

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi divisi *marketing* dalam pemasaran produk paket wisata PT. Tourezia Cakra Inspirasi serta untuk mengetahui kendala yang di hadapi oleh PT. Tourezia Cakra Inspirasi dalam memasarkan dan menjual produk paket wisata dan jasa kepada konsumennya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan teknik observasi dan wawancara, sedangkan data skunder didapatkan dari hasil studi pustaka. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh divisi *marketing* PT. Tourezia Cakra Inspirasi menggunakan strategi *marketing mix 7P* yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process*. Adapun kendala yang dihadapi adalah kendala eksternal dan kendala internal.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Kendala, PT. Tourezia Cakra Inspirasi.

ABSTRACT

This research was conducted to determine the strategy of the marketing division in marketing the tour package products of PT. Tourezia Cakra Inspiration and to find out the obstacles faced by PT. Tourezia Cakra Inspiration in marketing and selling tour package products and services to consumers. The research method used is descriptive qualitative. Primary data collection is done by using observation and interview techniques, while secondary data is obtained from the results of literature studies. From the results of the research that has been done, it can be seen how the strategy carried out by the marketing division of PT. Tourezia Cakra Inspirasi uses a 7P marketing mix strategy, namely product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process. The obstacles faced are external constraints and internal constraints.

Keywords: *Marketing strategy, Constraint, PT. Tourezia Chakra Inspiration.*