

INTISARI

Suroboyo Carnival Park (SCP) merupakan salah satu alternatif wisata di Surabaya yang beroperasi pada malam hari, karena pada siang hari cuaca di Surabaya sangat panas. Objek wisata ini juga memiliki banyak wahana yang sangat menarik, namun objek wisata ini masih sepi pengunjung. Salah satu penyebab sepi pengunjung tersebut yaitu karena pemasaran SCP masih kurang optimal.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pengambilan data wawancara dan dokumentasi. Tugas Akhir ini membahas tentang Strategi Pemasaran Suroboyo Carnival Park sebagai Objek Wisata Malam di Surabaya. Divisi marketing dan promosi SCP memiliki strategi dalam memasarkan Suroboyo Carnival Park dalam menghadapi kompetitor objek wisata lainnya. Strategi yang digunakan oleh divisi marketing dan promosi adalah dengan *sales call*, *barter promo*, pameran, acara pendukung, dan melalui media sosial. Dari strategi tersebut terdapat kendala yang dapat menghambat kinerja divisi *marketing* dan promosi. Kendalanya adalah letak yang kurang strategis, banyak orang yang belum mengenal SCP, dan bentuk kerjasama yang seringkali masih diragukan.

Kata Kunci: wisata malam surabaya, strategi promosi wisata, destinasi wisata, pemasaran objek wisata

ABSTRACT

Suroboyo Carnival Park (SCP) is one of the alternative tourism in Surabaya which operates at night, because during the day the weather was very hot in Surabaya. This attraction also has many rides that are very interesting, but the problem of this attraction is still has few visitors.

This research was conducted by using interviews and documentation technics as data collecting. This paper discussed about Marketing Strategy Suroboyo Carnival Park as night attraction in Surabaya. Marketing and promotion departments of SCP have some strategies to promote SCP. The strategies used by marketing and promotion divisis are sales call, barter promo, exhibits, side events, and through social media. There are some strengths, weaknesses of each strategy and there are obstacles that can obstruct the performance of marketing and promotion departments. The obstacles are less strategic location, many people don't know SCP yet, so the forms of cooperation are often still in doubt.

Keywords: night tourism, tourism promotion strategy, tourism destinations, marketing of destinations.