

ABSTRAK

Skripsi “Strategi Pemasaran Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung di Era Pandemi Covid-19 pada Kelompok Sadar Wisata Gubuk Sawah dan Wisata Nangkula Park Tulungagung” ini ditulis oleh Nur Fadillah, NIM. 12402173443, dan dibimbing oleh Dr. Agus Eko Sujianto, SE, MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya pandemi Covid-19 yang dampaknya dirasakan pada seluruh aspek kehidupan, salah satunya adalah industri sektor pariwisata. Dampak yang dirasakan industri sektor pariwisata salah satunya adalah penurunan jumlah pengunjung yang datang. Akibat penurunan ini, juga memberikan dampak yang kurang baik pada pendapatan warga sekitar objek wisata dan para karyawan yang turut mengelola. Dalam menghadapi situasi ini, perlu adanya strategi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung serta dalam menghadapi kendala dan hambatan.

Fokus penelitian skripsi ini meliputi (1) Bagaimana peran strategi pemasaran syariah yang dilakukan Kelompok Sadar Wisata Tulungagung dalam meningkatkan jumlah pengunjung di era pandemi Covid-19? (2) Apa saja kendala dan hambatan yang dihadapi Kelompok Sadar Wisata dalam memajukan industri sektor pariwisata di Kabupaten Tulungagung? Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi oleh peneliti, wawancara mendalam dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknis analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan mereduksi data, kemudian menyajikannya dengan menggunakan teks yang bersifat naratif, serta menarik kesimpulan dari data tersebut yang sifatnya dapat diterima dan dapat menjawab rumusan masalah.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Wisata Gubuk Sawah dan Wisata Nangkula Park merupakan objek wisata yang berada di Kabupaten Tulungagung dan keduanya menerapkan strategi pemasaran syariah dengan menggunakan elemen 4P. Penerapan strategi pemasaran syariah dengan menggunakan elemen 4P telah memberikan dampak yang baik terhadap pengembangan objek wisata, masyarakat sekitar, karyawan yang ikut mengelola objek wisata serta peningkatan dalam jumlah pengunjung. (2) Adapun kendala dan hambatan yang harus dihadapi Wisata Gubuk Sawah dan Wisata Nangkula Park, antara lain: modal yang terbatas, para pesaing di bidang yang sama, perbedaan selera pengunjung, lokasi objek wisata yang kurang strategis, serta adanya peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Kata kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Jumlah Pengunjung, Objek Wisata.

ABSTRACT

The thesis “Sharia Marketing Strategies in Increasing the Number of Visitors in the Era of Covid-19 Pandemic at Gubuk Sawah and Nangkula Park Tulungagung Tourism Awareness Group” was written by Nur Fadillah, NIM. 12402173443, and supervised by Dr. Agus Eko Sujianto, SE, MM.

This research is motivated by the Covid-19 pandemic whose impact was felt on all aspects of life, one of which was the tourism sector industry. One of the impacts felt by the tourism sector is a decrease in the number of visitors who come. As a result of this decline, it also has an unfavorable impact on the income of residents around tourist attraction and the employess who also manage it. In dealing with this situation, it is necessary to have a strategy carried out by the Tourism Awareness Group in order to increase the number of visitors as well as in dealing with obstacles.

The focus of this thesis research includes (1) What is the role of the sharia marketing strategy carried out by the Tulungagung Tourism Awareness Group in increasing the number of visitors in the Covid-19 pandemic era? (2) What are the obstacles and obstacles faced by the Tourism Awareness Group in advancing the tourism sector industry in Tulungagung Regency? This research uses descriptive qualitative approach with a case study methods. By using data collection techniques through observation by researchers, in-depth interviews and documentation. Sources of data in this study use primary data and secondary data. The data analysis technique used in this research is to reduce the data, then present it using narrative text, and draw conclusions from the data that are acceptable in nature and can answer the problem formulation.

The result of this research are (1) Gubuk Sawah Tourism and Nangkula Park Tourism are tourist objects located in Tulungagung Regency and both apply sharia marketing strategies using 4P elements has have a good impact on the development of tourism objects, the surrounding community, employees who participate in managing and increasing the number of visitors. (2) As for the obstacles and obstacles faced by Gubuk Sawah Tourism and Nangkula Park Tourism, among others: limited capital, competitors in the same field, differences in visitor tastes, less strategic tourist attraction locations and regulations set by the government.

Keyword: Sharia Marketing Strategy, Number of Visitors, Tourist Attraction.