

INTISARI

Biro Perjalanan Wisata CV Massatours sesungguhnya memiliki peluang besar dalam meningkatkan volume penjualan produk jasa di bidang layanan pariwisata, hanya saja peluang itu tidak dapat diraih tanpa diimbangi dengan langkah-langkah perencanaan pemasaran yang matang. Perencanaan pemasaran merupakan upaya yang dilakukan CV Massatours agar program pemasarannya lebih terarah dengan jelas dan tujuan dari pemasaran tersebut dapat tercapai. Dalam penelitian ini dibahas bagaimana langkah perencanaan pemasaran yang dilakukan oleh CV Massatours dalam upaya meningkatkan penjualan produk. Pembahasan tersebut meliputi analisis lingkungan internal dan eksternal, penentuan segmentasi pasar sasaran, penerapan bauran pemasaran yang mengacu pada 4P yaitu *Product* (produk) *Price* (penetapan harga) *Place* (lokasi dan saluran distribusi perusahaan) dan *Promotion* (bagaimana memasarkan produk). Langkah terakhir untuk mengetahui apakah perusahaan sudah maju sesuai rencana, CV Massatours menyiapkan langkah pengendalian dan evaluasi. Tujuan akhirnya adalah untuk mengevaluasi kinerja dengan berdasarkan perencanaan yang telah dibuat dan untuk menentukan upaya yang lebih efektif untuk pemasaran selanjutnya. Maka dapat disimpulkan bahwa Perencanaan Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Produk pada CV Massatours ini sudah cukup sesuai dengan upaya perusahaan untuk terus maju berkembang dan meningkatkan kualitas layanan di masa yang akan datang.

Kata Kunci: Biro Perjalanan Wisata, CV Massatours, Perencanaan, Pemasaran Jasa.

ABSTRACT

Massatours Travel Agency actually has a big opportunities to increase the volume of product sales, however that opportunity can not be achieved without good steps on marketing plan. Marketing planning is an effort by Massatours to increase target marketing programs with clarity and purpose of such marketing can be achieved. In this research discussed how marketing planning steps will do by Massatours, in an effort to increase sales of products. steps to be taken is, internal and external analysis, determining the target market segmentation, applying marketing mix refers to the 4Ps, such as Product, Price, Place, and Promotion. The last step to determine whether the company has advanced according to plan, prepare control measures and evaluation in CV Massatours, final objective is to evaluate the performance based planning has been made and to determine more effective efforts for further marketing. It can be concluded that the Marketing Planning Efforts Increase in Product Sales Volume in CV Massatours is sufficient according to the company's efforts to move forward to develop and improve the quality of service in the future.

Keyword: Travel Agency, CV Massatours, Planning, Marketing services