

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan pada Wisata Edukasi Kampung Coklat di Kabupaten Blitar dalam Perspektif Ekonomi Islam” ini ditulis Siti Laelatul Mukaromah, NIM 2824133112, pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati S.E., M. Sy.

Strategi pemasaran merupakan logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dan perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Strategi yang dilakukan berpedoman pada etika bisnis yang ada dan tanpa melanggar hukum-hukum Islam.

Fokus Penelitian ini adalah bagaimana konsep strategi pemasaran yang dilakukan pengelola wisata edukasi kampung coklat di Kabupaten Blitar dalam perspektif ekonomi Islam? Apa saja faktor yang menjadi kendala dalam melakukan strategi pemasaran oleh pengelola wisata edukasi kampung coklat? Bagaimana hasil yang diperoleh wisata edukasi kampung coklat dalam meningkatkan jumlah wisatawan?

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola wisata edukasi kampung coklat di Kabupaten Blitar dalam meningkatkan jumlah wisatawan, untuk mengetahui kendala-kendala yang dialami pengelola wisata edukasi kampung coklat dalam melakukan strategi pemasaran, untuk mengetahui hasil yang diperoleh wisata edukasi kampung coklat setelah melakukan strategi pemasaran.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya studi kasus. Jenis penelitian studi kasus adalah suatu penelitian kualitatif yang berusaha menemukan makna, menyelidiki proses dan memperoleh pengertian dan pemahaman dari hasil wawancara mendalam. Sumber data yang digunakan adalah data primer.

Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, strategi pemasaran dilakukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Strategi pemasaran dilakukan secara Islam dengan melakukan pemasaran secara jujur dan tidak ada yang dirugikan. Tidak semua pemasaran yang dilakukan berjalan dengan lancar dan tanpa hambatan. Dalam melakukan strategi pemasaran pihak pengelola wisata edukasi kampung coklat di Kabupaten Blitar mempunyai kendala yaitu kurangnya komunikasi pemasaran, minimnya partisipasi dari masyarakat sekitar, dan besarnya biaya dalam melakukan periklanan.

Kata kunci: strategi, pemasaran, wisatawan

ABSTRACT

The thesis "The Role of Marketing Strategy in Increasing the Number of Tourists in Kampung Coklat Education Tour in Blitar District in Islamic Economic Perspective" is written Siti Laelatul Mukaromah, NIM 2824133112, supervisor Hj. Amali Nuril Hidayati S.E., M. Sy.

Marketing strategy is a marketing logic, and accordingly, the business unit is expected to achieve its marketing goals. A marketing strategy consists of making decisions about marketing and company costs, marketing mix, and marketing allocation. The strategies undertaken are guided by existing business ethics and without violating Islamic laws.

The focus of this study is how the marketing strategy undertaken manager of educational tourism kampung coklat in Blitar in increasing the number of tourists ? What are the factors that become obstacles in doing marketing strategy by tourism manager of kampung coklat? How is result to exhausted of kampung coklat education in increasing the number of tourists?

The purpose of this research is to know the marketing strategy done by the manager of Educational Tour of kampung coklat in Blitar Regency in increasing the number of tourists, to know the obstacles experienced by kampung coklat education in doing marketing strategy.

This study qualitative research and the type of research case study, the type of case study research is a qualitative research that seeks to find meaning, investigate the process and gain understanding and understanding of the results of in-depth interviews. The data source used is primary data.

Based on data obtained from the interview, marketing strategy is done to increase the number of tourists. Marketing strategy is done in Islam by doing marketing honestly and no one is harmed. Not all marketing is done smoothly and unhindered. In carrying out the marketing strategy of the management of Educational Tour of kampung coklat in Blitar Regency has obstacle that is lack of marketing communications, lack of participation from surrounding community, and the amount of cost in doing advertising.

Keywords: strategy, marketing, tourist