

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Manajemen Pemasaran Dalam Menjadikan Makam Kiai Marogan Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata Religi Di Kota Palembang. Dengan latar belakang pariwisata Di Indonesia mempunyai potensi wisata yang berbasis religi dengan sangat lengkap dan diakui dunia. Pembentukan komposisi populasi di wilayah berdasarkan pemeluk agama dengan karakteristik destinasi wisata ziarah (pilgrimage tourism). Kementerian Pariwisata RI melakukan berbagai langkah-langkah untuk mendorong kegiatan wisata religi agar lebih berkembang lagi mengingat mayoritas muslim di Indonesia cukup banyak, antaranya dengan memberikan masyarakat dalam meningkatkan destinasi wisata religi. Dalam penelitian ini ada tiga rumusan masalah yaitu: Bagaimana kondisi objektif makam Kiai Marogan Kota Palembang kemudian Bagaimana manajemen pemasaran wisata religi Makam Kiai Marogan Kota Palembang dan terakhir Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen pemasaran wisata religi Makam Kiai Marogan Kota Palembang. Adapun tujuan dari penelitian ini yang pertama Untuk mendeksripsikan kondisi objektif makam Kiai Marogan kemudian yang kedua Untuk mengetahui manajemen pemasaran wisata religi Makam Kiai Marogan Kota Palembang dan yang terakhir yaitu Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen pemasaran Makam Kiai Marogan Kota Palembang. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian field research (penelitian lapangan), dengan sumber data primer dan sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini

ialah meningkatkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan Makam Kiai Marogan Kota Palembang. Manfaat Praktis Secara praktis mampu mengharapkan dan memberikan hasil pemikiran mengenai manajemen pemasaran terkait dengan wisata religi yang akan datang.

Kata kunci: Manajemen Pemasaran, Wisata Religi Makam Kiai Marogan