

## **ABSTRAK**

# **STRATEGI PEMASARAN PAKET TREKKING RINJANI PADA MUJI TREKKER TOUR AND TRAVEL DI LOMBOK NUSA TENGGARA BARAT**

**OLEH:**

**AHSAN CHANDRA**

Adanya pariwisata menumbuhkan usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, oleh karena itu perlu dikembangkan jumlah tempat kunjungan wisatawan ini dengan cara mengembangkan berbagai objek wisata yang telah ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Paket Trekking Rinjani Pada Muji Trekker Tour and Travel di Lombok Nusa Tenggara Barat. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah Deskriptif kualitatif melibatkan lima tahapan, yaitu pengumpulan data, analisis data, pengolahan data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan dengan berlandaskan teori 4P (*Product, Price, Promotion, People*), dalam teori bauran pemasaran yang bertujuan mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk Muji Trekker Tour and Travel. Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknik pemasaran paket trekking maupun paket wisata lainnya yang di terapkan oleh Muji Trekker lebih banyak dilakukan dengan cara *online* melalui *website* dan beberapa *platform* media sosial seperti Facebook dan Instagram. Sehingga ketika Muji Trekker menggunakan *platform* yang saling terkait satu dengan lainnya, maka akan meningkatkan daya tarik paket wisata yang dijual ke pelanggan domestik maupun mancanegara.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Paket Trekking, *website*, Sosial Media, Pariwisata.

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY OF RINJANI TREKKING PACKAGES ON MUJI TREKKER TOURS AND TRAVEL IN LOMBOK WEST NUSA TENGGARA**

**BY:**

**AHSAN CHANDRA**

*The existence of tourism fosters an economic business that composes and supports each other's activities so that it can improve the community's economy, therefore it is necessary to develop the number of places that tourists visit by developing various existing tourist objects. This study aims to determine the Marketing Strategy of the Rinjani Trekking Package at Muji Trekker Tour and Travel in Lombok, West Nusa Tenggara. The analytical technique used in this research is descriptive qualitative involving five stages, namely data collection, data analysis, data processing, data presentation and conclusion drawing based on 4P theory (Product, Price, Promotion, People), in marketing mix theory which aims to determine the right marketing strategy for Muji Trekker Tour and Travel. Data collection techniques for this research are interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that the marketing techniques for trekking packages and other tour packages applied by Muji Trekker are mostly done online through websites and several social media platforms such as Facebook and Instagram. So that when Muji Trekker uses a platform that is interconnected with one another, it will increase the attractiveness of tour packages sold to domestic and overseas customers.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Trekking Packages, Website, Social Media, Tourism*