

# **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA PURI SARON LOVINA BEACH COTTAGE**

**Oleh**

**Kadek Era Ariani, NIM 2257015020**

**Jurusan Manajemen**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan studi deskriptif kualitatif yang bertujuan menganalisis strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Puri Saron Lovina Beach Cottage dengan maksud mengoptimalkan pendapatan hotel. Pendapatan yang meningkat diharapkan dapat meningkatkan standar fasilitas yang disediakan bagi tamu. Penelitian dilakukan di Puri Saron Lovina Beach Cottage selama enam bulan dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan dengan manajemen hotel dari Departemen Sales & Marketing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Puri Saron Lovina Beach Cottage sudah cukup baik, namun ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki oleh manajemen, baik yang disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal, untuk lebih mengoptimalkan pemasaran agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, terutama karena pasar pariwisata di Bali terus berkembang dan memiliki berbagai nilai yang berbeda.

Kata Kunci: Pemasaran, Strategi, Hotel, Meningkatkan, Hunian.

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA PURI SARON  
LOVINA BEACH COTTAGE**

**Oleh**

**Kadek Era Ariani, NIM 2257015020**

**Jurusan Manajemen**

***ABSTRACT***

*This research is a qualitative descriptive study which aims to analyze marketing strategies in increasing room occupancy rates at Puri Saron Lovina Beach Cottage in order to optimize hotel revenue, which will then contribute to increasing the standard of facilities provided to guests. The research was carried out at Puri Saron Lovina Beach Cottage for six months, using data collection methods in the form of interviews, observation, documentation and literature study. The sample interviewed was hotel management in the Sales & Marketing Department. The research results show that the marketing strategy implemented by Puri Saron Lovina Beach Cottage is quite good, but there are several aspects that need to be improved by management, both caused by internal and external factors, to further optimize marketing so that it can reach a wider market, especially remembering that the tourism market in Bali continues to grow and has a variety of different values.*

*Keywords: Marketing, Strategy, Hotel, Increasing, Occupancy.*