RINGKASAN

Manajemen Pelayanan dan Promosi Dalam Peningkatan Kualitas dan Daya Tarik Agrowisata Lumbung Stroberi Kecamatan Bumiaji Kota Batu, Veri Fikri Elpriyanto, hlm 49. NIM D31222321, Tahun 2025, Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Oktanita Jaya Anggraeni, SE, M.P. selaku Dosen Pembimbing Magang.

Tujuan utama dari kegiatan magang ini adalah untuk mengamati, mempelajari, dan memahami secara langsung implementasi manajemen pelayanan serta strategi promosi yang diterapkan dalam pengelolaan destinasi agrowisata berbasis potensi lokal. Kegiatan magang ini menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan praktis di lapangan yang relevan dengan bidang Manajemen Agribisnis, khususnya dalam konteks pelayanan kepada wisatawan dan strategi pemasaran produk. Mahasiswa terlibat secara aktif dalam berbagai aktivitas operasional di Agrowisata Lumbung Stroberi, mulai dari pelayanan resepsionis yang berfokus pada penerimaan, penjelasan layanan, hingga pengelolaan reservasi, serta pendampingan dalam kegiatan wisata petik stroberi sebagai pemandu yang memberikan edukasi seputar tanaman stroberi dan tata cara pemetikan yang benar. Selain itu, mahasiswa juga dilibatkan dalam promosi produk melalui pendekatan langsung atau interpersonal, serta dalam kegiatan pengolahan dan pemasaran berbagai produk olahan berbahan dasar stroberi di unit *Cafe* yang menjadi salah satu daya tarik utama agrowisata.

Hasil pelaksanaan magang menunjukkan bahwa penerapan pelayanan yang ramah, komunikatif, dan informatif oleh petugas resepsionis maupun pemandu wisata memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung dan menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Pelayanan prima ini tidak hanya mendorong loyalitas wisatawan, tetapi juga berperan penting dalam membentuk citra positif terhadap Agrowisata Lumbung Stroberi secara keseluruhan. Strategi promosi yang dilakukan secara langsung melalui interaksi personal, khususnya menggunakan metode *word of mouth*, terbukti mampu menjadi media promosi yang efektif dan berkelanjutan. Pengunjung yang merasa puas akan cenderung

merekomendasikan destinasi ini kepada orang lain, baik secara lisan maupun melalui media sosial pribadi mereka.

Pelaksanaan promosi digital, khususnya melalui media sosial *Instagram*, masih menghadapi beberapa kendala, seperti kurangnya konsistensi dalam frekuensi unggahan, minimnya kualitas konten visual dan naratif, serta terbatasnya interaksi dengan pengikut. Hal ini menyebabkan potensi digital *marketing* belum dimanfaatkan secara maksimal dalam memperluas jangkauan informasi dan menarik pasar wisatawan generasi muda.

Sebagai upaya perbaikan, direkomendasikan agar Agrowisata Lumbung Stroberi meningkatkan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan rutin dalam bidang pelayanan, komunikasi, dan digital *branding*. Selain itu, strategi promosi digital perlu diperkuat melalui penjadwalan konten secara sistematis, peningkatan kualitas visual, dan kerja sama dengan *influencer* lokal maupun komunitas wisata untuk memperluas jangkauan promosi. Kegiatan magang ini memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan wawasan dan keterampilan mahasiswa secara aplikatif, sekaligus memperkaya pemahaman mengenai praktik manajemen agribisnis yang terintegrasi dengan sektor pariwisata dan pemberdayaan masyarakat desa berbasis pertanian berkelanjutan.