

ABSTRAK

Penelitian ini Berjudul Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Pura Tirta Empul Kabupaten Gianyar. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan menentukan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Pura Tirta Empul, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Cara pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Metode dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling melibatkan 15 orang yang terdiri dari 4 (empat) Pihak Pengelola Objek Wisata, 1 (satu) Dinas Pariwisata, dan 10 (sepuluh) Wisatawan, dengan teknik analisis SWOT. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan total skor IFAS sebesar 2,67 dan total skor EFAS sebesar 2,54 yang berarti Pura Tirta Empul Di Kabupaten Gianyar berada pada kuadran 5 yaitu posisi Pertumbuhan. Maka dapat diketahui posisi Pura Tirta Empul melakukan pengembangan produk seperti meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pura Tirta Empul dan meningkatkan kesadaran semua pihak dalam memelihara keragaman terhadap sumber daya alam dan menjaga kelestarian lingkungan sekitar untuk menghadapi persaingan dengan daerah lain.

Kata kunci : Strategi Pemasaran. Bauran pemasaran, Analisi SWOT, Pura Tirta Empul Gianyar

ABSTRACT

This research is titled Marketing Strategy in Increasing Tourist Visits at Tirta Empul Temple, Gianyar Regency. The purpose of the research is to know and determine the marketing strategy that can be used to increase the number of tourist visits at Tirta Empul Temple, Gianyar Regency, Bali Province. Data collection methods are interviews, observations, documentation and questionnaires. The method in this study using purposive sampling involved 15 people consisting of 4 (four) Tourism Object Management Parties, 1 (one) Tourism Office, and 10 (ten) Tourists, with SWOT analysis techniques. The types of data used are quantitative and qualitative data. The results showed a total IFAS score of 2.67 and a total EFAS score of 2.54 which means that Tirta Empul Temple in Gianyar Regency is in quadrant 5, namely the Growth position. So it can be known that the position of Tirta Empul Temple is to develop products such as increasing the number of tourists visiting Tirta Empul Temple and increasing awareness of all parties in maintaining diversity in natural resources and preserving the surrounding environment to face competition with other regions.

Keywords: Marketing Strategy. Marketing mix, SWOT Analysis, Tirta Empul Temple Gianyar