

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WISATA EDUKASI LEMBAH SUHITA BEE FARM DI BANDAR LAMPUNG

Oleh :

Anisa Nabila

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keunggulan kompetitif wisata edukasi Lembah Suhita *Bee Farm*. Jenis penelitian yang digunakan adalah Penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan strategi pemasaran pada Lembah Suhita *Bee Farm*. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung dan pengelola Lembah Suhita *Bee Farm*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Accidental Sampling*, yang dilakukan berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan Suhita Bee Farm berada pada posisi Kuadran III *turn-around strategy*. Hal tersebut berarti Suhita Bee Farm sudah memiliki Faktor Eksternal yang cukup kuat, akan tetapi di faktor Internal Suhita Bee Farm belum dapat memanfaatkan kekuatan yang ada dikarenakan menghadapi kelemahan yang cukup menghambat.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Wisata Edukasi, SWOT dan Lembah Suhita Bee Farm.*