

ABSTRAK

Hasriana, 2021. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan di Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong Kabupaten Sinjai. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Pembimbing I Abdul Rahman Rahim Dan Pembimbing II Aulia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Taman Hutan Raya Abdul Latief Sinjai Borong Kabupaten Sinjai. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Diolah menggunakan analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*).

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam analisis SWOT terdapat empat komponen : 1) Kekuatan (*strenghts*) yaitu Tarif masuk murah, Potensi alam yang indah, Lingkungan aman dan nyaman, Memiliki potensi sumber daya alam hayati berupa flora dan fauna, Akses ketempat wisata memadai dan Pengembangan koleksi tumbuhan dan atau satwa di Tahura. 2) Kelemahan (*lweakness*) yaitu, Lokasi Tahura jauh dari pusat kota sehingga calon wisatawan membutuhkan perjalanan yang lama, fasilitas yang ada masih butuh pembenahan dan pemeliharaan, Sistem promosi yang masih kurang, Rendahnya kualitas dan kuantitas SDM serta Kurangnya sosialisai tentang Tahura. 3) Peluang (*opportunity*) Yaitu Adanya peluang kerjasama investasi bagi para pihak, Menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar Tahura, Tingginya minat wisata berbasis alam, serta adanya Peluang pendapatan bagi Pemda. 4) Ancaman (*threat*) yang dimiliki Tahura Abdul Latief yaitu, Adanya tempat wisata yang sejenis seperti Tahura Kahayya, Penggunaan lahan yang kurang baik dari masyarakat, Kurangnya informasi tentang keberadaan wisata Tahura, serta Akses angkutan umum menuju lokasi Tahura belum ada.

Kata kunci: Startegi Pemasaran, analisis SWOT