

DIGITAL MARKETING PAKET WISATA PADA PT. HAPPY CAHYA HARYADI

Oleh

Lisa Marini

RINGKASAN

PT. Happy Cahya Haryadi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata, yang terletak di Jl. Imogiri Barat KM 7 Bantul, Yogyakarta. PT. Happy Cahya Haryadi memiliki beberapa produk pelayanan, salah satunya adalah Happy Tour. Happy Tour merupakan layanan yang dimiliki oleh perusahaan terkait penjualan paket wisata. Tugas akhir ini bertujuan untuk: (1) Mendeskripsikan bentuk digital marketing paket wisata PT. Happy Cahya Haryadi (2) Mendeskripsikan SOP (Standard Operating Procedure) digital marketing PT. Happy Cahya Haryadi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan di PT. Happy Cahya Haryadi, wawancara, dan studi literatur. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Perkembangan teknologi informasi dan pemasaran melalui digital marketing diperkirakan akan menjadi titik perubahan teknik memasarkan suatu produk dari secara konvensional beralih menggunakan pemasaran digital. Sifat media sosial yang real time, menekankan pada visual, fitur yang variatif, mudah digunakan dan efisien. Hal ini yang melatarbelakangi PT. Happy Cahya Haryadi untuk memperluas pemasaran paket wisata dari Happy Tour melalui media digital. Hasil dari penulisan tugas akhir ini menunjukkan strategi pemasaran paket wisata Happy Tour menggunakan bentuk digital marketing yakni Website, Instagram, Facebook, WhatsApp, dan E-mail Marketing. Website Happy Tour masih memungkinkan untuk dioptimasi menggunakan SEO (Search Engine Optimization). Happy Tour memiliki standarisasi dengan adanya SOP yang dalam penerapannya masih secara dilakukan lisan dalam melaksanakan strategi digital marketing. Untuk mempertahankan kualitas dan efektivitas unit kerja SOP dibuat secara tertulis.