

**STRATEGI PEMASARAN ERA DIGITAL DI NEW
SUNARI LOVINA BEACH RESORT**

Oleh

Made Sukeni, NIM 2257015042

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran era digital dan kendala-kendala yang dihadapi oleh New Sunari Lovina Beach Resort. Pemilihan objek penelitian yaitu New Sunari Lovina Beach Resort karena berlokasi di daerah Lovina yang menjadi pusat lokasi pariwisata Kabupaten Buleleng. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Jenis data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan *Sales and Marketing Manager*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (verifikasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hotel New Sunari Lovina Beach Resort menerapkan strategi pemasaran era digital yang mampu memberikan keuntungan serta menjangkau pelanggan lebih luas. Adapun strategi pemasaran era digital yang dijalankan oleh New Sunari Lovina Beach Resort yaitu mengikuti trend atau perubahan ekonomi masyarakat, penggunaan media platform digital, feedback tamu, pemasaran konten dan paket promosi, serta menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi pemasaran era digital New Sunari Lovina Beach Resort tentunya dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi hotel untuk meningkatkan strategi pemasaran khususnya di era digital agar tetap relevan di mata pelanggan.

kata kunci: pemasaran, digital, pelanggan.

**STRATEGI PEMASARAN ERA DIGITAL DI NEW
SUNARI LOVINA BEACH RESORT**

Oleh

Made Sukeni, NIM 2257015042

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the marketing strategy of the digital era and the obstacles faced by New Sunari Lovina Beach Resort. The selection of the research object is New Sunari Lovina Beach Resort because it is located in the Lovina area which is the center of the tourism location of Buleleng Regency. This research uses qualitative research methods with a descriptive approach. The type of data used is primary data was obtained from observations and interviews with the Sales and Marketing Manager. Data analysis techniques used in this study are data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing (verification). The results showed that the New Sunari Lovina Beach Resort hotel implemented a digital era marketing strategy that was able to provide benefits and reach a wider range of consumers. The digital era marketing strategies carried out by New Sunari Lovina Beach Resort are following trends or economic changes in society, using digital media platforms, guest feedback, content marketing and promotional packages, and maintaining good relationships with consumers. The obstacles faced in carrying out the digital era marketing strategy of New Sunari Lovina Beach Resort can certainly be used as evaluation material for hotels to improve marketing strategies, especially in the digital era, to remain relevant in the eyes of consumers.

keywords: *marketing, digital, consumers.*