

ABSTRAK

Tinjauan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo

Oleh: Yessi Ramayanti

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dengan lebih mendalam bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan oleh *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo selama ini. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data studi lapangan dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo tidak hanya menawarkan jasa penginapan saja, melainkan juga menawarkan beberapa layanan tambahan untuk menunjang aktivitas wisata para tamu. Harga yang ditetapkan oleh *homestay* ini untuk penyewaan satu unit kamar per malam berkisar dari Rp.400.000-Rp.600.000. *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo berlokasi di Perkampungan Jambak, Jorong Koto Marapak, Kenagarian Lambah, Kecamatan IV Angkek, Agam. Perusahaan melakukan promosi melalui media mulut ke mulut, media sosial, dan website *Airbnb* dan *GoArchipelago*.

Bukti fisik yang dimiliki *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo cukup mendukung jasa yang ditawarkan. Proses jasa berlangsung mulai dari saat tamu melakukan pemesanan, datang ke lokasi serta melakukan aktivitas di *homestay* hingga tamu meninggalkan lokasi. Para tamu *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo dilayani oleh para SDM yang memiliki tugas dan tanggungjawabnya masing-masing. Adapun masalah yang dihadapi *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo saat ini adalah belum meningkatnya volume penjualan secara signifikan. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, diantaranya masih banyak calon konsumen yang beranggapan bahwa konsep layanan yang ditawarkan oleh *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo adalah sama dengan konsep layanan yang ditawarkan oleh hotel atau penginapan pada umumnya. Selain itu, *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo belum melakukan promosi secara maksimal. Sumber daya yang dimiliki *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo juga belum menguasai kemampuan komunikasi dan bahasa secara baik. Oleh karena itu, diharapkan *Homestay* Rumah Gadang Nan Tigo dapat memperbaiki serta memaksimalkan penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) di masa mendatang guna menarik minat konsumen serta meningkatkan volume penjualan.