

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Wisata dalam Upaya Menarik Minat Kunjungan Wisatawan di Nangkula Park Tulungagung” ini ditulis oleh Dhea Febty Ednaweninda, NIM. 126407211006, dengan pembimbing Yoyok Setiawan, M.M.

Kata Kunci: Strategi, pengembangan wisata, minat kunjungan wisatawan.

Nangkula Park sebagai salah satu objek wisata di Tulungagung yang memiliki potensi besar, sehingga diperlukan strategi yang efektif untuk mengoptimalkan jumlah kunjungan. Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketertarikan peneliti untuk mengidentifikasi strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengelola wisata Nangkula Park yang merupakan bentuk upaya pengelola dalam menarik minat kunjungan wisatawan. Minat kunjungan wisatawan merupakan faktor krusial bagi keberlanjutan dan keberhasilan suatu destinasi wisata.. Yang mana pertanyaan penelitian pada penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana strategi pengembangan wisata yang diterapkan oleh pengelola untuk menarik minat kunjungan wisatawan pada destinasi wisata Nangkula Park? 2) Bagaimana tantangan yang dihadapi pengelola dalam menerapkan pengembangan wisata pada destinasi wisata Nangkula Park?

Penelitian ini mengacu pada teori bauran pemasaran oleh E. Jerome McCarthy yaitu konsep 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus yang menggambarkan keadaan sebenarnya yang terjadi di lapangan dengan teknik analisis data dan pengumpulan data dengan wawancara yang mendalam dengan jumlah empat informan, observasi langsung di lokasi, dan analisis dokumentasi terkait. Teknik analisis data meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dengan pengecekan keabsahan berupa perpanjangan kehadiran peneliti, dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata yang diterapkan Nangkula Park meliputi beberapa aspek. Pertama, pengadaan *rebranding* berupa pembebasan biaya tiket masuk (*price*), pengadaan pujasera MaMi Nangkula dan pengadaan wahana mainan Sadewa serta mengadakan atraksi wisata budaya (*product*). Selanjutnya menggunakan instagram sebagai media atau tempat pemasarannya (*place*), dan yang terakhir dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia dengan mendaftarkan karyawan kepada instansi terkait yang memberikan pelatihan-pelatihan tentang bagaimana mengelola suatu destinasi wisata termasuk juga cara menjadi *content creator* yang baik (*promotion*). Beberapa tantangan yang dihadapi, diantaranya adanya faktor pendanaan karena sumber dana ada pada dana desa, sedangkan dana desa itu sendiri tidak hanya diperuntukkan untuk wisata desa saja. Selanjutnya adalah adanya keterbatasan sumber daya manusia yang dikarenakan Nangkula Park ini berdiri di desa Kendalbulur yang mayoritas masyarakatnya bergerak pada bidang pertanian dan peternakan sehingga awam dengan hal yang berhubungan dengan pariwisata begitupun pengembangannya.

ABSTRACT

This thesis, titled "Tourism Development Strategy in Efforts to Attract Tourist Visits to Nangkula Park Tulungagung," was written by Dhea Febty Ednaweninda, NIM. 126407211006, and supervised by Yoyok Setiawan, M.M.

Keywords: Strategy, tourism development, tourist visit interest.

Nangkula Park, as one of the tourist attractions in Tulungagung, has significant potential, thus requiring effective strategies to optimize the number of visits. This research is motivated by the researcher's interest in identifying the development strategies implemented by the management of Nangkula Park, which are efforts to attract tourist interest. Tourist interest is a crucial factor for the sustainability and success of a tourist destination. The research questions in this study are: 1) What development strategies are applied by the management to attract tourist interest at the Nangkula Park destination? 2) What challenges does the management face in implementing tourism development at the Nangkula Park destination?

This research refers to the marketing mix theory by E. Jerome McCarthy, which includes the 4P concept (Product, Price, Place, Promotion), using a qualitative approach with a case study type that describes the actual conditions occurring in the field. Data collection techniques include in-depth interviews with four informants, direct observation at the location, and related documentation analysis. Data analysis techniques involve data condensation, data presentation, and conclusion drawing and verification, with validity checks through researcher presence extension and triangulation.

The research results indicate that the tourism development strategies implemented at Nangkula Park encompass several aspects. First, rebranding efforts include waiving entrance fees (price), establishing the MaMi Nangkula food court, providing the Sadewa playground, and organizing cultural tourism attractions (product). Furthermore, Instagram is utilized as a marketing medium (place), and lastly, there is an enhancement of human resource quality by registering employees with relevant institutions that provide training on how to manage a tourist destination, including how to become a good content creator (promotion). Some challenges faced include funding issues, as the funding source is from village funds, which are not solely allocated for village tourism. Additionally, there is a limitation in human resources because Nangkula Park is located in Kendalbulur village, where the majority of the community is engaged in agriculture and livestock, making them unfamiliar with tourism-related matters and its development.