

# STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OCCUPANCY DI HOTEL BAGUS BEACH RESORT

Oleh

Putu Nana Artini, NIM 2257015029

Jurusan Manajemen

## ABSTRAK

Hotel Bagus Beach Resort adalah salah satu tempat menginap paling menarik di pesisir pantai. Meski ruangan dan pelayanannya kurang, namun pemanfaatan ruang masih belum maksimal. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang dapat meningkatkan okupansi Hotel Bagus Beach Resort. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data, wawancara kepada manajemen hotel, observasi langsung dan dokumentasi terkait pemasaran hotel melalui fotografi di area hotel. Studi ini menunjukkan bahwa beberapa faktor berkontribusi terhadap penurunan okupansi hotel, yaitu kurangnya pemasaran media sosial yang efektif dan kurangnya niat dalam strategi pemasaran. Berdasarkan temuan tersebut, maka dikembangkan beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan Bagus Beach Resort, antara lain memperluas pemasaran melalui kerja sama dengan agen perjalanan, mempromosikan hotel lebih aktif di media sosial, dan mempromosikan level dengan paket diskon khusus. Penerapan strategi ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat okupansi Bagus Beach Resort dan meningkatkan daya saingnya.

**Kata kunci:** strategi, pemasaran, pertumbuhan, tingkat pemanfaatan.

# STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OCCUPANCY DI HOTEL BAGUS BEACH RESORT

Oleh

Putu Nana Artini, NIM 2257015029

Jurusan Manajemen

## ABSTRACT

*Hotel Bagus Beach Resort is one of the most attractive places to stay on the coast. Even if the rooms and services are not enough, the use of space is still not optimal. Therefore, the purpose of this study is to identify and analyze marketing strategies that can increase the occupancy of Bagus Beach Resort Hotel. The research method used is qualitative with data collection techniques, interviews with hotel management, direct observation and documentation related to hotel marketing through photography in the hotel area. This study shows that several factors contribute to the decline in hotel occupancy, namely a lack of effective social media marketing and a lack of intent in marketing strategies. Based on these findings, several marketing strategies were developed that Bagus Beach Resort could implement, including expanding marketing in collaboration with travel agencies, promoting the hotel more actively in social media, and promoting the level with special discount packages. The implementation of this strategy is expected to increase the occupancy rate of Bagus Beach Resort and increase its competitiveness.*

**Keywords:** *strategy, marketing, growth, utilization rate.*