

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan peneliti pada bab sebelumnya, maka bab ini peneliti mengambil kesimpulan dan memberikan saran-saran mengenai “ Strategi Komunikasi Pemasaran MG Setos Hotel Semarang Sebagai Pelaku Baru Dalam Industri Perhotelan.

5.1 Kesimpulan

1. Fact Finding

MG Setos Hotel Semarang melaksanakan kegiatan riset berupa kegiatan bersama di MG Suites Hotel dan melakukan monitoring harian terhadap *night audit* kompetitor. Walaupun kegiatan riset dilakukan dengan sederhana, pihak MG Setos Hotel mengatakan bahwa dari riset yang dilakukan dapat membantu merumuskan kegiatan pemasaran yang dilakukan dan dapat membantu menganalisa pasar yang sedang terjadi.

2. Planning

Dalam kegiatan planning ini, MG Setos memulai kegiatan dengan merencanakan kegiatan pemasaran dilakukan dengan menentukan target pasar, menentukan *room rate* dan *meeting package*, mengundang media saat *pre opening* dan melakukan *daily meeting* pada jajaran managerial untuk membahas tentang kegiatan pemasaran yang akan dilakukan.

3. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan MG Setos Hotel Semarang, bentuk aktivitas pemasaran yang dilaksanakan adalah dengan melakukan baruan pemasaran 4P. Kegiatan pelaksanaan telah berjalan efektif dengan adanya respon positif yang diberikan oleh tamu hotel.

4. Monitoring

Kegiatan ini merupakan kegiatan pemantauan pada program yang telah dilaksanakan untuk mengukur tingkat keberhasilan. Melalui kegiatan mentoring, MG Setos menemukan permasalahan yang muncul terkait dengan kualitas SDM yang perlu ditingkatkan lagi dan adanya keluhan, kritik serta saran yang diberikan tamu pelanggan.

Walaupun kegiatan mentoring ini menemukan beberapa kendala, kegiatan pemasaran mengalami beberapa pengembangan serta rating yang didapat MG Setos Hotel Semarang di *travel agent online* menjadi salah satu yang tertinggi di Kota Semarang dan hal ini yang menjadi alasan tamu individu menggunakan layanan jasa dan produk dari MG Setos Hotel.

5. Evaluasi

Tahap evaluasi MG Setos Hotel Semarang dilaksanakan cukup efektif. Kegiatan evaluasi dilakukan pada peningkatan kualitas pelayanan SDM dengan memberikan pelatihan *service excellent* dan adanya keluhan, kritik dan saran dari tamu pelanggan menjadikan bahan evaluasi manajemen untuk memperbaiki kekurangan dan mengoptimalkan apa yang menjadi saran tamu pelanggan.

5.2 Saran

1. Kegiatan riset yang telah dilakukan, dapat dikembangkan lagi dengan berbagai cara seperti melakukan kunjungan ke hotel sejenis yang memiliki reputasi baik untuk mendapatkan data

mendalam mengenai strategi yang dilakukan perusahaan tersebut dan bagaimana menghadapi persaingan pasar ditengah ketatnya industri perhotelan.

2. Mengidupkan kembali divisi *Marcomm* yang sedang kosong, untuk membantu kegiatan pemasaran yang sedang dilakukan maupun akan dilakukan oleh sales *department*.
3. Program *corporate rate* yang sebelumnya hanya memberikan potongan harga kamar kepada pemesanan secara *group* kepada perusahaan maupun instansi pemerintah sebaiknya dikembangkan dengan pemberian *corporate rate* terhadap tiap-tiap karyawan perusahaan yang melakukan pemesanan secara individu dengan menunjukkan kartu anggota kepegawaian.