

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perekonomian Indonesia didukung secara signifikan oleh sektor pariwisata dan perhotelan, terutama sebagai sumber pendapatan devisa negara dan membuka lapangan kerja. Setelah pandemi COVID-19, sektor ini menunjukkan bahwa tanda-tanda pemulihan yang cukup kuat, dengan meningkatnya jumlah pengunjung domestik dan internasional. Jumlah turis asing ke Indonesia meningkat signifikan dari tahun 2022, mencapai lebih dari 11 juta pada tahun 2024, menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sektor perhotelan juga mengalami peningkatan tingkat penghunian kamar (TPK) sebagai akibat dari pemulihan ini, terutama di wilayah dengan banyak potensi wisata.<sup>2</sup>

Jawa Timur salah satu provinsi tujuan wisata domestik yang paling populer di Indonesia. Provinsi ini memiliki banyak daya tarik wisata, termasuk wisata alam, budaya, religius, dan kuliner, yang tersebar di berbagai kota dan kabupaten. Peningkatan pariwisata di Jawa Timur menunjukkan dampak pada penyerapan tenaga kerja di industri perhotelan, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan hotel berhubungan positif dengan peningkatan jumlah pekerjaan

---

<sup>2</sup> Septiyani, S. (2024). Pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Wisatawan dan Jumlah Hotel terhadap PAD Provinsi Jawa Timur. *Independent: Journal of Economics*, 4(1), 95-111.

yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa sektor perhotelan tidak hanya menyediakan layanan akomodasi tetapi juga berperan sebagai penggerak ekonomi lokal.<sup>3</sup>

Perkembangan industri perhotelan di Jawa Timur berkembang dengan cara yang tidak konsisten. Daerah-daerah yang memiliki potensi wisata yang besar seperti Malang, Banyuwangi, dan Surabaya cenderung maju dibandingkan dengan Kabupaten Trenggalek, daerah yang masih memiliki potensi yang belum berkembang. Meskipun hotel dan wisatawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Jawa Timur, wilayah kecil seperti Trenggalek hanya memberikan kontribusi kecil. Ketidakseimbangan ini menunjukkan bahwa ada perbedaan dalam kemampuan daerah untuk memaksimalkan potensi wisatanya.<sup>4</sup>

Kabupaten Trenggalek memiliki banyak sekali potensi wisata, terutama wisata pantai dan ekowisata. Destinasi populer seperti Pantai Prigi, Pantai Pasir Putih, dan Gua Lowo menjadi daya tarik utama yang sekarang menjadi lebih dikenal di seluruh negeri. Namun, tingkat kepuasan pengunjung di kawasan wisata Trenggalek masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal fasilitas pendukung seperti penginapan, transportasi, dan layanan wisata. Hal Ini

---

<sup>3</sup> Sanaubar, G., & Kusuma, H. (2017). Pengaruh Potensi pariwisata terhadap penyerapan tenaga kerja sektor perhotelan di 9 Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur Tahun 2012-2015. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 1(3), 324-339.

<sup>4</sup> Septiyani, S. (2024). Pengaruh Jumlah Penduduk, Jumlah Wisatawan dan Jumlah Hotel terhadap PAD Provinsi Jawa Timur. *Independent: Journal of Economics*, 4(1), 95-111.

menunjukkan bahwa industri perhotelan di Trenggalek masih belum berkembang secara optimal untuk menerima lebih banyak wisatawan.<sup>5</sup>

Sektor pariwisata Trenggalek menghadapi tantangan dalam hal pemasaran destinasi dan penguatan merek. Strategi pengembangan wisata halal di Kabupaten Trenggalek belum diterapkan secara efektif, meskipun potensinya besar untuk menarik wisatawan domestik dan internasional yang mengutamakan nilai-nilai keislaman. Dibandingkan dengan kabupaten lain di Jawa Timur, peningkatan daya saing di daerah ini dihambat oleh kurangnya digitalisasi promosi dan kurangnya sumber daya manusia di sektor pariwisata.<sup>6</sup>

Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek adalah wilayah pesisir yang memiliki banyak potensi wisata yang objek utamanya adalah laut dan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi pariwisata di wilayah tersebut. Destinasi populer seperti Pantai Prigi, Pantai Karanggongso, dan Pantai Pasir Putih adalah ciri khas daerah ini. Kecamatan Watulimo menarik banyak wisatawan lokal dan asing karena keindahan alamnya, kemajuan Jalur Lintas Selatan (JLS), dan bisnis perikanan.

