

ASBSTRAK

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Pengunjung Wisata Di Tugu Park Desa Tugu Kecamatan Sendang.” Ini ditulis oleh Romadhoni Fajar Shodiq, NIM 12405193238, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan pentingnya strategi pemasan dalam sektor pariwisata untuk memperkuat hubunga antara produsen dan konsumen. meliputi pengembangan obyek wisata baru, penetapan harga yang kompetitif, promosi melalui media sosial, dan kontrol pemasaran yang teratur. Dalam Islam, pemasaran diperbolehkan selama sesuai dengan syariat. Pemasaran pariwisata menjadi komponen strategis dalam pembangunan kepariwisataan Indonesia, dengan fokus pada pengembangan destinasi, kemitraan, dan penataan wilayah pariwisata. Di Kabupaten Tulungagung, Tugu Park adalah salah satu destinasi wisata yang menarik dengan pertumbuhan pengunjung yang signifikan. Pemasaran memegang peran penting dalam menjaga pertumbuhan usaha wisata dalam jangka Panjang untuk meningkatkan minat pengunjung dan keuntungan usaha pariwisata.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan penelitiann deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi,, wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan data primer dan data sekunder, data primer diperoleh dari hasil wawancara yang diolah dan dianalisis oleh peneliti langsung. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data penelitian terdahulu, artikrl, jurnal, sumber-sumber terkait, dan diperoleh dari catatan Tugu Park. Teknik analisi data dilakukan denan

pengumpulan data, reduksi data yang diperoleh, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1) Strategi pemasaran yang dilakukan Tugu Park dalam Upaya meningkatkan pengunjung yaitu strategi bauran pemasaran 4P yang meliputi strategi *product*, strategi *price*, strategi *place*, dan strategi *promotion*. Dalam aspek strategi produk Tugu Park menggunakan *positioning product*, produk baru, dalam aspek harga Tugu Park menggunakan strategi *multiple-unit pricing* dan *price lini*. Dalam aspek strategi *place* Tugu Park menggunakan strategi distribusi langsung. Dan dalam aspek strategi *promotion* Tugu Park menggunakan strategi *personal selling*, *advertising*, *endorsement*. 2) Strategi bauran pemasaran yang digunakan Tugu Park sudah mampu memberikan dampak pada peningkatan pengunjung. Hal tersebut terbukti dengan penambahan dan peningkatan pengunjung selama 3 tahun terakhir.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Peningkatan Pengunjung

ABSTRACT

Thesis entitled "Strategy to Increase Interest in Tourism Visitors at Tugu Park, Tugu Village, Sendang District." This was written by Romadhoni Fajar Shodiq, NIM 12405193238, Sharia Business Management Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, supervised by Rizal Furqan Ramadhan, S.Kom., M.T.

This research is motivated by the importance of marketing strategies in the tourism sector to strengthen the relationship between producers and consumers. including the development of new attractions, competitive pricing, promotion through social media, and regular marketing controls. In Islam, marketing is allowed as long as it is in accordance with Sharia. Tourism marketing is a strategic component in Indonesia's tourism development, focusing on destination development, partnerships, and structuring tourism areas. In Tulungagung Regency, Tugu Park is one of the attractive tourist destinations with significant visitor growth. marketing plays an important role in maintaining the growth of tourism businesses in the long term to increase visitor interest and tourism business profits.

The data collection technique in this study uses descriptive research with a qualitative approach. The data collection techniques used are observation, interviews and documentation. By using primary data and secondary data, primary data is obtained from interviews which are processed and analyzed by researchers directly. While secondary data is obtained from previous research data, articles, journals, related sources, and obtained from Tugu Park records. Data analysis techniques are carried out by collecting data, reducing the data obtained, presenting data and drawing conclusions.

The results of this study can be concluded that 1) The marketing strategy carried out by Tugu Park in an effort to increase visitors is a 4P marketing mix strategy which includes product strategy, price strategy, place strategy, and promotion strategy. In the aspect of product strategy Tugu Park uses product positioning, new products, in the aspect of price Tugu Park uses multiple-unit pricing strategies and price lines. In the aspect of place strategy Tugu Park uses a direct distribution strategy. And in the aspect of promotion strategy Tugu Park uses personal selling, advertising, endorsement strategies. 2) The marketing mix strategy used by Tugu Park has been able to have an impact on increasing visitors. This is evidenced by the addition and increase in visitors over the last 3 years.

Keyword : Marketing Mix, Increased Visitors