

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY TO INCREASE  
OCCUPANCY AND HOTEL REVENUE  
AT FAIRFIELD BY MARRIOTT BALI KUTA SUNSET ROAD**

**Oleh**

**Ni Putu Ayu Arista Dewi, NIM 1902041015**

**Program Studi Diploma III Bahasa Inggris**

**ABSTRACT**

This study aims to analyze and identify the Marketing Communication Strategy needed to increase hotel occupancy and revenue at Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road. This research is a qualitative research. The data sources of this research are the researcher reads books, articles or journals related to sales and marketing. The data obtained were analyzed using several steps, researchers interviewed staff or salespeople in sales and marketing with the topic of how to implement the marketing strategies used in hotels. In terms of observation, the researcher observes the sales and marketing department staff when they do their work in the back office area. The results show that the Marketing Communication Strategy used by Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road to increase hotel occupancy and revenue is a new innovation in marketing strategies such as promoting special rates, advertising, direct promotion and maximizing the use of sales promotions.

***Keywords : Marketing Strategy , Communication Strategy, Room Rate, Occupancy***

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY TO INCREASE  
OCCUPANCY AND HOTEL REVENUE  
AT FAIRFIELD BY MARRIOTT BALI KUTA SUNSET ROAD**

**Oleh**

**Ni Putu Ayu Arista Dewi, NIM 1902041015**

**Program Studi Diploma III Bahasa Inggris**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi Strategi Komunikasi Pemasaran yang dibutuhkan untuk meningkatkan okupansi dan pendapatan hotel di Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah peneliti membaca buku, artikel atau jurnal yang berhubungan dengan penjualan dan pemasaran. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan beberapa langkah, peneliti mewawancarai staf atau tenaga penjual di bidang penjualan dan pemasaran dengan topik bagaimana menerapkan strategi pemasaran yang digunakan di hotel. Dalam hal observasi, peneliti mengamati staf departemen penjualan dan pemasaran ketika mereka melakukan pekerjaan mereka di area back office. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan oleh Fairfield by Marriott Bali Kuta Sunset Road untuk meningkatkan okupansi dan pendapatan hotel merupakan inovasi baru dalam strategi pemasaran seperti mempromosikan tarif khusus, periklanan, promosi langsung dan memaksimalkan penggunaan promosi penjualan.

**Keyword : Strategy Marketing, Communication Strategy, Room Rate, Occupancy**