan jasa Muji Trekker Tour & Travel Sembalun. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari beberapa tahap yaitu tahap reduksi data, tahap penyajian data dan tahap penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan jasa PT. Pusaka Tour & Travel menggunakan strategi pemasaran terkait bauran pemasaran yang diantaranya produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) dalam menjalankan usaha jasanya. Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Membuat konten suatu produk pada website sebagai wadah berjualan yang dipromosikan melalui facebook & instagram ads. 2) Menggunakan strategi 3R (*Review, Rate, Recommendation*) sebagai tempat untuk meninggalkan jejak yang positif agar menjadi peringkat teratas di *search engine* Google & Google Maps.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Paket Wisata *Tandem Paragliding*, Website, 4P *Digital Marketing*

ABSTRACT

Marketing strategy is a very important part in planning the company as a whole, especially in a very tight competition. The current business competition is quite tight, namely businesses engaged in tourism services. Muji Trekker Tour & Travel carrying out its business activities cannot be separated from the conditions of increasingly competitive market competition, especially in conditions during the Covid-19 pandemic. Therefore, it is necessary to apply a marketing strategy through a website for a place to market their products as one of the best ways to strategy in the field of tourism services. So when Muji Trekker uses a platform that is interrelated with one another, it will increase the attractiveness of the tour packages sold to customers. This study aims to determine the marketing strategy of the Tandem Paragliding tour package through the website at Muji Trekker Tour & Travel Sembalun. This study uses a descriptive type of research with a qualitative approach that aims to find out, describe and explain the actual situation related to the marketing strategy carried out by the Muji Trekker Tour & Travel Sembalun service company. Methods of data collection using interviews, observation and documentation. The data analysis used in this study consisted of several stages, namely the data reduction stage, the data presentation stage and the conclusion drawing stage. The results showed that the service company PT. Pusaka Tour & Travel uses a marketing strategy related to the marketing mix which includes product, price, place, promotion in running its service business. The results of this study are: 1) Creating product content on the website as a place to sell that is promoted through facebook & instagram ads. 2) Using the 3R strategy (Review, Rate, Recommendation) as a place to leave a positive trail in order to become the top ranking on Google search engines & Google Maps.

Keywords: Marketing Strategy, Tandem Paragliding Tour Packages, Website, 4P Digital Marketing