



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Vichi Veriansyah
Assignment title: Jurnal
Submission title: Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan
File name: JURNAL_VICHI_VERIANSYAH_2.docx
File size: 31.38K
Page count: 10
Word count: 3,188
Character count: 21,536
Submission date: 12-Jan-2023 01:33
Submission ID: 1991635778

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Phil I Ketut Gunawan, MA.

NIP. 19631222 199002 1 001

Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL, Volume 11, Nomor 1, 2023

eJournal Administrasi Bisnis, 2023, 11(1): XXX-XXX
ISSN 2355-5408, e-ISSN 2355-5416
© Copyright 2022, <http://ejournal.unmul.ac.id/index.php/jadab/index>

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pemandian Serayu Lestari Kota Samarinda

Vichi Veriansyah

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai
No. 1 Gunung Kelua Samarinda
E-mail: vickyveriansyah@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Pemandian Serayu Lestari Kota Samarinda. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis SWOT dan analisis deskriptif kualitatif. Strategi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan sangat penting perannya dalam menunjang pertumbuhan perusahaan dan mencapai target pendapatan, berupa strategi produk berupa dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas fasilitas dan *spot-spot* yang ada serta meningkatkan pelayanan kepada pengunjung. Strategi harga yang dapat dilakukan adalah dengan membuat program *bundling* harga tiket masuk dan fasilitas berbayar lainnya sehingga pengunjung yang datang tidak hanya menikmati fasilitas pemandian saja namun juga fasilitas berbayar lainnya dengan persepsi harga yang lebih murah, dimana hal ini tentu dapat meningkatkan pendapatan. Salah satu upaya terkait strategi lokasi yang bisa dilakukan adalah dengan bekerjasama dengan Pemerintah, misalnya dengan penyediaan moda transportasi seperti bus, maupun bekerjasama dengan masyarakat sekitar. Strategi promosi dengan memaksimalkan penggunaan media sosial, baik dengan menggunakan fitur *adense*, *review* oleh pada *trip advisor* maupun dengan mengunggah berbagai fasilitas dan keunikan yang dimiliki di media sosial sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; Produk; Harga; Lokasi; Promosi

Pendahuluan

Peningkatan mobilitas serta kegiatan ekonomi masyarakat saat ini secara tidak langsung berimplikasi pada kebutuhan masyarakat akan kegiatan wisata sebagai penghilang penat akibat rutinitas yang dijalani sehari-hari. Peranan sektor pariwisata semakin penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusi yang diberikan sektor pariwisata (LPEM-FEBUI, 2018). Kepariwisata adalah salah