

ABSTRAK

Skripsi dengan judul " Hambatan Dan Tantangan Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Di Po Luwes Jaya Trans Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen." yang ditulis oleh Mohammad Ilham Maulidhana, NIM 126407212043 Jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Dibimbing oleh Ayuk Wahdanfiari Adibah, M.H.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Digitalisasi, Sumber Daya Manusia

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya jumlah masyarakat berwisata, sehingga memunculkan pesaing-pesaing bus pariwisata di Kabupaten Tulungagung. Dalam hal ini, PO Luwes Jaya Trans sebagai penyedia jasa wisata dituntut untuk mampu meningkatkan serta menjaga kualitas layanan dan strategi agar mencapai atau sesuai dengan harapan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini yaitu 1) Untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran di Po luwes jaya dalam meningkatkan jumlah konsumen di sektor transportasi pariwisata di Kabupaten Tulungagung. 2) Untuk menganalisis tantangan dalam penerapan strategi pemasaran Po luwes jaya dalam meningkatkan jumlah konsumen 3) Untuk menganalisis hambatan dalam penerapan strategi pemasaran Po luwes jaya dalam meningkatkan jumlah konsumen.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk menggambarkan kondisi sebenarnya yang terjadi di lapangan, pengumpulan data dengan wawancara mendalam. Sumber data yang diperoleh adalah data primer yang diperoleh dengan melakukan wawancara, observasi serta dokumentasi di lapangan, serta data sekunder yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, dan karya ilmiah lainnya. Subjek penelitian adalah pemilik, staf pemasaran, admin media social dan beberapa pelanggan Po Luwes Jaya Trans. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

Dan yang pertama 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa PO Luwes Jaya Trans menerapkan strategi pemasaran berbasis 5P dengan fokus pada kualitas produk, harga seimbang, distribusi mudah, promosi efektif, dan pelayanan staf profesional untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. 2) Tantangan strategi pemasaran muncul pada kelima aspek 5P, termasuk menjaga kualitas layanan, menyeimbangkan tarif, mempermudah pemesanan, konsisten dalam promosi, dan memastikan pelayanan staf responsif. 3) Hambatan penerapan strategi ini mencakup keterbatasan fasilitas, fluktuasi biaya, akses dan koordinasi armada, jangkauan promosi, serta SDM yang terbatas, yang memengaruhi kepuasan, loyalitas, dan potensi peningkatan jumlah penumpang.

ABSTRACT

This thesis, entitled "Obstacles and Challenges in Implementing Marketing Strategies at PO Luwes Jaya Trans to Increase Customers," was written by Mohammad Ilham Maulidhana, Student ID Number 126407212043, Department of Sharia Tourism, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University of Tulungagung. Supervised by Ayuk Wahdanfiari Adibah, M.H.

Keywords: Strategy, Marketing, Digitalization, Human Resources

This research is motivated by the increasing number of tourists, which has given rise to competitors in the tourism bus industry in Tulungagung Regency. Therefore, PO Luwes Jaya Trans, as a tourism service provider, is required to improve and maintain the quality of its services and strategies to meet or meet customer expectations and increase customer satisfaction.

The objectives of this study are: 1) To analyze the implementation of marketing strategies at PO Luwes Jaya in increasing customer numbers in the tourism transportation sector in Tulungagung Regency. 2) To analyze the challenges in implementing Po Luwes Jaya's marketing strategy to increase the number of customers. 3) To analyze the obstacles in implementing Po Luwes Jaya's marketing strategy to increase the number of customers.

This research method uses a qualitative approach with a case study to describe the actual conditions occurring in the field, data collection through in-depth interviews. The data sources obtained were primary data obtained through interviews, observations, and documentation in the field, as well as secondary data obtained from books, journals, and other scientific works. The research subjects were the owner, marketing staff, social media administrators, and several Po Luwes Jaya Trans customers.

The results show that 1) The study shows that PO Luwes Jaya Trans implements a 5P-based marketing strategy focusing on product quality, balanced pricing, easy distribution, effective promotion, and professional staff service to enhance customer satisfaction and loyalty. 2) Marketing strategy challenges arise across all five 5P aspects, including maintaining service quality, balancing fares, facilitating booking, ensuring consistent promotion, and providing responsive staff service. 3) Implementation barriers include limited facilities, fluctuating operational costs, access and coordination of fleet, promotion reach, and limited human resources, which affect customer satisfaction, loyalty, and potential passenger growth