---

<sup>5</sup> Wahyuni, W., Aryaseta, B., & Oktavia, D. (2025). The analysis of visitor satisfaction of Ngerit stone park Trenggalek in the framework of memorable tourism experience using the importance-performance. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(1).

<sup>6</sup> Octavia, A. N., Suliswanto, M. S. W., & Firmansyah, M. (2024). Strategy to Strengthen Halal Tourism. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 6(1), 67-82.

**Tabel 1.1**  
**Data Kunjungan Destinasi Wisata Di Kabupaten Trenggalek Pantai**  
**Karanggongso dan Pantai Pasir Putih Tahun 2024**

<b>Bulan</b>	<b>Wisnus</b>	<b>Wisman</b>
Januari	57.645	-
Februari	32.982	-
Maret	6.773	-
April	34.649	-
Mei	35.398	-
Juni	57.842	-
Juli	34.743	-
Agustus	20.773	-
September	26.779	-
Oktober	24.581	-
November	22.833	-
Desember	32.141	-
<b>Jumlah</b>	<b>387.139</b>	-

*Sumber : Data Arsip Kunjungan Destinasi Wisata Tahun 2024 Dinas Pariwisata dan  
 Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.*

**Tabel 1.2**  
**Data Kunjungan Destinasi Wisata Di Kabupaten Trenggalek Pantai Prigi**  
**Tahun 2024**

<b>Bulan</b>	<b>Wisnus</b>	<b>Wisman</b>
Januari	10.122	-
Februari	3.780	-
Maret	1.134	-
April	7.615	-
Mei	5.001	-
Juni	7.893	-
Juli	4.638	-
Agustus	2.696	-
September	3.915	-
Oktober	3.190	-
November	1.950	-
Desember	3.374	-
<b>Jumlah</b>	<b>55.308</b>	-

*Sumber : Data Arsip Kunjungan Destinasi Wisata Tahun 2024 Dinas Pariwisata dan  
 Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.*

Sepanjang tahun 2024, jumlah pengunjung di Pantai Karanggongso, Pantai Pasir Putih, dan Pantai Prigi terlihat naik turun, dengan beberapa bulan menunjukkan keramaian yang tinggi sementara bulan lainnya justru menurun. Pada awal hingga pertengahan tahun, ketiga pantai ini tampak sangat ramai dikunjungi, kemudian ada periode ketika jumlah wisatawan menurun cukup tajam sebelum kembali meningkat menjelang akhir tahun. Secara umum, data tersebut menunjukkan bahwa ketiga pantai ini tetap menjadi tujuan favorit wisatawan dalam negeri, sementara kunjungan dari wisatawan mancanegara tidak tercatat selama tahun 2024 tersebut.<sup>7</sup>

Industri perhotelan di Kecamatan Watulimo memiliki dampak yang sangat besar dalam mendukung kegiatan wisatawan. Penginapan, homestay, dan hotel di sekitar Pantai Prigi dan Pasir Putih tidak hanya menawarkan akomodasi tetapi juga berkontribusi dalam menentukan kenyamanan, jangka waktu tinggal, dan kepuasan wisatawan. Kepuasan pengunjung terhadap destinasi wisata di Trenggalek sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dan kualitas fasilitas akomodasi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan hotel dan ketersediaan fasilitas yang memadai sangat penting untuk

---

<sup>7</sup> Data Arsip Kunjungan Destinasi Wisata Tahun 2024 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.

meningkatkan daya saing pariwisata di Kecamatan Watulimo baik di tingkat regional maupun nasional.<sup>8</sup>

Dengan meningkatnya aktivitas pariwisata di wilayah pesisir selatan Kabupaten Trenggalek, Kecamatan Watulimo memiliki potensi bisnis perhotelan yang sangat besar. Kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahun meningkatkan kebutuhan akan akomodasi yang cukup. Kawasan wisata Trenggalek, termasuk desa Tasikmadu, memiliki prospek yang bagus untuk investasi perhotelan jika dikembangkan dengan mempertimbangkan daya dukung lingkungan dan peningkatan infrastruktur wisata. Akibatnya pembangunan Jalur Lintas Selatan (JLS), akses ke kawasan wisata menjadi lebih cepat, efisien dan investor dapat mengembangkan hotel-hotel baru.

