

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN WISATAWAN BERKUNJUNG KE DESA
GUCIALIT KECAMATAN GUCIALIT KABUPATEN LUMAJANG
STUDI KASUS PADA KOMUNITAS GOWA
(GUCIALIT ORGANISASI WISATA ALAM)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

Memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



PAIMAN

NIM. 215122073

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Komunitas GOWA dan untuk mengetahui respon kepuasan wisatawan setelah berkunjung ke Desa Gucialit. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menentukan informan di antaranya : Ketua Komunitas GOWA, Pengurus Komunitas GOWA, Camat Gucialit, Kepala Desa Gucialit, Pelaku Usaha, dan Wisatawan. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, model data, verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran meliputi produk, harga, distribusi, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik dan proses. Dimana desa wisata di Gucialit menemukan kendala terkait distribusi, terutama dikarenakan akses jalan yang belum memadai, serta produk unggulan yang dihasilkan yaitu kopi Gucialit sudah semakin menghilang dari peredaran. Sedangkan kepuasan wisatawan terkait fasilitas misalnya: keterbatasan bangku taman, minimnya kesadaran membuang sampah pada tempatnya, sarana parkir kurang memadai, ketersediaan pusat informasi masih terbatas.

Kata kunci: Pemasaran Pariwisata dan Kepuasan Wisatawan



ABSTRACT

This study aims to determine the implementation of marketing strategies implemented by the GOWA Community and to find out the response of tourist satisfaction after visiting Gucialit Village. This research is a type of qualitative descriptive research. Data collection techniques using observation, interviews, documentation. Sampling uses a purposive sampling technique by determining informants including: GOWA Community Chair, GOWA Community Management, Gucialit Sub-District Head, Gucialit Village Head, Business Actors, and Travelers. Data analysis techniques using data reduction, data models, verification conclusions. The results of the study show that the marketing strategy includes product, price, distribution, promotion, human resources, physical evidence and process. Where the tourist village in Gucialit found constraints related to distribution, mainly due to inadequate road access, and the superior products produced namely Gucialit coffee have increasingly disappeared from circulation. While tourist satisfaction regarding facilities, for example: limited park bench, lack of awareness of disposing of garbage in its place, inadequate parking facilities, the availability of information centers is still limited.

Keyword : Tourism Marketing and Tourist Satisfaction

