

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari apa yang peneliti lihat selama penelitian, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa sangatlah penting menyusun, membuat dan merancang strategi komunikasi pemasaran agar konsumen maupun calon konsumen mendapat pengalaman yang baik dan akan tetap setia menjadi langganan di hotel tersebut. Komunikasi pemasaran dalam dunia perhotelan sangatlah diperlukan dalam meningkatkan eksistensi serta citra yang baik dimata pelanggan. Tanpa adanya strategi komunikasi pemasaran yang baik, maka hotel tersebut kalah dengan pesaing yang semakin maju dan semakin banyak. Hotel harus menyediakan pelayanan yang baik, sehingga setiap konsumen tersebut akan mendapatkan kesan yang baik ketika menginap di hotel tersebut. Komunikasi tentunya harus dimulai daridalam yaitu didalam tim itu sendiri yang bekerjasama untuk membuat strategi- strategi yang baik dan tersusun agar dapat mencapai target yang diinginkan. Sebuah pengalaman yang sangat berharga bagi peneliti dapat melakukan penelitian di Hotel Wisma Syafanah Syariah. Dari penelitian tersebut peneliti mengetahui startegi yang sangat berpengaruh bagi Hotel Wisma Syafanah Syariah dalam meningkatkan okupansi, yaitu : OTA (*Online Travel Agent*) dan Menjaga hubungan baik dengan Instansi pemerintah dan perusahaan sebagai target pasar Hotel Wisma Syafanah Syariah. Strategi tersebut akan terus mereka gunakan dalam meningkatkan okupansi. Dengan fasilitas dan pelayanan yang maksimal maka konsumen dengan sendirinya akan meningkat.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti ingin memberikan beberapa saran. Adapun saran dari peneliti untuk Hotel Wisma Syafanah Syariah yaitu,

### **1. Saran Teoritis**

Saran akademis dari peneliti yaitu semoga hasil penelitian ini menjadi bahan acuan bagi mahasiswa yang melakukan dan membuat penelitian berikutnya yang menyangkut strategi komunikasi pemasaran. Peneliti juga berharap dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Hotel Wisma Syafanah Syariah dalam meningkatkan strategi komunikasi pemasaran. Tidak hanya untuk Hotel Wisma Syafanah Syariah saja, tetapi untuk hotel lain yang belum menggunakan strategi dengan benar.

### **2. Saran Praktis**

Saran praktis dari peneliti yaitu, sebaiknya pihak hotel membuat divisi *Public Relations* yang Independen, sehingga pihak marketing melibatkan divisi *Public Relations* dalam membuat dan merancang strategi komunikasi pemasaran, karena *Public Relations* sangat berperan dalam komunikasi sehingga memudahkan untuk mendapatkan konsumen. Divisi marketing tinggal menjalankan strategi yang telah dirancang oleh divisi *Public Relations*. Hotel Wisma Syafanah Syariah harus terus meningkatkan strategi komunikasi pemasaran hotel dan meningkatkan pelayanan yang terbaik dan mempertahankan komunikasi yang baik dalam tim.