

ABSTRAK
RAMA SATYA NUGRAHA.
2021.

STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATAPT. PUSAKA TOUR AND TRAVEL MELALUI INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COVID-19.

PROYEK AKHIR.
POLITEKNIK PARIWISATA LOMBOK.
Pembimbing :Dr. KOMANG MAHAWIRA, S. H., M.Hum & LALU AHMAD ZAKI, S. Pd

Strategi pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam pelaksanaan strategi perusahaan secara keseluruhan, terutama dalam keadaan pesaing yang sangat ketat. Persaingan bisnis saat ini yang cukup ketat yaitu bisnis yang bergerak dibidang jasa pariwisata. PT. Pusaka Tour & Travel adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata khususnya dalam bidang biro perjalanan yang berlokasi di Praya, Kabupaten Lombok tengah, Nusa Tenggara Barat. PT. Pusaka Tour & Travel dalam melaksanakan kegiatan usahanya tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Apalagi dalam kondisi dimasa pandemi Covid-19.

Oleh sebab itu menerapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat merupakan salah satu cara yang sangat menentukan bisnis dibidang jasa pariwisata agar kegiatan usaha dapat terus berjalan. 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 PT. Pusaka Tour & Travel.

Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, metode observasi dan metode dokumen. 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.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Paket Wisata Media Instagram, Tour & Travel

ABSTRACT
RAMA SATYA NUGRAHA.
2021.

STRATEGI PEMASARAN PAKET WISATA PUSAKA TOUR AND TRAVEL MELALUI INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COVID 19.

PROYEK AKHIR
POLITEKNIK PARIWISATA LOMBOK.

Pembimbing :Dr. KOMANG MAHAWIRA, S. H., M.Hum & LALU AHMAD ZAKI, S. Pd

Marketing strategy is a very important part of the implementation of the company's overall strategy, especially in conditions of very tight competitors. The current business competition is quite tight, namely businesses engaged in tourism services. PT. Pusaka Tour & Travel is one of the companies engaged in the tourism industry, especially in the field of travel agents located in the city of Praya, central Lombok, West Nusa Tenggara. PT. Pusaka Tour & Travel in carrying out its business activities cannot be separated from the conditions of increasingly competitive market competition, especially in the conditions during the Covid-19 pandemic.

Therefore, implementing a good and appropriate marketing strategy is one of the ways that greatly determines the business in the tourism services sector so that business activities can continue to run. This research uses descriptive research with a qualitative approach which aims to identify, describe and explain the actual situation related to the marketing strategy undertaken by the service company PT. Pusaka Tour & Travel.

Methods of data collection using interview methods, observation methods and document methods. 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.

Keywords: Instagram Media Tour Package Marketing Strategy, Tour & Travel.