

## ABSTRAK

Perkembangan industri pariwisata menyebabkan meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Bali. Banyaknya atraksi wisata budaya yang ada di Bali menyebabkan persaingan antar atraksi wisata dalam menarik wisatawan semakin meningkat. GWK memiliki strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Tujuan dilakukannya penelitian dalam tugas akhir ini adalah untuk mengetahui strategi GWK dalam meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yaitu observasi partisipatori, wawancara, dan dokumentasi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara tidak terstruktur kepada pihak terkait di GWK, Bali sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan dokumentasi. Strategi yang digunakan antara lain *sales call* dengan *travel agent* dan hotel, bekerjasama dengan pemerintah, mengadakan *special event*, bekerjasama dengan agen tiket daring dan transportasi daring, promosi via *website* dan media sosial, dan bekerjasama dengan Stenden University. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sales call* menjadi strategi yang paling efektif dalam meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke GWK.

**Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Wisatawan, GWK**

## ABSTRACT

*The expansion of tourism industrial leads to the increasing number of tourist in Bali. A large number of cultural attractions in Bali triggered a competition between each attraction to attract the visitors. GWK has strategy to raise the number of the visitors. The purpose of this research is to understand the strategy. The research done by the researcher using qualitative approach. The data collecting technique used were; participant observation, interview, and documentation. Types of the data used are primary and secondary data. Primary data gathered through observation and unstructured interview to the related party of GWK, while the secondary data was collected from literature review and documentations. Strategies involved were; sales call with travel agent and hotel, cooperate with government, arrangement for special event, cooperate with online ticket agency and online transportation, promotion via website and social media, and cooperate with Stenden University. The result showed that sales call is the most effective way to increase the number of visitors in GWK.*

**Key words : Marketing, Strategy, Tourists, GWK**