

ABSTRAK

NINING NURINDAH SARI. 2021. Strategi Pemasaran Wisata Kuliner Pada Masa Pandemi di Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan. Proyek Akhir. Program Studi Manajemen Kepariwisata Politeknik Pariwisata Makassar. Pembimbing: Drs. Muh Kasim, M.Pd & Syahrial, S.Sos., MAP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Wisata Kuliner Bili-bili sebelum pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) dan mengetahui bagaimana strategi pemasaran Wisata Kuliner pada masa pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19). Peneliti ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik analisis data dan bauran pemasaran yang digunakan yaitu teknik deskriptif kualitatif.

Maka hasil penelitian dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Pemasaran Wisata Kuliner Bili-bili pada masa sebelum Pandemi dan dimasa Pandemi *Corona Virus Disease 2019* (COVID-19) di Kabupaten Gowa Provinsi Sulawesi Selatan. Strategi pemasaran yang digunakan sebelumnya yaitu dengan menyediakan menu dan harga yang sesuai, selalu memperhatikan mutu dan kualitas pelayanan. Tetapi setelah berada dimasa Pandemi ini, pemilik lasehan telah mempromosikan produknya dengan menggunakan media sosial, serta mengikuti protokol kesehatan saat ini. Penulis juga perlu menambahkan adanya sumber daya manusia agar bisa mempromosikan Wisata Kuliner Bili-bili dan memiliki potensi dan berinovasi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Wisata Kuliner, dan Masa Pandemi

ABSTRACT

NINING NURINDAH SARI. 2021. *Culinary Tourism Marketing Strategy During the Pandemic Period in Gowa Regency, South Sulawesi Province. Final project. Makassar Tourism Polytechnic Tourism Management Study Program. Supervisor: Drs. Muh Kasim, M.Pd & Syahrial, S.Sos., MAP*

This study aims to determine the marketing strategy of Bili-bili Culinary Tourism before the Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) pandemic and find out how the Culinary Tourism marketing strategy was during the Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) pandemic. This researcher uses descriptive qualitative research methods with data analysis techniques and the marketing mix used is a qualitative descriptive technique.

So the results of the study were carried out by researchers regarding the Bili-bili Culinary Tourism Marketing Strategy in the period before the Pandemic and during the Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) Pandemic in Gowa Regency, South Sulawesi Province. The marketing strategy used previously was to provide appropriate menus and prices, always paying attention to quality and service quality. But after being in this Pandemic period, the owner of the lasehan has been promoting their products using social media, and following current health protocols. The author also needs to add human resources so that they can promote Bili-bili Culinary Tourism and have the potential and innovate.

Keywords: *Marketing Strategy, Culinary Tourism, and Pandemic Period*

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing yang ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Pariwisata Makassar Nomor : KP.01.03/73/PTP III/KEMPAR/2021 Tanggal 25 Januari 2021 untuk membimbing Saudara/i :

1. Nama : Nining Nurindah Sari
2. NIM : 17.212082
3. Program Studi : Manajemen Kepariwisataaan
4. Jurusan : Kepariwisataaan
5. Judul Tugas Akhir/Proyek Akhir

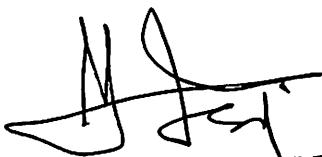
STRATEGI PEMASARAN WISATA KULINER BILI-BILIPADA MASA PANDEMI DI KABUPATEN GOWA PROVINSI SULAWESI SELATAN

Menyatakan bahwa Proyek Akhir ini telah diperiksa dan dapat diajukan dihadapan Tim Penguji Ujian Proyek Akhir Politeknik Pariwisata Makassar.

Makassar, 16 Juli 2021

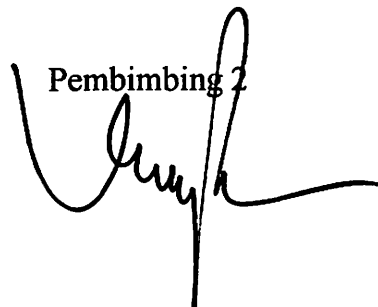
Disetujui oleh :

Pembimbing 1



Drs. Muh Kasim, M.Pd
NIP. 19650415 199603 1 001

Pembimbing 2



Syahrial, S.Sos., MAP
NIP. 19750902 199803 1 001