

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Objek Wisata Berdasarkan Ekonomi Syariah (Studi Kasus Di Sumber Ubalan Kabupaten Kediri)” ini ditulis oleh Dinazat Gita Alfina, NIM. 12402173257, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing Dr.Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi bahwa masalah semakin menjamurnya objek wisata yang berkembang saat ini mempengaruhi jumlah pengunjung objek wisata, sehingga pengelola harus melakukan perencanaan dan perbaikan melalui strategi promosi yang digunakan dan pembangunan pariwisata yang dilakukan. Berdasarkan permasalahan yang ditemui di objek wisata Sumber Ubalan serta didukung adanya teori-teori dan penelitian terdahulu peneliti ingin meneliti tentang bagaimana strategi bauran promosi dalam pembangunan pariwisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan bagaimana strategi bauran promosi dalam pengembangan pariwisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung dalam perspektif Islam.

Tujuan dalam penelitian dengan objek wisata Sumber Ubalan adalah (1). Untuk mendeskripsikan strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Sumber Ubalan Kabupaten Kediri. (2). Untuk mendeskripsikan strategi bauran promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung objek wisata Sumber Ubalan Kabupaten Kediri berdasarkan ekonomi syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan temuan menggunakan beberapa kriteria seperti ketekunan pengamatan, triangulasi, dan kecukupan referensi.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi bauran promosi dalam pengembangan objek wisata Sumber Ubalan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri dan pengelola wisata melalui alat bauran promosi seperti periklanan dan publisitas, promosi penjualan, penjualan personal, promosi mulut ke mulut, dan pemasaran langsung. Dan promosi dari mulut ke mulut merupakan strategi yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Dalam melakukan kegiatan promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri telah melakukan promosi yang sesuai etika dan adab berbisnis dalam Islam. Adapun etika dan adab dalam berbisnis adalah jujur dalam berpromosi, tidak memberikan iklan palsu, tidak melebih-lebihkan dalam melakukan promosi dan dapat dipercaya.

Kata kunci : Strategi Promosi, Pariwisata, Ekonomi Syariah

ABSTRACT

Thesis with the title " Promotional Mix Strategy to Increase the Number of Tourist Attraction Visitors Based on Sharia Economy (Case Study in Sumber Ubalan, Kediri Regency)", written by Dinazat Gita Alfina, NIM. 12402173257, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Economics, Tulungagung State Islamic Institute. Advisor Dr. Sutopo, M.Pd.

The background of this research is that the problem of the proliferation of tourist objects that are currently developing affects the number of visitors to tourist attractions, so managers must plan and improve through the promotion strategies used and tourism development carried out. Based on the problems encountered in the Sumber Ubalan tourist attraction and supported by theories and previous research, the researcher wants to examine how the promotion mix strategy in tourism development is to increase the number of visitors and how the promotion mix strategy in tourism development is to increase the number of visitors in an Islamic perspective.

The objectives in research with Sumber Ubalan tourism objects are (1). To describe the promotion mix strategy to increase the number of visitors to Sumber Ubalan tourism object, Kediri Regency. (2). To describe the promotion mix strategy to increase the number of visitors to Sumber Ubalan tourism object, Kediri Regency based on sharia economy.

This research is a qualitative descriptive research. Data collection techniques using the method of observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques using data reduction methods, data presentation and drawing conclusions. Checking the validity of the findings using several criteria such as persistence of observations, triangulation, and adequacy of references.

Based on the results of the research, the promotion mix strategy in the development of the Sumber Ubalan tourist attraction was carried out by the Tourism and Culture Office of Kediri Regency and tourism managers through promotional mix tools such as advertising and publicity, sales promotion, personal selling, word of mouth promotion, and direct marketing. And word of mouth is the most effective strategy to increase the number of visitors. In carrying out promotional activities, the Department of Tourism and Culture of Kediri Regency has carried out promotions that are in accordance with ethics and business ethics in Islam. The ethics and etiquette in doing business are honest in promoting, not giving false advertisements, not exaggerating in doing promotions and being trustworthy.

Keywords: Promotion Strategy, Tourism, sharia economy