

# STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA THE SELOSA SEBAGAI WISATA MINAT KHUSUS

Oleh

Ni Made Dwi Arini NIM. 2115017002

Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga

Jurusan Teknologi Industri

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan destinasi wisata The Selosa dan untuk mengetahui bagaimana hasil analisis strategi pemasaran yang digunakan pada destinasi wisata The Selosa. Jenis Penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian ini didapati bahwa objek wisata The Selosa yang keberadaan terbuka untuk ketertarikan pengunjung minat khusus, seperti ketertarikan dengan alam, pengunungan, dan lain sebagainya. Berdasarkan strategi bauran pemasaran 7P yang dimana objek wisata The Selosa dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan masih kurang dalam *promotion*, *people* dan *Physical Evidence*. Dimana terdapat beberapa komponen yang belum memenuhi bauran pemasaran marketing mix 7P pada objek wisata The Selosa adalah kriteria, *promotion*, *people*, dan *physical evidence*. Dari komponen *promotion* pada objek wisata The Selosa belum memenuhi kriteria bauran pemasaran karena promosi yang dilakukan belum efektif hanya dengan promosi dari mulut ke mulut, sedangkan dari kriteria *people* belum maksimal karena pelayanan yang diberikan belum efektif dengan ditangani oleh dua orang staf yang berjaga di objek wisata The Selosa, dan dari *physical evidence* perlu adanya perbaikan pada fasilitas yang disediakan di objek wisata The Selosa. Adapun strategi yang direkomendasikan untuk mengatasi permasalahan pada objek wisata The Selosa yaitu, Mengikuti perkembangan teknologi yang ada untuk mendukung perkembangan Destinasi Wisata The Selosa, meningkatkan kualitas produk yang dimiliki, penambahan karyawan atau dengan memberikan pelatihan terhadap karyawan untuk objek wisata the selosa dan melengkapi fasilitas yang masih kurang.

**Kata Kunci :** The Selosa, Strategi Pemasaran, Minat Khusus

## ABSTRACT

*This research aims to determine marketing strategies to increase the number of tourist visits to The Selosa tourist destination and to find out the results of the analysis of marketing strategies used at The Selosa tourist destination. The type of research used is descriptive qualitative with data collection methods in the form of observation, interviews and documentation. Data analysis techniques in this research are data collection, data reduction, data presentation and data verification. The results of this research found that the existence of The Selosa tourist attraction is open to visitors with special interests, such as interest in nature, mountains, and so on. Based on the 7P marketing mix strategy, The Selosa tourist attraction in increasing the number of tourist visits is still lacking in promotion, people and physical evidence. Where there are several components that do not meet the 7P marketing mix at The Selosa tourist attraction, namely criteria, promotion, people, and physical evidence. From the promotion component at The Selosa tourist attraction it has not met the new marketing criteria because the promotion carried out has not been effective only by word of mouth, while from the people criteria it has not been maximized because the service provided has not been effective and is handled by two staff on duty at the tourist attraction The Selosa, and from physical evidence there needs to be improvements to the facilities provided at The Selosa tourist attraction. The recommended strategies for overcoming problems at The Selosa tourist attraction are, Following existing technological developments to support the development of The Selosa Tourist Destination, improving the quality of products owned, adding employees or by providing training to employees for The Selosa tourist attraction and completing existing facilities. still not enough.*

**Keywords:** *The Selosa, Marketing Strategy, Special Interest*