Hotel Prigi terletak di kawasan wisata Pantai Prigi, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Salah satu hotel yang paling lama dan paling terkenal di kawasan pesisir selatan Trenggalek. Hotel Prigi menjadi pilihan utama bagi wisatawan domestik maupun rombongan pemerintah dan pelajar yang melakukan perjalanan wisata. Lokasinya yang dekat dengan objek wisata seperti Pantai Prigi, Pantai Pasir Putih, dan Pantai Karanggongso membuatnya menjadi lokasi yang populer selama musim panas dan musim liburan. Hotel Prigi adalah awal pertumbuhan sektor perhotelan di

---

<sup>8</sup> Wahyuni, W., Aryaseta, B., & Oktavia, D. (2025). The analysis of visitor satisfaction of Ngerit stone park Trenggalek in the framework of memorable tourism experience using the importance-performance. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(1).

daerah, membantu pariwisata dan kegiatan lokal seperti pertemuan, acara, dan pelatihan masyarakat.<sup>9</sup>

**Tabel 1.3**  
**Data Kunjungan Akomodasi/Hotel Di Kabupaten Trenggalek Hotel Prigi**  
**Tahun 2024**

Bulan	Wisnus	Wisman
Januari	301	-
Februari	360	-
Maret	200	-
April	250	-
Mei	318	-
Juni	344	-
Juli	318	-
Agustus	222	-
September	240	-
Oktober	242	-
November	238	-
Desember	266	-
<b>Jumlah</b>	<b>3.299</b>	-

*Sumber: Data Arsip Kunjungan Akomodasi/Hotel Tahun 2024 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.*

Sepanjang tahun 2024, kunjungan tamu di Hotel Prigi menunjukkan perubahan yang naik turun, di mana beberapa bulan terlihat lebih ramai sementara bulan lainnya mengalami penurunan. Pada bagian awal tahun, tingkat hunian cenderung stabil dan kembali meningkat mendekati pertengahan tahun, kemudian sempat menurun pada periode tertentu. Menjelang akhir tahun, jumlah pengunjung kembali bertambah meskipun tidak mencapai

---

<sup>9</sup> Wahyuni, W., Aryaseta, B., & Oktavia, D. (2025). The analysis of visitor satisfaction of Ngerit stone park Trenggalek in the framework of memorable tourism experience using the importance-performance. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 10(1).

tingkatan pada masa sebelumnya. Secara umum, kondisi ini menunjukkan bahwa Hotel Prigi tetap menjadi pilihan menginap bagi wisatawan dalam negeri, sedangkan tidak ada kunjungan dari wisatawan luar negeri selama tahun tersebut.<sup>10</sup>

Untuk memahami manajemen perhotelan di daerah wisata pesisir yang sedang berkembang, Hotel Prigi memiliki peran strategis. Dalam hal pengelolaan, hotel ini masih menghadapi sejumlah masalah. Hal ini termasuk kurangnya kemajuan teknologi dalam proses reservasi, dan kebutuhan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Kemampuan manajemen untuk menggabungkan pelayanan, kebersihan, dan pengalaman wisata yang berkesan untuk pengunjung sangat memengaruhi keberhasilan manajemen hotel di kawasan wisata. Oleh karena itu, penelitian tentang Hotel Prigi dapat memberikan gambaran praktis tentang keadaan industri perhotelan di tingkat lokal dan menjadi dasar untuk membuat rencana pengembangan pariwisata yang lebih unggul di Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo dan Kabupaten Trenggalek secara keseluruhan.

Potensi objek wisata yang berada di sekitar Hotel Prigi, seperti Pantai Prigi, Pantai Karanggongso, dan Pantai Pasir Putih, perlu dimanfaatkan secara maksimal dalam strategi pemasaran hotel. Keindahan alam, beragam aktivitas wisata laut, serta jarak hotel yang dekat dengan destinasi tersebut merupakan

---

<sup>10</sup> Data Arsip Kunjungan Akomodasi/Hotel Tahun 2024 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.

keunggulan yang dapat menarik minat wisatawan. Jika dikelola dengan baik, potensi ini dapat menjadi daya tarik utama yang membedakan Hotel Prigi dari hotel lain di kawasan yang sama.

