

ABSTRACT

Afirdha Tio Warta, 23106028, 2024. ***The Implementation of Tourism Marketing Strategy 7P at Sakura Hills***. English Diploma Three Program, Business Administration Department, State Polytechnic of Madiun.

Indonesian tourism is not only famous for its natural tourism, but also artificial tourism. Currently, there are many artificial tourism innovations that are popular in the community such as Sakura Hills recreational tourism which is one of the tourist destinations in the Tawangmangu area. As a tourism destination, a good marketing strategy is very capable for helping attract visitors to come. This report aims to determine the implementation of marketing mix and obstacles through the 7Ps used by Sakura Hills to promote tourism potential. The writer used the 7P elements of marketing strategy to get more complete data. The method used in this report is descriptive qualitative. In collecting data, the writer has conducted observations, interviews and documentation. This report discusses the 7P marketing strategy used by Sakura Hills. Then the writer conducted interviews with several staff/employees of Sakura Hills to complete the data. From the results it is found that Sakura hills in the implementation of each aspect of the 7Ps about product, price, place, promotion, people, process and physical evidence has been able to attract visitors to come. On the obstacles, Sakura hills there are several obstacles such as on the product aspect there is a sulfur pool that is no longer active, the price aspect about lodging which is felt to be less competitive because it does not match the facilities provided and on the place aspect there is less accessibility due to limited signals which makes it a little difficult for tourists outside the area to see the map.

Keywords: Sakura Hills, 7P strategy marketing, Descriptive Qualitative.

ABSTRAK

Afirdha Tio Warta, 23106028, 2024. *The Implementation of Tourism Marketing Strategy 7P at Sakura Hills*. English Diploma Three Program, Business Administration Program, State Polytechnic of Madiun.

Pariwisata Indonesia tidak hanya terkenal dengan wisata alamnya, namun juga wisata buatan. Saat ini banyak berkembang inovasi wisata buatan yang populer di masyarakat seperti wisata rekreasi Sakura Hills yang merupakan salah satu destinasi wisata di daerah Tawangmangu. Sebagai sebuah destinasi pariwisata, strategi marketing yang baik akan sangat mampu membantu daya Tarik pengunjung untuk datang. Laporan ini bertujuan mengetahui implementasi Bauran pemasaran dan hambatan melalui 7P yang digunakan oleh Sakura Hills untuk mempromosikan potensi wisata. Penulis menggunakan unsur 7P strategi pemasaran untuk mendapatkan data yang lebih lengkap. Metode yang digunakan dalam laporan ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam mengumpulkan data, penulis telah melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Laporan ini membahas tentang strategi pemasaran 7P yang digunakan Sakura Hills. Kemudian penulis melakukan wawancara dengan beberapa pihak staff/pegawai Sakura Hills untuk melengkapi data. Dari hasil didapati bahwa Sakura hills pada penerapan setiap aspek 7P tentang product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence telah mampu menarik pengunjung untuk datang. Pada hambatan, Sakura hills terdapat beberapa hambatan seperti pada aspek product terdapat sebuah kolam belerang yang sudah tidak aktif, aspek price tentang penginapan yang dirasa harga kurang bersaing karena tidak sesuai dengan fasilitas yang diberikan dan pada aspek place terdapat aksesibilitas yang kurang karena sinyal terbatas yang mengakibatkan wisatawan luar daerah sedikit sulit untuk melihat map.

Kata kunci: Sakura Hills, Strategi pemasaran 7P, Deskriptif Kualitatif.