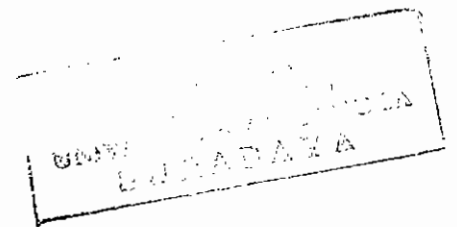


# PEMASARAN OBYEK WISATA

( Studi Deskriptif Pemasaran Obyek Wisata Bendungan Selorejo di  
Ngantang Malang dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Domestik )

## TUGAS AKHIR



Disusun oleh :

**SRI WAHYUNI**

**079710258-S**

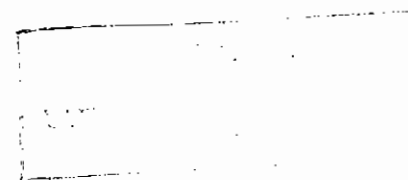
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
D III PARIWISATA  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2000 - 2001**

# **PEMASARAN OBYEK WISATA**

**( Studi Deskriptif Pemasaran Obyek Wisata Bendungan Selorejo di  
Ngantang Malang dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Domestik )**

## **TUGAS AKHIR**

**Sebagai Syarat Untuk Menempuh Gelar Ahli Madya  
Pada Program Studi D-3 Pariwisata  
Universitas Airlangga**



**Disusun oleh :**

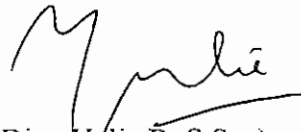
**SRI WAHYUNI**

**079710258-S**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
D III PARIWISATA  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2000 - 2001**

Setuju untuk diujikan  
Surabaya, 27 November 2000

Dosen Pembimbing

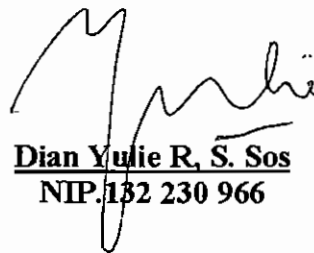


(Dian Yulie R. S. Sos)  
NIP :132 230 966

Tugas Akhir ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji pada tanggal : 05  
Desember 2000.

Panitia penguji terdiri dari :

**Dosen Penguji I :**



**Dian Yulie R, S. Sos**  
**NIP.132 230 966**

**Dosen Penguji II :**



**M.Nurdin Razak, S. Sos.**  
**NIP. 132 230 972**

## ABSTRAKSI

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pariwisata bendungan Selorejo yang dilakukan oleh pihak pengelola dan kendala apa yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi pemasaran pariwisata tersebut. Tipe penelitian ini bersifat deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Penelitian ini dilakukan di lokasi wisata bendungan Selorejo yang berada di desa Selorejo kecamatan Ngantang, kabupaten Malang, dimana obyek wisata ini merupakan usaha tambahan dari usaha pokok pada Perum Jasa Tirta I, memiliki jembatan gantung sebagai ciri khas yang dapat menarik wisatawan, sarana dan prasarana sudah sangat memadai, lokasinya mudah dijangkau dan terbuka untuk semua kalangan serta lebih menghemat biaya, waktu dan tenaga. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini memilih informan yang benar-benar masih terlibat penuh pada keadaan yang diteliti, masyarakat yang mempunyai banyak waktu dan wisatawan domestik yang tergolong asing. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara dan penggunaan bahan dokumen serta studi pustaka. Sedangkan analisa data yang diambil menggunakan data kualitatif yang menghasilkan kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang yang diamati. Dari hasil analisa tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran pariwisata bendungan Selorejo masih perlu ditingkatkan khususnya pada kegiatan promosi dan publikasi, distribusi, dan penjualan. Sedangkan kebijaksanaan produk pariwisata, penetapan harga dan jasa purnajual sudah cukup baik. Dan untuk mengatasi kendala yang dihadapi seperti kekurangan dana, birokrasi yang rumit dan sumber daya manusia yang masih kurang memadai pihak pengelola harus mengambil satu kebijaksanaan.