

ABSTRAK

Akbar.... 2021. *Strategi Promosi Destinasi Wisata Bermi Eco Park untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi Kasus Desa Bermi Kecamatan Krucil Kabupaten Probolinggo)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam. Pembimbing Achmad Febrianto, M.E

Kata kunci: Promosi, destinasi wisata

Promosi adalah kegiatan dalam memperkenalkan atau mempublikasikan suatu atau jasa kepada masyarakat supaya tergerak hatinya dan tertarik untuk membeli produk. Kegiatan promosi meliputi: periklanan di media sosial, hubungan masyarakat, penjualan perorangan, promosi penjualan, informasi dari mulut ke mulut. Destinasi wisata merupakan tempat atau keadaan alam yang berada di suatu daerah serta mempunyai sumber keindahan, keanekaragaman, kekayaan alam, kebudayaan, keunikan, yang kemudian dikelola, dibangun dan ditumbuh-kembangkan, sehingga menjadi tempat wisata yang akan terus dikunjungi oleh wisatawan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan destinasi wisata Bermi Eco Park serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam melakukan dalam kegiatan promosi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Dari sisi pendekatan kualitatif yaitu dengan cara mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Kemudian data yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif-kualitatif.

Berkaitan dengan hal ini, hasil penelitian yang peneliti temukan menunjukkan bahwa bauran promosi yang dilakukan oleh destinasi wisata Bermi Eco Park meliputi: periklanan di media sosial, penjualan perorangan, hubungan masyarakat, dan informasi dari mulut ke mulut. Faktor penghambat dalam melakukan promosi yaitu terdapat pada promosi menggunakan periklanan yaitu minimnya pengikut (*followers*) pada media sosial yang digunakan, baik di Instagram maupun di Facebook. Sedangkan faktor pendukungnya yaitu

mendapatkan bantuan dari YTL Group maupun promosi dari wisatawan yang berkunjung.

