

ABSTRAK

Lalu Aden Fatwapati. 2024. Strategi Pemasaran *Glamping (glamour camping) di Edelweis Sembalun Village*. Tugas Akhir. Politeknik Pariwisata Lombok. Pembimbing: Yoyok Antoni, S.,E., M.Si. & Herman, SST. Par., M.Par.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk Edelweis Sembalun *Village*.

Jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, dokumentasi dan observasi.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Edelweis Sembalun *Village* menerapkan strategi pemasaran dengan metode bauran (marketing mix) yaitu *product* (produk), *place* (tempat), *price* (harga), dan *promotion* (promosi) yang digunakan dalam strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Edelweis Sembalun *Village* belum maksimal dengan hanya melakukan pemasaran melalui tiga media sosial seperti *Whatsapp*, *Facebook* dan *Instagram*.

Kata Kunci : Pemasaran, strategi, *price, place, product, promotion*, fasilitas dan layanan.

ABSTRACT

Lalu Aden Fatwapati. 2024. *Glamping Marketing Strategy (glamour camping) in Edelweis Sembalun Village. Final Project. Lombok Tourism Polytechnic. Supervisor: Yoyok Antoni, S.,E., M.Si. & Herman, SST. Par., M.Par.*

This study aims to find out the right marketing strategy for Edelweis Sembalun Village.

The type of qualitative research is descriptive with primary and secondary data sources. Data collection techniques by means of interviews, documentation and observation.

The results of this study revealed that Edelweis Sembalun Village implements a marketing strategy with a marketing mix method, namely product , place , price , and promotion used in marketing strategies. The marketing strategy carried out by Edelweis Sembalun Village has not been maximized by only marketing through three social media such as Whatsapp, Facebook and Instagram.

Keywords: Marketing, strategy, price, place, product, promotion, facilities and services.