

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dalam bidang strategi komunikasi pemasaran Hotel Panorama Lembang maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan Hotel Panorama Lembang dalam menarik minat pengunjung, melalui strategi komunikasi pemasaran Hotel Panorama Lembang melakukan beberapa cara kegiatan promosi yang telah ditetapkan, disediakan, dan proses mekanisme yang telah dilakukan oleh Hotel Panorama Lembang untuk menarik minat pengunjung untuk kalangan masyarakat dan menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

1. **Tujuan Promosi pemasaran** Hotel Panorama Lembang dalam menarik minat pengunjung adalah Menarik konsumen baru, Meningkatkan jumlah konsumen, Menginformasikan kepada konsumen, Mengajak konsumen. Pemanfaatan *web*, *flayer* dan *personal selling* menjadi alat untuk pemasaran atau berinteraksi dengan konsumen dengan meningkatnya frekuensi promosi yang dilakukan oleh Hotel Panorama Lembang.
2. **Sasaran Promosi pemasaran** sasaran Promosi Hotel Panorama Lembang di bagi menjadi 3 pengelompokan, yaitu Konsumen atas nama pribadi, konsumen atas kebutuhan dan konsumen homogeny. Kegiatan promosi memanfaatkan media web, Instagram dan bekerjasama dengan OTA (online

travel agency) dalam memperkenalkan jasa nya. Agar sasaran sesuai dengan yang di inginkan Hotel Panorama Lembang melakukan *upgrade* terhadap fasilitas Hotel, pelayanan terlihat (tangible) seperti, fasilitas kamar dan tidak terlihat (intangible) seperti, senyum dan sapa

3. **Pengembangan Promotional mix pemasaran** Lingkungan fisik melakukan pengadaan Brosur, Website dan instagram, merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh Hotel Panorama Lembang. Pemilihan bentuk promosi yang menarik merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen yang memiliki karakter tersendiri sehingga memberikan kesan pertama kepada pengunjung, khususnya syarat dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung.
4. **Evaluasi Promosi** yang dilakukan Hotel Panorama Lembang berupa Presentasi hasil kepengurusan ke direksi dan Memberikan analisa hasil promosi. Kegiatan tersebut merupakan sistematis dalam memeriksa, menentukan, membuat keputusan atau menyediakan informasi terhadap program yang telah dilakukan sebelumnya dan melakukan upaya peningkatan, memperbaiki, menyempurnakan keberhasilan program.
5. **Strategi komunikasi pemasaran** Hotel Panorama Lembang dilakukan dengan bertujuan untuk menarik minat pengunjung adalah Menarik konsumen baru, Meningkatkan jumlah konsumen, Menginformasikan kepada konsumen, Mengajak konsumen. Dengan menggunakan sasaran

promosi yang dilakukan berupa pengelompokan konsumen di antaranya Konsumen atas nama pribadi, konsumen atas kebutuhan dan konsumen homogeny. Promotions mix yang dilakukan Hotel Panorama Lembang berupa pemanfaatan website, instagram dan brosur yang mudah untuk membantu memberikan informasi terhadap konsumen. Setelah langkah promosi tersebut dilakukan, Hotel Panorama Lembang melakukan evaluasi yang dilakukan sebulan sekali, evaluasi tersebut biasanya Presentasi hasil kepengurusan ke direksi dan Memberikan analisa hasil promosi yang bertujuan untuk melihat peningkatan atau penurunan jumlah pengunjung pada Hotel Panorama Lembang

- **Tujuan Promosi Pemasaran** Hotel Panorama Lembang: Menarik konsumen baru, Meningkatkan jumlah konsumen, Menginformasikan kepada konsumen, mengajak konsumen
- **Sasaran Promosi Pemasaran** Hotel Panorama Lembang: Konsumen atas nama pribadi, konsumen atas kebutuhan dan konsumen homogeny
- **Promotional Mix** Hotel Panorama Lembang: melakukan pengadaan Brosur, Website dan Instagram
- **Evaluasi Promosi** Hotel Panorama Lembang: Presentasi hasil kepengurusan ke direksi dan Memberikan analisa hasil promosi.

Untuk mengembangkan usahanya melalui promosi dan juga melihat dari sisi pangsa pasar yang dibutuhkan oleh para konsumen atau wisatawan yang menggunakan jasa Hotel Panorama Lembang

## **5.2 Saran**

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan masukan berupa saran-saran yang bermanfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah sebagai berikut:

### **5.2.1 Saran Bagi Hotel Panorama Lembang**

Diharapkan Hotel Panorama Lembang bisa melakukan kegiatan seperti :

1. Bazar
2. Mempublikasi program promosi
3. Promosikan melalui media sosial

Akun media sosial Hotel Panorama Lembang lebih diperhatikan lagi agar para *followers bisa* lebih mudah untuk mengikuti setiap informasi yang disampaikan. Diharapkan Sosial media sering mengupdate berbagai kegiatan atau penawaran di website maupun sosial media lainnya juga akan menambah daya tarik Hotel Panorama Lembang untuk menarik minat pengunjung dan menggunakan Hotel Panorama Lembang sebagai Hotel yang dipakai ketika berlibur atau mengadakan kegiatan di lembang.

### **5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru. Khusus nya bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia jurusan Ilmu

Komunikasi harus jeli dalam menggali informasi mengenai strategi komunikasi pemasaran perusahaan karena hal tersebut merupakan suatu kegiatan krusial perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran merupakan penelitian yang sedikit *sensitive* bagi sebagian perusahaan karena menyangkut strategi sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan yang diinginkan yang bisa jadi bersifat rahasia, oleh karena itu lebih baik peneliti mengenal terlebih dahulu perusahaan yang akan diteliti.