

PERAN STRATEGI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
(Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri)

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)



Disusun oleh :

Koirun Nissa'

931300215

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

PERAN STRATEGI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
(Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri)

Ditulis Oleh:

Koirun Nissa'

9.313.002.15

Telah disetujui untuk diujikan.

Kediri, 20 April 2020

Pembimbing I



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM

NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II



Ali Samsuri, M.Ei

NIP. 19761031 200901 1 003

NOTA DINAS

Kediri, 30 Mei 2020

Nomor :
Lampiran :4 (empat) berkas
Hal :Bimbingan Skripsi
Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Instiut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No.07- Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama :KOIRUN NISSA'
NIM :931300215
Judul :PERAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG (Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan Dalam ujian Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE.MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Ali Samsuri, M.Ei
NIP.19761031200901 1 003

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 30 Mei 2020

Nomor :
Lampiran :4 (empat) berkas
Hal :Penyerahan Skripsi
Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Instiut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No.07- Ngronggo
Kediri

Assalamualaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama :KOIRUN NISSA'
NIM :931300215
Judul :PERAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG (Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang Munaqasah pada tanggal, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE.MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II



Ali Samsuri, M.Ei
NIP.19761031200901 1 003

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN STRATEGI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG (Studi Pada Wisata
Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri)**

KOIRUN NISSA'
NIM. 9.313.002.15

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Kediri pada tanggal , 13 Mei 2020

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Achmad Munif, SE.MM.

(.....  ..)

NIP. 19691025 200312 1 001

2. Penguji I

Dr. Hj. Naning Fatmawati, SE.MM.

(

NIP. 19740528 200312 2 001

3. Penguji II

Ali Samsuri, M.Ei

(... 

NIP.19761031200901 1 003

Kediri, 30 Mei 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI

NIP. 19750101 199803 1 002

HALAMAN MOTTO

حَكَمْتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنِ تَوَدُّوْا أَنْ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ إِنَّ
إِنَّ قَبْلَهُ يَعِظُكُمْ نِعَمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا أَنَّ النَّاسِ بَيْنَ
بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

(QS. AN-Nisa : 58)

HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN UNTUK

1. Teruntuk kedua orang tuaku, Ibu Musaatin dan bapak Darsono, terimakasih sudah selalu mendukung, mendoakan, serta menyemangatiku selama pengerjaan skripsi berlangsung. Untuk Almh. Nenek, terimakasih sudah selalu mendoakan setiap langkah kemanapun aku pergi. Nissa harap, njenengan bisa melihat Nissa sukses mengerjakan skripsi ini. Untuk keluarga kecil kakak aku, terimakasih selalu memberikan dukungan penuh meskipun kalian tidak berada dekat bersamaku.
2. Untuk Ibu Naning dan Pak Ali, terimakasih sudah membimbing saya dengan sabar selama proses skripsi berlangsung. Semoga panjenengan-panjenengan selalu diberi kesehatan dan panjang umur, aamiin.
3. Untuk seseorang yang selalu sabar mendengarkan keluh kesahku ketika mengerjakan skripsi, terimakasih sudah mendapampingi aku selama proses skripsi berlangsung
4. Untuk keluarga rujukku, Nova, Devi, Rizqi, Binti, Dini, Ani, Asep, April, Adel, Latif, dan Mirta, kalian bersebelas merupakan saksi dari perjalanan mengerjakan skripsiku sampai akhir ini. Terutama Nova, mempunyai pembimbing 1 dan 2 yang sama, kita saling mensupport satu sama lain untuk bimbingan.

ABSTRAK

KOIRUN NISSA, Dosen Pembimbing Dr.NANING FATMAWATIE, SE.MM dan ALI SAMSURI, M.EI.: Peran Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri).

