

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI DINAS PARIWISATA KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PENGEMBANGAN WISATA AIR TERJUN BATU PUTU**

**Oleh**

**Jemy Refaldo**

Pengembangan sektor pariwisata di Provinsi Lampung memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya di Kota Bandar Lampung, yang memiliki beragam destinasi wisata alam. Salah satu destinasi dengan potensi luar biasa tersebut adalah Air Terjun Batu Putu di Kecamatan Teluk Betung Barat. Meskipun memiliki keindahan alam yang masih alami dan lokasi yang strategis, pengelolaan dan pengembangannya masih belum optimal. Hal ini ditunjukkan oleh fasilitas yang terbatas, promosi yang kurang optimal, dan rendahnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata, sehingga potensi tersebut belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung dalam mengembangkan destinasi wisata Air Terjun Batu Putu. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis penelitian menggunakan teori bauran pemasaran Philip Kotler, yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan pariwisata telah diterapkan melalui penyediaan fasilitas dasar, peningkatan akses ke lokasi wisata, dan kegiatan promosi. Namun, pengembangan objek wisata, promosi digital, dan partisipasi masyarakat masih perlu ditingkatkan agar pengembangan Air Terjun Batu Putu dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

**Kata kunci: Strategi Pengembangan, Marketing Mix, Destinasi Wisata,  
Promosi Pariwisata**

## **ABSTRACT**

### **“THE STRATEGY OF THE BANDAR LAMPUNG CITY TOURISM OFFICE IN DEVELOPING BATU PUTU WATERFALL TOURISM”**

**By**

**Jemy Refaldo**

*The tourism sector in Lampung Province has significant potential to support regional economic growth, particularly in Bandar Lampung City, which offers a variety of natural tourist destinations. One potential attraction is Batu Putu Waterfall, located in West Teluk Betung District. Despite its natural beauty and strategic location, the management and development of this destination are not yet optimal. This is indicated by limited facilities, less than optimal promotion, and low community involvement, so that the tourism potential has not provided significant economic benefits to the surrounding community. This study aims to analyze the strategies implemented by the Bandar Lampung City Tourism Office in developing the Batu Putu Waterfall tourist destination. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The analysis applies the Marketing Mix theory proposed by Philip Kotler, which includes product, price, place, and promotion. The results show that tourism development strategies have been implemented through the provision of basic facilities, improved access to tourist sites, and promotional activities. However, the development of tourist attractions, digital promotion, and community participation still need to be improved to ensure the development of Batu Putu Waterfall tourism can be more optimal and sustainable.*

**Keywords: Development Strategy, Marketing Mix, Tourist Destination, Tourism Promotion**