

INTISARI

Zamzami. 2018. Strategi Pemasaran Wisata Pantai Slopeng Dalam Menghadapi *Visit Years* Sumenep 2018. Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing : (I) Rusnani SE, MM. (II) Miftahol Arifin SE, MM.

Pariwisata yang ada di Jawa Timur khususnya di Kabupaten Sumenep tidak kalah menariknya dengan wisata-wisata yang ada dikota atau daerah lain. Keindahan pariwisata yang ada di Kabupaten Sumenep tidak dapat dipungkiri lagi, sebab banyak wisata-wisata alam yang indah seperti wisata pantai, salah satunya Pantai Slopeng dan pada Tahun 2018 Pemerintah Kabupaten Sumenep melalui Dinas Pariwisata Kebudayaan Pemuda Dan Olahraga melaksanakan program *visit years* sumenep 2018. Dalam mensukseskan program tersebut tentunya perlu dukungan dari semua elemen masyarakat dan pengelola tempat wisata, termasuk wisata pantai slopeng. Untuk menghadapi *visit years* sumenep tentunya wisata pantai slopeng melakukan strategi pemasaran agar bisa bersaing dengan tempat wisata yang ada di sumenep. Jenis penelitian yang digunakan adalah dekriptif kualitatif dengan menggunakan satu informan kunci, satu informan utama, dan tiga informan pendukung. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran (produk, *price*, *place*, *promotion*, *people*) wisata pantai slopeng. Teknik analisis data yang digunakan, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, matrik SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran (produk, *price*, *place*, *promotion*, *people*) wisata pantai slopeng dalam menghadapi *visit years* sumenep 2018 ialah produk yang ada seperti fasilitas ayunan, gazebo, dan sebagainya. Harga tiket masuk Rp. 5000 untuk wisatawan lokal dan Rp. 10.000 untuk wisatawan asing. Untuk menuju tempat wisata pengelola pantai lopeng telah bekerjasama dengan dishub untuk memasang papan nama penunjuk arah. melakukan promosi, mengagendakan beberapa acara ditahun 2018. Untuk karyawan yang ada di wisata pantai slopeng sudah cukup baik karena ada yang sudah sarjana sehingga akan berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, produk, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *Visit Years* Sumenep 2018