

STRATEGI PENERAPAN BAURAN PEMASARAN 4P UNTUK PAKET WISATA *TAILOR MADE* DI H&R TOUR TRAVEL

Oleh

YESSISCA

RINGKASAN

H&R Tour Travel Yogyakarta merupakan salah satu agen perjalanan wisata di Yogyakarta. H&R Tour Travel memiliki beberapa produk diantaranya MICE dan paket wisata. Laporan ini dilatarbelakangi dengan adanya strategi bauran pemasaran paket wisata *tailor made* sebagai produk unggulan di H&R Tour Travel. Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk 1) Mendeskripsikan paket wisata *tailor made* di H&R Tour Travel, 2) Menjelaskan strategi penerapan bauran pemasaran paket wisata *tailor made* di H&R Tour Travel. Laporan ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran paket wisata *tailor made* di H&R Tour Travel yang diterapkan terdiri dari 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Setiap elemen bauran pemasaran yang dilakukan H&R Tour Travel dapat dipaparkan sebagai berikut: 1) produk berupa paket wisata *tailor made*, 2) harga yang dapat disesuaikan, 3) tempat pemasaran berfokus pada daerah Yogyakarta sebagai tujuan utamanya, 4) media promosi yang digunakan secara *offline* dan *online*. Bauran pemasaran di H&R Tour Travel memiliki faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung diantaranya: 1) paket wisata sesuai dengan yang diinginkan konsumen, 2) harga yang dapat menyesuaikan, 3) lokasi kantor terdapat di pinggir jalan, 4) promosi *online* berjalan dengan baik. Selain itu, H&R Tour travel juga memiliki faktor penghambat diantaranya: 1) tidak *update* terhadap lokasi yang diminta konsumen, 2) perlu mempertimbangkan harga pesaing, 3) tidak terdapat tanda pengenal, 4) kurang promosi *offline*. Namun setiap faktor penghambat yang ada telah disediakan alternatif solusi untuk mengatasi hal tersebut.

Kata kunci : tailor made , bauran pemasaran, H&R Tour Travel