

**STRATEGI BALI PARAGON RESORT HOTEL UNTUK MENINGKATKAN  
PENDAPATAN DI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PEMASARAN  
STAYCATION**

**Oleh**

**Made Ade Natasha, NIM. 1807031025**

**Prodi Perhotelan Program Diploma III**

**ABSTRAK**

Tren wisata diadaptasi dari perkembangan sosial yang ada di tengah masyarakat dimana perubahan dari tren wisata setiap waktunya akan terus bertambah. Wisatawan yang paham akan tren wisata akan berwisata sesuai dengan perkembangan tren yang sedang ada. Tren wisata staycation merupakan tren wisata yang baru muncul di tahun ini dikarenakan pandemi covid-19 yang sedang ada di seluruh dunia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimanakah Bali Paragon Resort Hotel dapat meningkatkan pendapatan melalui tren wisata staycation ini. Bali Paragon Resort Hotel merupakan salah satu pelaku wisata terutama pihak penyewa akomodasi yang memanfaatkan tren wisata yang baru ini, yaitu tren wisata staycation untuk ditawarkan dan dijual kepada konsumen. Penelitian ini dilakukan di Bali Paragon Resort Hotel dengan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dari staff front office yang direkrut melalui teknik purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif yang melibatkan tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian, dan penarikan simpulan. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Strategi pemasaran yang digunakan Bali Paragon Resort Hotel dalam meningkatkan pendapatan di masa pandemi Covid-19 melalui pemasaran staycation, serta (2) Kebutuhan wisatawan staycation di Bali.

**Kata kunci:** *Bali Paragon Resort Hotel, Staycation, Strategi Pemasaran*

**STRATEGI BALI PARAGON RESORT HOTEL UNTUK MENINGKATKAN  
PENDAPATAN DI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PEMASARAN  
STAYCATION**

**Oleh**

**Made Ade Natashia, NIM. 1807031025**

**Prodi Perhotelan Program Diploma III**

**ABSTRACT**

*Tourism trends are adapted from social developments in society where changes in tourism trends will continue to increase over time. Tourists who understand tourism trends will travel according to current trends. The staycation tourism trend is a tourism trend that has only emerged this year due to the Covid-19 pandemic that is currently around the world. This research aimed to find out how the Bali Paragon Resort Hotel can increase income through staycation tourism. Bali Paragon Resort Hotel is one of the tourism actors, especially accommodation tenants who take advantage of this new tourism trend, namely the trend of staycation tours to be offered and sold to consumers. This research was conducted at the Bali Paragon Resort Hotel with the data used in this study, namely primary data collected through interviews from front office staff who were recruited through purposive sampling technique. The data obtained were then analyzed using a qualitative descriptive method which involved three stages, namely data reduction, presentation, and drawing conclusions. The results of this study are (1) the marketing strategy used by Bali Paragon Resort Hotel in increasing income during the Covid-19 pandemic through staycation marketing, and (2) The need for staycation tourists in Bali.*

**Keywords:** *Bali Paragon Resort Hotel, Staycation, Marketing Strategy*