

**STRATEGI PEMASARAN WISATA PEMANDIAN  
AIR PANAS TOYA BUNGKAH PADA MASA NORMAL BARU  
DI DESA ADAT BATUR KECAMATAN KINTAMANI  
KABUPATEN BANGLI PROVINSI BALI**

***ABSTRACT***

*Diah Mawarni, 173017*  
S1 Pariwisata

*Diah Mawarni, 173017*  
S1 Pariwisata

*Toya Bungkah thermal bath has a potential to promote because of its natural beauty. But the new normal era of the covid pandemic. The study aims to learn Toya Bungkah marketing strategies in attracting tourists to visit without fear of the growing virus, as well as managing the marketing and implementing health protocols around the site.*

*The research methods used are descriptive qualitative. Data collection techniques conducted observation, interviews, and documentary studies. The data processing technique of reduction, the process of data presentation, is drawing conclusions. The analysis is that SWOT analysis*

*Based on Toya Bungkah research has undertook a good marketing strategy and implemented a health but not maximum. Promotion and maximum service.*

*Keywords: toya wrappings, marketing, tourists*

Pemandian Air Panas Toya Bungkah memiliki potensi yang layak untuk di promosikan karena memiliki pemandangan alam yang indah. Namun pada era normal baru yang diakibatkan pandemi covid. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Toya Bungkah dalam menarik minat wisatawan agar berkunjung tanpa merasa takut tertularnya virus, serta peran pengelola dalam memasarkan dan menerapkan protokol kesehatan di sekitar lokasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Teknik pengolahan data yaitu reduksi, proses penyajian data, menarik kesimpulan. Analisis yang dilakukan adalah Analisis SWOT

Berdasarkan hasil penelitian Toya Bungkah sudah melakukan strategi pemasaran yang baik dan menerapkan protokol kesehatan namun belum maksimal. Promosi dan pelayanan yang maksimal.

**Kata kunci: Toya Bungkah, Pemasaran, Wisatawan**