Pendekatan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Kristanty Nadapdap berjudul “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Jumlah Pelanggan Pada Hotel Danau Toba Internasional Medan*”.<sup>11</sup> Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang disusun secara terarah, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan memiliki peran penting dalam meningkatkan serta menjaga jumlah pelanggan. Selain itu, penggunaan media promosi yang tepat dan penyajian layanan yang menarik dapat memperkuat posisi bersaing sebuah hotel.

Jika dibandingkan dengan hasil penelitian tersebut, strategi pemasaran Hotel Prigi masih belum berjalan secara maksimal. Hotel Prigi belum mengoptimalkan pemasaran digital dan masih mengandalkan promosi tradisional, seperti penyampaian informasi melalui WhatsApp, pemasangan spanduk, serta penggunaan media promosi dengan tampilan yang kurang menarik. Kondisi ini menyebabkan potensi wisata di sekitar hotel belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana pemasaran, sehingga berdampak

---

<sup>11</sup> Nadapdap, K. N. M. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Jumlah Pelanggan Pada Hotel Danau Toba Internasional Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 1(2), 197036.

pada belum maksimalnya peningkatan dan keberlangsungan jumlah pelanggan Hotel Prigi.

Melalui strategi pemasaran yang lebih terarah seperti, memperkuat promosi digital, meningkatkan kualitas layanan, serta memanfaatkan media sosial dan platform pemesanan online memegang peran penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada sebuah hotel. Namun, Hotel prigi belum memanfaatkan platform pemesanan online (*Online Travel Agent*) seperti Agoda dan Traveloka. Hal ini bukan karena tidak ada keinginan, tetapi lebih kepada keterbatasan wewenang. Sebagai lembaga yang berada di bawah naungan dinas, setiap bentuk kerja sama harus mendapatkan persetujuan dan instruksi langsung dari pihak dinas.<sup>12</sup>

Hotel Prigi berpeluang memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak tamu, baik wisatawan lokal maupun luar daerah. Penerapan strategi pemasaran yang efektif tidak hanya berdampak pada naiknya tingkat hunian hotel, tetapi juga membantu mengangkat daya saing hotel di kawasan wisata Pantai Prigi. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan mengangkat judul “**Strategi Pemasaran Hotel dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung (Studi pada**

---

<sup>12</sup> Hasil observasi pra penelitian di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek, pada 27 November 2025

**Hotel Prigi Desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek).”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja kendala yang dihadapi Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung melalui strategi pemasaran?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang saat ini diterapkan oleh Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung?
3. Bagaimana hasil strategi pemasaran Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada permasalahan penelitian tersebut, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung melalui strategi pemasaran.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang saat ini diterapkan oleh Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung.
3. Untuk mengetahui hasil strategi pemasaran Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

## **D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah**

### 1. Identifikasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memberikan penjelasan secara deskriptif mengenai kendala yang dihadapi Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung, strategi pemasaran yang saat ini diterapkan oleh Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung, dan hasil strategi pemasaran Hotel Prigi dalam meningkatkan jumlah pengunjung yang dikelola oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.

### 2. Batasan Masalah

Untuk membuat peneliti lebih terarah, lengkap, dan mendalam, peneliti lebih fokus pada informasi mengenai kendala yang dihadapi Hotel Prigi, strategi pemasaran yang saat ini diterapkan oleh Hotel Prigi, dan hasil strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Dalam penelitian ini penelitis memfokuskan pada suatu tempat yaitu di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek dan Hotel Prigi.

## **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dapat diharapkan memberi kontribusi yang bermanfaat bagi pembaca atau pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun manfaat praktis:

## 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan menambah ilmu pengetahuan, memberikan sumbangan pemikiran terkait penyelenggaraan pariwisata khususnya dalam bidang strategi pemasaran hotel dan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Akademik

Diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan membantu perkembangan ilmu pariwisata.

### b. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperoleh manfaat dari penelitian ini karena dapat mempelajari bagaimana penerapan teori strategi pemasaran dalam praktik bisnis perhotelan. Selain itu, peneliti dapat terjun langsung ke lapangan untuk melihat kondisi dalam bisnis secara langsung.

