

# **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OCCUPANCY DI HOTEL NEW SUNARI LOVINA**

Oleh

**Luh Dian Ardianti, NIM. 22570150217**

**Jurusan Manajemen**

**Program Diploma IV Pengelolaan Perhotelan**

## **ABSTRAK**

Hotel New Sunari Lovina merupakan salah satu hotel berbintang yang terletak di kawasan wisata Lovina, Bali. Hotel ini menawarkan berbagai macam fasilitas dan layanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti kamar yang nyaman, restoran, kolam renang, dan spa. Lovina memegang peranan penting dalam menarik wisatawan dan menjaga tingkat okupansi yang tinggi. Meskipun memiliki potensi yang besar, peningkatan okupansi di hotel seringkali menjadi tantangan. Faktor-faktor seperti persaingan industri yang ketat, fluktuasi musiman, perubahan preferensi konsumen, serta adanya faktor-faktor eksternal seperti pandemi, dapat menjadi penghambat utama dalam mencapai tingkat okupansi yang optimal. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan occupancy pada Hotel New Sunari Lovina. Dengan jenis penelitian kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam menghadapi tantangan tersebut, penggunaan strategi pemasaran yang efektif menjadi krusial bagi hotel seperti New Sunari Lovina. Strategi yang tepat tidak hanya membantu dalam menarik konsumen potensial tetapi juga mempertahankan mereka agar memilih untuk menginap selama beberapa hari di hotel tersebut.

**Kata Kunci:** Strategi, Pemasaran, Meningkatkan Occupancy

# **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN OCCUPANCY DI HOTEL NEW SUNARI LOVINA**

*By*

*Luh Dian Ardianti, NIM. 22570150217*

*Management major*

*Diploma IV Program in Hospitality Management*

## **ABSTRACT**

*New Sunari Lovina Hotel is a star hotel located in the Lovina tourist area, Bali. This hotel offers a variety of facilities and services to meet tourists' needs, such as comfortable rooms, restaurants, swimming pools and spas. Lovina plays an important role in attracting tourists and maintaining high occupancy levels. Even though it has great potential, increasing hotel occupancy is often a challenge. Factors such as intense industry competition, seasonal fluctuations, changes in consumer preferences, as well as external factors such as pandemics, can be major obstacles in achieving optimal occupancy levels. Therefore, this research aims to find out and analyze marketing strategies that can be used to increase occupancy at the New Sunari Lovina Hotel. With this type of qualitative research, with data collection methods through observation, interviews and documentation. In facing these challenges, the use of effective marketing strategies is crucial for hotels like New Sunari Lovina. The right strategy not only helps in attracting potential consumers but also retains them to choose to stay for a few days at the hotel.*

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