

ABSTRACT

Soar Holidays Yogyakarta is a new travel agent in the city of Yogyakarta. The products sold were: domestic and international tour packages, airfare, hotel and restaurant reservations, and travel documents. In conducting its business Soar Holidays Yogyakarta implementing marketing strategies.

This study aimed to describe the marketing strategy that has been done and describe things that have to do by Soar Holidays Yogyakarta to improve the quality of the marketing strategy with the analysis of the marketing mix 4p.

The method used is descriptive research method. The primary data source is taken using the method of literature study, observation, and interviews. While the secondary data sources are taken from literature study, thesis, or scientific, and content sites. The results of the data obtained are processed by inductive descriptive techniques.

The results of this study are intensive marketing activity has not been done. Marketing mix of 4p has not gone well seen from the number of tourists who are still vacant in February, March, April, June, August, October and November 2016.

Keywords: marketing, marketing strategy, marketing mix, domestic tour packages, 4p.

INTISARI

Soar Holidays Yogyakarta merupakan Biro Perjalanan Wisata yang termasuk baru di Kota Yogyakarta. Produk-produk yang dijual antara lain yaitu : paket wisata domestik dan internasional, tiket pesawat, reservasi hotel dan restaurant, dan pengurusan dokumen perjalanan. Dalam menjalankan bisnisnya Soar Holidays Yogyakarta menerapkan strategi pemasaran.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan tentang strategi pemasaran yang sudah dilakukan dan mendeskripsikan hal-hal yang harus dilakukan Soar Holidays Yogyakarta untuk meningkatkan kualitas strategi pemasaran dengan analisis bauran pemasaran 4p.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Sumber data primer diambil menggunakan metode studi pustaka, observasi, dan wawancara. Sedangkan sumber data sekunder diambil dari studi kepustakaan, skripsi, tesis, atau karya ilmiah, dan laman website. Hasil data yang diperoleh diolah dengan teknik deskriptif induktif.

Hasil dari penelitian ini adalah aktivitas pemasaran belum *intensif* dilakukan. Bauran pemasaran 4p yang belum berjalan dengan baik terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang masih kosong di bulan Februari, Maret, April, Juni, Agustus, Oktober dan November tahun 2016.

Kata kunci: *pemasaran, strategi pemasaran, bauran pemasaran, paket wisata domestik, 4p.*