### c. Bagi Pihak Pengelola Pemasaran Hotel Prigi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi, saran, masukan, perbaikan dan manfaat, dalam bidang pelayanan, promosi pemasaran, sarana dan prasarana, serta fasilitas hotel guna memasarkan bisnisnya untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai sumber atau referensi untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran hotel dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

## F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari potensi kesalahan dalam memahami judul dan topik penelitian, penegasan istilah dibagi menjadi dua kategori yaitu konseptual dan operasional. Adapun masing-masing jenis penegasan istilah dijelaskan sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a) Strategi

Merupakan sebuah cara dalam merancang dan mengatur berbagai langkah yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan untuk mewujudkan sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut.<sup>13</sup>

b) Pemasaran

Sebuah proses sosial yang dilakukan individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan, penjualan, dan pertukaran suatu produk yang

---

<sup>13</sup> Musa Hubeis dan Mukhamad Najib, *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*, (Jakarta: PT Ele Media Komputindo, 2014), hlm. 26.

bernilai kepada pihak lain, atau segala sesuatu yang berkaitan dengan penyerahan produk produsen kepada konsumen.<sup>14</sup>

c) Hotel

Suatu bentuk usaha yang dijalankan oleh pemiliknya dengan tujuan memberikan layanan berupa makanan, minuman, serta fasilitas penginapan bagi para tamu atau wisatawan yang sedang bepergian dan bersedia membayar sesuai dengan tarif yang sepadan dengan layanan yang diterima, tanpa adanya ikatan perjanjian khusus sebelumnya.<sup>15</sup>

d) Meningkatkan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia meningkatkan berarti menaikkan. Menaikkan berarti mengangkat sesuatu dari posisi yang rendah ke posisi yang lebih tinggi.<sup>16</sup>

e) Jumlah Pengunjung

*World Tourism Organization* (WTO), menjelaskan bahwa pengunjung adalah setiap orang yang mengunjungi suatu tempat yang bukan tempatnya sendiri dengan alasan apa pun, kecuali untuk mencari pekerjaan yang dibayar oleh tempat yang dikunjungi.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang, UB Press, 2011), hlm. 2

<sup>15</sup> Sulastiyono, A. (2007). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel: Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi*. Bandung: Alfabeta.

<sup>16</sup> Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia, "Meningkatkan", Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses pada 2 Januari 2025, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>

<sup>17</sup> World Tourism Organization, *Recommendations on Tourism Statistics* (New York: United Nations, 1994), 10.

## 2. Definisi Operasional

Berdasarkan penjelasan definisi konseptual di atas, dapat dipahami bahwa judul skripsi bermaksud untuk mengetahui, mempelajari tentang strategi pemasaran hotel dalam meningkatkan jumlah pengunjung.

## **G. Sistematika Penulisan Skripsi**

### 1. Bagian Awal

Bagian awal skripsi mencakup beberapa bagian, yaitu halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

### 2. Bagian Utama

Bagian ini terdiri dari 6 (enam) bab:

#### **a. BAB I: Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan gambaran umum skripsi yang mencakup konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, identifikasi dan batasan masalah, manfaat penelitian, dan penegasan istilah.

#### **b. BAB II: Kajian Pustaka**

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian yang digunakan dan sebagai alat analisis pada bab-bab selanjutnya. Bab ini terdiri dari 6 (enam) sub bab, yaitu : pengertian strategi, pengertian pemasaran, strategi pemasaran, pengertian strategi

bauran pemasaran, strategi meningkatkan jumlah pengunjung, dan penelitian terdahulu.

**c. BAB III: Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan metode dan jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian dan kehadiran peneliti, serta sumber data yang digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data. Dan juga dijelaskan langkah-langkah yang diambil untuk mendapatkan data yang benar.

**d. BAB IV: Hasil Penelitian**

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dengan menampilkan data akurat dari penelitian langsung dengan melakukan observasi dan wawancara. Bab ini terdiri dari 5 (lima) sub bab, yaitu: Profil Wilayah Kabupaten Trenggalek, Profil Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Trenggalek, Profil Hotel Prigi, Paparan Data, dan Temuan Penelitian.

**e. BAB V: Pembahasan**

Bab ini mengkaji tentang hasil penelitian yang ditinjau dengan mengaitkan pada teori yang relevan.

**f. BAB VI: Penutup**

Bab ini terdiri dari Kesimpulan dan saran.

**3. Bagian Akhir**

Bagian ini berisi daftar rujukan, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.