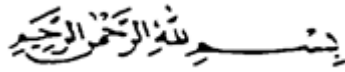
Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan Jumlah Pengunjung

Strategi pemasaran adalah cara di mana fungsi pemasaran mengatur kegiatannya untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam penjualan pada tingkat bauran pemasaran. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana jumlah pengunjung yang ada di wisata Bukit Dhoho Indah. Bagaimana penerapan strategi pemasaran yang dilakukan marketer untuk meningkatkan jumlah pengunjung, dan bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan marketer dalam perspektif Islam.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, wawancara, dan observasi. Tahapan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah pengunjung yang datang ke wisata Bukit Dhoho Indah mengalami fluktuasi pada setiap bulannya. Hal tersebut ditunjukkan dalam data jumlah pengunjung tahun 2018-2019. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *marketer* kurang berperan untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Pengunjung tidak mempunyai kesan yang menarik setelah mengunjungi wisata, sehingga menyebabkan mereka tidak berkunjung lagi. Strategi tempat yang dilakukan oleh marketer tidak sesuai dengan perspektif Islam karena menimbulkan mudharat. Strategi promosi dan strategi produk telah sesuai dengan perspektif Islam, namun pihak wisata kurang memunculkan keunikan wisata. Strategi harga dalam perspektif Islam tidak sesuai karena pihak pengelola menaikkan harga untuk mendapatkan keuntungan di hari libur. Meskipun marketer sudah melakukan pemasaran dengan berbagai cara, namun hal tersebut tidak menjadikan jumlah pengunjung wisata Bukit Dhoho Indah mengalami kenaikan melainkan fluktuasi setiap bulannya. Hal tersebut tentunya tidak sebanding dengan apa yang dikatakan dalam surat Al-Hijr ayat 19-20, bahwa Allah sudah menciptakan segalanya di bumi ini untuk kebutuhan hidup makhlukNya, dan kita harus menggunakannya secara baik dan maksimal.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul “ Peran Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Pada Wisata Bukit Dhoho Indah Kabupaten Kediri)”.

Shalawat dan salam semoga Allah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai pendidik agung dan rahmat bagi umat seluruh alam. Demikian juga atas seluruh keluarga, sahabat-sahabat, beserta para pengikutnya yang setia.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. H. Nur Chamid, MM. selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Anas Muslihin, MHI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Kediri.
3. Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM. dan Bapak Ali Samsuri, M.Ei selaku dosen pembimbing yang rela meluangkan waktu untuk membimbing skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Kediri yang telah memberikan ilmu dan juga pengetahuan.

5. Pihak Badan Kesatuan Bangsa dan Politik dan Dinas Pariwisata Kabupaten Kediri yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian di lapangan.
6. Serta semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak mungkin saya sebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih. Semoga Allah senantiasa memberikan kebaikan di dunia dan di akhirat kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. mudah-mudahan apa yang penulis sajikan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kediri, 13 Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
E. Telaah Pustaka	12
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	
1. Definisi Strategi	15
2. Definisi Pemasaran.....	16
3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	17

4. Definisi Strategi Pemasaran	20
5. Komponen Strategi Pemasaran	22
B. Strategi Pemasaran Syariah	
1. Definisi Strategi Pemasaran Syariah	26
2. Etika Pemasaran Syariah	27
C. Pengunjung	
1. Definisi Pengunjung	29
2. Karakteristik Pengunjung	30

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31
B. Kehadiran Peneliti	32
C. Lokasi Penelitian	32
D. Sumber Data	32
E. Metode Pengumpulan Data	33
F. Analisis Data	35
G. Pengecekan Keabsahan Data	36
H. Tahap-tahap Penelitian	38

BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	
1. Sejarah Perkembangan Perusahaan	39
2. Letak Geografis	41
3. Visi dan Misi	41
B. Paparan Data	45
C. Temuan Penelitian	57

BAB V : PEMBAHASAN

A. Jumlah Pengunjung Dari Adanya Strategi Pemasaran Oleh <i>Marketer</i> Bukit Dhoho Indah	60
B. Peran Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Wisata Bukit Dhoho Indah	63
C. Strategi Pemasaran Bukit Dhoho Indah Dalam Perspektif Islam	67

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA	76
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Tahun 2018-2019	8
Tabel 4.1 Data Anggota Karyawan Bukit Dhoho Indah	46
Tabel 5. 1 Data Pengunjung Tahun 2018-2019	61

DAFTAR GAMBAR

Tabel 4.1 Struktur Organisasi Karyawan Bukit Dhoho Indah	44
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

Lampiran 4. Surat Balasan Penelitian

Lampiran 5. Daftar Konsultasi Penyelesaian Skripsi

Lampiran 6. Daftar Konsultasi Penyelesaian Skripsi

Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup