

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Wisata Edukasi Kampung Coklat Kabupaten Blitar dalam Perspektif Etika Bisnis Islam” yang ditulis oleh Ika Lukita Sari, NIM 12402173160, pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya perusahaan yang belum menerapkan strategi pemasaran berdasarkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya, baik di pasar maupun di industri pariwisata. Belum diterapkannya etika bisnis Islam menjadikan sebuah usaha rentan akan hal-hal dzalim seperti: mementingkan urusan duniawi sehingga lupa kewajiban ibadahnya, tidak jujur saat melakukan transaksi, bersikap subyektif terhadap pembeli, acuh terhadap komplain atau keluhan yang masuk, tidak transparan dalam menetapkan harga, pengurangan takaran atau timbangan, penggunaan sumpah palsu, serta adanya persaingan yang tidak sehat dengan perusahaan lain.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran di wisata edukasi Kampung Coklat Kabupaten Blitar dalam Perspektif etika bisnis Islam, (2) Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi pengelola wisata edukasi Kampung Coklat Kabupaten Blitar dalam penerapan strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan strategi pemasaran di wisata edukasi Kampung Coklat Kabupaten Blitar dalam Perspektif etika bisnis Islam. (2) Mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi pengelola wisata edukasi Kampung Coklat Kabupaten Blitar dalam penerapan strategi pemasaran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian ini dilaksanakan di Desa Plosorejo Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan cara reduksi data, paparan data dan verifikasi. Pengecekan keabsahan temuan dilakukan dengan cara perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk unggulan yang dihasilkan Kampung Coklat adalah wisata edukasi dan produk coklatnya. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan pengelola wisata edukasi Kampung Coklat Kabupaten Blitar sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dimana produk yang dihasilkan terjamin kehalalannya, harga yang ditetapkan sesuai kualitas produk yang diberikan, mempromosikan produk dan jasa sewajarnya tanpa melebih-lebihkan keadaan aslinya, serta menyajikan tempat yang bersih dan rapi untuk menunjang kenyamanan berkunjung wisatawan. Selain itu Kampung Coklat selalu bertanggung jawab dan berperilaku jujur serta memberikan pelayanan terbaik demi terpenuhinya kepuasan wisatawan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Wisata Edukasi, Etika Bisnis Islam.

## **ABSTRACT**

*The undergraduate thesis with the title “Marketing Strategies of Educational Tourism at Coklat Village Blitar District in The Perspective of Islamic Business Ethics” written by Ika Lukita Sari, NIM 12402173160, with the supervisor Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.*

*This research is motivated by the number of companies that have not implemented marketing strategies based on Islamic business ethics while running their business, both in the market and in the tourism industry. The lack of implementation of Islamic business ethics makes a business vulnerable to tyrannical things such as: prioritizing worldly affairs thereby forgetting the worship obligations, being dishonest when conducting transactions, being subjective to buyers, indifferent to incoming complaints, not being transparent while setting prices, reducing prices. measures or scales, the use of perjury, and unfair competition with other companies.*

*The focus of this research is (1) What is the marketing strategy at the educational tourism of Kampung Chocolate Blitar Regency in the perspective of Islamic business ethics, (2) What are the supporting factors and inhibiting factors faced by the management of the educational tourism of Kampung Chocolate Blitar Regency in term of implementing marketing strategies. This research aims to (1) describe the marketing strategy in the educational tourism of Kampung Chocolate, Blitar Regency in the perspective of Islamic business ethics. (2) Describe the supporting factors and inhibiting factors faced by the management of educational tourism at Kampung Brown, Blitar Regency in implementing marketing strategies.*

*This research uses a descriptive qualitative approach with the type of field research. It was conducted in Plosorejo Village, Kademangan District, Blitar Regency. The data are primary and secondary ones. Data collection techniques are carried out by observation, interviews, and documentations. Data analysis techniques are carried out by data reduction, data exposure and verification. Checking the validity of findings is carried out by extending participation, persistence of observation, and triangulation.*

*The results show that the featured products produced by Kampung Chocolate are educational tourism and chocolate products. The marketing strategy carried out by the manager of the Kampung Brown educational tourism in Blitar Regency have been in accordance with the principles of Islamic business ethics. Where the products produced are guaranteed to be halal, prices are set according to the quality of the products provided, promote products and services appropriately without exaggerating their original condition, and provide a clean and tidy place to support the convenience of visiting tourists. Furthermore, Kampung Chocolate is always responsible and behaves honestly and provides the best service for the fulfillment of visitors' satisfaction.*

*Key words: Marketing Strategies, Educational Tourism, Islamic Business Ethics.*