

## ABSTRAK

**Asmita Azis, Mappamiring, dan Sitti Rahmawati Arfah. Strategi Pemasaran Pariwisata Masa Pandemi di Kota Makassar.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana rencana strategis yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar dalam mengembangkan dan memasarkan pariwisata Kota Makassar di masa pandemi, serta hasil yang telah dicapai dari rencana strategis yang telah dilakukan tersebut. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu untuk menambah pengalaman dan wawasan penulis lewat penelitian yang dilakukan, serta dapat memberikan informasi kepada pihak yang memiliki minat terhadap dunia kepariwisataan dan perkembangannya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan wawancara/*Interview*, studi dokumen, observasi dan kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rencana strategis yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar dalam memasarkan pariwisata Kota Makassar pada masa pandemi dapat meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Makassar. Hal ini dapat dilihat dari daftar kunjungan wisatawan terutama tahun 2020 dan 2021 meningkat rata-rata 10% dari peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tersebut telah tercapai target pengembangan yaitu dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yaitu 10% pertahun. Cara-cara pemasaran yang dilakukan oleh Dispar Kota Makassar dalam memasarkan pariwisata Kota Makassar dengan menggunakan metode analisis produk, analisis pasar dan memberikan kebijakan harga serta melakukan promosi, dan mengikuti *event-event* pariwisata baik yang diselenggarakan nasional maupun internasional.

Kesimpulannya strategi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Makassar sudah menunjukkan hasil meskipun belum maksimal terutama pada penetapan harga tarif destinasi wisata memasuki era *New Normal*. Dilihat dari meningkatnya kunjungan wisatawan ke Kota Makassar telah mencapai target yaitu peningkatan kunjungan 10% pertahun.

**Kata Kunci :** Strategi,Pemasaran,Pariwisata