

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai Kesenian Islam yang ada di Kabupaten Sumenep yaitu salah satunya Kesenian Sintung. Kesenian ini merupakan gambaran dari spiritual budaya Madura yang Islami. Namun demikian, banyak masyarakat Sumenep terutama anak muda yang belum mengetahui kesenian ini, padahal ia memiliki potensi yang cukup besar untuk menjadi objek destinasi wisata halal di Kabupaten Sumenep, sekaligus sebagai sarana dakwah bagi umat Islam. Dari persoalan itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih mendalam terkait bagaimana anggota Sintung dalam mengenalkan kesenian ini kepada masyarakat serta berupaya merumuskan atau mendesain model pemasaran untuk Kesenian Sintung agar dapat dikenal oleh khalayak umum, sehingga kesenian ini dapat terus berkembang dan dilestarikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif. Berdasarkan hasil penelitian, secara substansi Kesenian Sintung dapat menjadi objek destinasi wisata halal baik itu dari kesenian itu sendiri, penyediaan tempat yang memadai, serta adanya dukungan dari pemerintah maupun masyarakat. Sedangkan pemasaran yang dilakukan pihak Sintung hanya sebatas penangkaran tradisi ke sekolah-sekolah yang ada di Ambunten. Dengan begitu, model pemasaran yang ditawarkan melalui *marketing mix* (bauran pemasaran) dapat menjadi alternatif pilihan dari kesenian ini untuk dapat terus berkembang dan dilestarikan karena melihat kesenian ini memiliki keunikan dari musik, vokal maupun gerak tari.

Kata Kunci: *Model Pemasaran, Kesenian Sintung, Destinasi Wisata Halal*

Abstract

This research discusses Islamic arts in Sumenep Regency, one of which is Sintung Arts. This art is a depiction of Madura's Islamic spiritual culture. However, many people in Sumenep, especially young people, do not know about this art, even though it has quite large potential to become a halal tourist destination in Sumenep Regency, as well as a means of da'wah for Muslims. Based on this problem, researchers are interested in researching in more depth how Sintung members introduce this art to the public and trying to formulate or design a marketing model for Sintung Art so that it can be known to the general public, so that this art can continue to develop and be preserved. The method used in this research uses an exploratory qualitative approach. Based on the research results, in substance Sintung Art can become a halal tourist destination, both in terms of the art itself, the provision of adequate space, as well as support from the government and the community. Meanwhile, the marketing carried out by Sintung is only limited to spreading traditions to schools in Ambunten. In this way, the marketing model offered through the marketing mix can be an alternative choice for this art so that it can continue to develop and be preserved because this art is unique in its music, vocals and dance movements.

Keywords: *Marketing Model, Sintung Arts, Halal Tourism Destinations*