

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dan Pengembangan Ekonomi Lokal Melalui Agrowisata Belimbing di Tulungagung” ini ditulis oleh Nuraini Trias Saputri, NIM. 17402153014, pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya masyarakat di wilayah tersebut yang menanam belimbing. Salah satu cara untuk memanfaatkan hasil dari sumber daya lokal yaitu menentukan strategi pemasaran yang baik dan tepat yang akan berdampak pada ekonomi lokal masyarakat disana dengan menerapkan strategi pemasaran maketing mix.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran pada Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung (2) Bagaimana strategi dalam pengembangan ekonomi lokal melalui Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung (3) Apa saja kendala-kendala dalam strategi pemasaran dan pengembangan ekonomi lokal pada Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung (4) Bagaimana solusi strategi pemasaran dan pengembangan ekonomi lokal pada Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi pemasaran pada Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung (2) Untuk mengetahui strategi dalam pengembangan ekonomi lokal melalui Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung (3) Untuk mengetahui kendala-kendala dalam strategi pemasaran dan pengembangan ekonomi lokal pada Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung (4) Untuk mengetahui solusi strategi pemasaran dan pengembangan ekonomi lokal pada Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Sumber data yang di peroleh adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pola interaktif meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi pemasaran pada Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung menerapkan 4 unsur marketing mix, yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi. (2) Strategi dalam pengembangan ekonomi lokal Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung menerapkan strategi kooperasi yaitu bekerjasama dengan kelompok tani dalam memanfaatkan hasil dari sumber daya lokal. (3) Kendala yang ada pada Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung berupa kendala perubahan cuaca yang tidak menentu dan kendala keinginan petani yang masih belum ingin berinovasi budidaya selain belimbing. (4) Solusi yang diberikan Agrowisata Belimbing Mulyono di Tulungagung dengan melakukan pengontrolan dan pengawasan belimbing serta memberikan pelatihan untuk olahan belimbing.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pengembangan Ekonomi Lokal, Kendala dan Solusi pada Agrowisata Belimbing.

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Strategy and Local Economic Development through Starfruit Agro Tourism in Tulungagung" was written by Nuraini Trias Saputri, NIM. 17402153014, Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research was motivated by the many people in the region who planted starfruit. One way to utilize the results of local resources is to determine a good and appropriate marketing strategy that will have an impact on the local economy of the people there by implementing a maketing mix marketing strategy.

The focus of this research is (1) How is the marketing strategy in Belimbing Mulyono Agro Tourism in Tulungagung (2) What is the strategy in developing the local economy through Belimbing Mulyono Agro Tourism in Tulungagung (3) What are the constraints in marketing strategies and local economic development in Mulyono Starfruit Agro Tourism in Tulungagung (4) What is the solution for marketing strategies and local economic development in Mulyono Starfruit Agro-tourism in Tulungagung.

The purpose of this research is (1) To find out the marketing strategy in Belimbing Mulyono Agro Tourism in Tulungagung (2) To find out the strategy in developing the local economy through Belimbing Mulyono Agro Tourism in Tulungagung (3) To find out the constraints in marketing strategies and local economic development on agrotourism Belimbing Mulyono in Tulungagung (4) To find out the marketing strategy solution and local economic development in Mulyono Starfruit Agro Tourism in Tulungagung.

This study uses a descriptive qualitative approach. The data sources obtained are primary and secondary data. The technique of collecting data is by observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques using interactive patterns include data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results of this study are (1) The marketing strategy in Belimbing Mulyono Agro Tourism in Tulungagung applies four elements of marketing mix, namely products, prices, promotions, and distribution channels. (2) Strategy in the development of the local economy Agro tourism Belimbing Mulyono in Tulungagung applies a cooperative strategy that is working with farmer groups in utilizing the results of local resources. (3) Constraints in Belimbing Mulyono Agro-tourism in Tulungagung in the form of uncertain weather change constraints and constraints of the desire of farmers who still do not want to innovate cultivation other than starfruit. (4) Solution given by Belimbing Mulyono Agrotourism in Tulungagung by controlling and controlling star fruit and providing training for starfruit processing.

Keywords: Marketing Strategy, Local Economic Development, Constraints and Solutions on Starfruit Agro Tourism.