

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Wisatawan Di Kampung Susu Dinasty Desa Sidem Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung,” ditulis oleh Hana Ramadhani, NIM. 12402173322, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dibimbing oleh DOSEN.

Pariwisata mampu menjadi industri yang memberikan dampak besar terhadap perkembangan dan kemajuan suatu daerah, termasuk dalam pengembangan sebuah produk unggulan. Perkembangan ini dapat dilihat dari munculnya berbagai tempat wisata dilengkapi dengan sarana dan prasarana penunjangnya. Salah satunya pada Kampung Susu Dinasty Tulungagung, untuk menarik minat wisatawan diterapkan strategi bauran pemasaran dalam menyampaikan daya tarik wisata ataupun produk unggulan yang dikembangkan oleh Kampung Susu Dinasty. Sehingga penerapan bauran pemasaran memerlukan pemikiran yang matang sehingga wisatawan benar-banar tertarik atau memiliki minat kuat untuk terus melakukan kunjungan ulang atau pembelian produk ulang di Kampung Susu Dinasty Desa Sidem Kabupaten Tulungagung.

Tujuan penelitian dilaksanakan yaitu: 1) Mendeskripsikan strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh Kampung Susu Dinasty dalam menarik minat wisatawan. 2) Mendeskripsikan faktor pendukung dalam menarik minat wisatawan berkunjung di Kampung Susu Dinasty. 3) Mendeskripsikan faktor penghambat dalam menarik minat wisatawan berkunjung di Kampung Susu Dinasty.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, dokumentasi, dan observasi.

Hasil penelitian ini yaitu: 1) Strategi bauran pemasaran dalam sebuah kegiatan usaha penting dilaksanakan. Pertama strategi yang diterapkan oleh Kampung Susu Dinasty dalam upayanya untuk meningkatkan penjualan dengan menerapkan konsep 7p yaitu *price, produk, physical evidence, place promotion, people, process*, yang dilaksanakan melalui penggunaan media ataupun dengan memanfaatkan promosi sederhana. Kedua pihak Kampung Susu Dinasty juga memanfaatkan strategi bauran pemasaran online, sebagai salah satu pengembangan dalam melakukan pemasaran di tengah pandemi Covid-19 ataupun dilaksanakan sebagai bentuk upaya pengembangan di era arus globalisasi. 2) Strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan oleh Kampung Susu Dinasty, memberikan dampak positif yaitu dengan adanya faktor yang mendukung atas strategi yang dilaksanakan oleh Kampung Susu Dinasty. Pertama pihak Kampung Susu Dinasty mengakui dengan penerapan strategi pemasaran yang baik, terjadi peningkatan volume penjualan produk yang ada. Kedua, keberadaan Kampung Susu Dinasty semakin dikenal luas oleh masyarakat. 3) Hambatan yang terjadi pada Kampung Susu Dinasty. Pertama hambatan yang berhubungan dengan persaingan produk serupa dan hambatan yang terjadi dalam penjualan online yang dilaksanakan. Khususnya pada penjualan melalui media sosial di Kampung Susu Dinasty yaitu terletak pada waktu terbatas antara pengelolaan penjualan online dan offline. Kedua potensi pembatalan sepihak padahal telah terjalin kesepakatan untuk melakukan pembelian barang. Hal ini menjadi hambatan-hambatan yang dialami oleh Kampung Susu Dinasty dalam melakukan pemasaran.

**Kata Kunci:** Strategi Bauran Pemasaran, Minat Wisatawan

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "The Marketing Mix Strategy in Attracting Tourist Interests in Susu Village, Sidem Village, Gondang District, Tulungagung Regency," written by Hana Ramadhani, NIM. 12402173322, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, supervised by LECTURERS.*

*Tourism is able to become an industry that has a major impact on the development and progress of an area, including the development of a superior product. This development can be seen from the emergence of various tourist attractions that are equipped with supporting facilities and infrastructure. Kampung Susu Dynasty Tulungagung, to attract tourists, apply a marketing mix strategy in conveying tourist attractions or superior products developed by Kampung Susu Dynasty. So that the application of the marketing mix requires careful thought so that tourists are really interested or have a strong interest in continuing to make repeat visits or re-purchase products in the Kampung Susu Dynasty, Desa Sidem, Tulungagung Regency.*

*The objectives of the research are: 1) To describe the marketing mix strategy carried out by Kampung Susu Dynasty in attracting tourists. 2) Describe the supporting factors in attracting tourists to visit Kampung Susu Dynasty. 3) Describe the inhibiting factors in attracting tourists to visit Kampung Susu Dynasty. The approach used in this research is qualitative, with the type of qualitative descriptive research. Data collection techniques used are interviews, documentation, and observation.*

*The results of this study are: 1) The marketing mix strategy in an important business activity is implemented. The first strategy implemented by Kampung Susu Dynasty in its efforts to increase sales by applying the 7p concept, namely product, price, promotion of place, people, process, physical evidence, which is applied using media or by utilizing simple promotions. The two sides of the Dinas Susu Village also utilize an online marketing mix strategy, as one of the developments in conducting marketing in the midst of the Covid-19 pandemic and implementing it as a form of development effort in the current era of globalization. 2) The marketing mix strategy implemented by the Dinas Susu Kampung has a positive impact, namely the existence of factors that support the strategy implemented by the Dinas Susu Village. First, the Kampung Susu Dynasty admitted that with the implementation of a good marketing strategy, there was an increase in the sales volume of existing products. Second, the existence of Kampung Susu Dynasty is increasingly widely known by the public. 3) Obstacles that occur in Kampung Susu Dynasty. The first is the barriers related to similar product competition and the obstacles that occur in online sales that are implemented. The two unilateral potentials have in fact proven to be an agreement to purchase goods. These are the obstacles experienced by Kampung Susu Dynasty in marketing.*

**Keywords:** Marketing Mix Strategy, Tourist Interest