

## ABSTRAK

**Tika Via Risty**, 2023, “*Strategi Pemasaran Industri Perhotelan Dalam Meningkatkan Konsumen Di Hotel Asri Boutique Pamekasan*”. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. H. Nashar, M. M., M. Si.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Hotel, Konsumen*

Hotel merupakan salah satu komponen penting dalam menunjang industri pariwisata, yang mana di dalamnya menyediakan tempat penginapan, makanan, minuman dan fasilitas penunjang lainnya bagi para wisatawan. Industri perhotelan terus berkembang dan akan terus berkembang pesat di masa depan, tentunya hal ini akan berdampak kepada persaingan antar hotel untuk menarik tamu kamar/*customer*. Jika tidak memiliki nilai lebih dalam hal strategi pemasaran yang dapat menunjang naiknya tingkat hunian/*occupancy* maka akan dapat dipastikan hotel akan kesulitan dalam meningkatkan jumlah tamu ataupun menaikkan *income* nya di era persaingan hotel yang semakin *competitive* ini.

Penelitian ini memfokuskan kepada dua fokus penelitian: pertama, untuk mengetahui strategi pemasaran Hotel Asri Boutique Pamekasan. Kedua, untuk mengetahui bagaimana peluang dan tantangan Strategi Pemasaran Industri Perhotelan dalam Meningkatkan konsumen di Hotel Asri Boutique Pamekasan.

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, yaitu suatu proses penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau berupa kata lisan dari orang yang diwawancarai dan perilaku yang diamati, di mana data-data deskriptif tersebut merupakan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, yaitu mengamati sistem strategi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Asri Boutique dalam meningkatkan konsumen yang kemudian dikaitkan dengan sejumlah teori.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: Strategi pemasaran dari Hotel Asri *Boutique* Pamekasan telah menerapkan sistem yang baik bagi perusahaan dan juga bagi konsumen yang menginap di Hotel ini mulai dari strategi eksternal seperti bekerja sama dengan OTA, pemerintahan, *Travel Agent* dan organisasi atau komunitas yang ada di kota Pamekasan maupun di luar kota Pamekasan. Dan juga ada strategi dari internal seperti memperbaiki *management* hotel agar tersistem semuanya, mulai dari membenahan sistem pembukuan, peningkatan fasilitas hotel, *maintenance* secara rutin, menjalin komunikasi yang baik dengan *customer* dan peningkatan SDM.