

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah penulis kemukakan pada bab-bab terdahulu, maka penulis mencoba menyimpulkan dan kemudian memberikan saran-saran yang kiranya dapat dipertimbangkan oleh perusahaan dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi guna meningkatkan volume penjualan kamar atau tingkat hunian agar dapat mencapai target penjualan kamar yang diinginkan perusahaan.

#### A. Kesimpulan

Dengan adanya kemajuan jaman dan dunia usaha sekarang ini mengakibatkan orang memperluas usahanya ke seluruh daerah, dan tampaknya akomodasi perhotelan merupakan sarana yang sangat dibutuhkan. Permintaan yang terjadi terhadap produk hotel ini cukup tinggi, sehingga tingkat hunian perhotelan khususnya Palembang cukup tinggi pula.

Hotel Lembang International Palembang yang terletak di Jalan Kol. Atmo Palembang adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, bidang akomodasi yang menyediakan jasa penginapan, pelayanan, ruang pertemuan, dan pelayanan umum seperti taxi, telephone dan telex.

Berdasarkan jenisnya hotel Lembang termasuk dalam *Commercial Hotel*, karena tamu yang menginap kebanyakan untuk urusan bisnis dengan jangka waktu yang singkat, dan terletak di kota.

Dilihat dari fasilitas yang dimiliki, maka hotel Lembang termasuk dalam kriteria hotel berbintang tiga (☆☆☆) karena memiliki fasilitas seperti : coffe shop, restaurant, laundry, pub, meeting room, night club, taxi service, dan karaoke.

Permasalahan yang dihadapi oleh hotel Lembang International Palembang ini adalah belum tercapainya target penjualan atau volume hunian jasa kamar seperti yang telah ditetapkan.

Adapun faktor-faktor yang menyebabkan hal tersebut adalah :

1. Faktor Intern, meliputi :

- a. Produk (kamar) yang dimiliki oleh hotel Lembang masih kurang memadai, terdapat beberapa kamar yang fasilitasnya ada yang tidak berfungsi dengan baik.
- b. Saluran distribusi yang dimiliki oleh hotel Lembang untuk membantu penjualan produknya masih sedikit. Kurangnya kerjasama dengan pihak lain seperti dinas kepariwisataan, perusahaan-perusahaan swasta, dinas pemerintahan.
- c. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh hotel Lembang masih sangat terbatas, menggunakan brosur dan selebaran, dan iklan di media cetak yang hanya sebentar, memasang papan reklame. Masih banyak *promotion mix* lain yang tidak dilakukan, seperti *publisitas*, *personal selling*, dan *sales promotion*.
- d. Tarif harga yang ditawarkan oleh hotel Lembang tergolong mahal dibandingkan harga hotel berbintang tiga lainnya yang memiliki produk dan fasilitas yang jauh lebih baik dari yang ada di hotel Lembang.

## 2. Faktor Ekstern

Adanya hotel berbintang tiga yang lebih baik lagi dalam banyak hal, seperti : penyediaan fasilitas kamar yang lebih bagus dan lebih lengkap lagi, dan kegiatan promosi yang dilakukan lebih banyak, saluran distribusi dan kerjasama yang dilakukan dengan pihak lain lebih banyak. Semua kelebihan yang dimiliki oleh hotel sejenis lainnya itu menyebabkan banyak konsumen yang beralih dan memilih untuk menginap di hotel lain.

## B. Saran

1. Untuk memperluas jangkauan pasar sasaran dalam hal ini menarik konsumen atau tamu untuk menginap di hotel sebanyak-banyaknya, maka sebaiknya pihak hotel Lembang memperbanyak kegiatan promosi dengan menggunakan komponen *promotion mix*, seperti :
  - a. Periklanan, dengan cara memasang papan reklame di tempat keramaian yang dengan mudah dapat dibaca banyak orang, memasang iklan di media cetak lokal dan nasional secara berkala dan sering.
  - b. *Personal Selling*, dengan mengangkat beberapa orang sales representatif untuk melakukan pendekatan secara langsung dengan calon konsumen, untuk memberikan informasi mengenai jasa dan produk hotel yang ditawarkan secara jelas
  - c. *Sales Promotion*, dengan cara memberikan potongan harga atau discount kepada tamu yang memesan kamar secara rombongan dan ingin menginap lebih lama.

2. Menata hotel agar menjadi seindah dan senyaman mungkin, bisa dengan cara mengecat ulang bagian-bagian yang sudah buruk, mendekorasi ruangan dan kamar hotel dengan furniture yang bagus dan gemerlap lampu, menambah tanaman hijau atau bunga-bunga yang indah dan harum di setiap sudut ruangan hotel.
3. Melatih karyawan dan karyawan di bidang penggunaan bahasa asing dan bahasa daerah agar dapat berkomunikasi dengan tamu hotel yang berasal dari berbagai daerah. Juga mengajarkan cara bertata krama yang baik dan sopan sehingga tamu hotel merasa dihormati dan disegani.
4. Memberikan kartu keanggotaan bagi tamu hotel atau pelanggan, agar dapat menikmati fasilitas hotel dengan berbagai kemudahan, misalnya kartu discount untuk penggunaan jasa restoran, karaoke dan bar.
5. Menambah fasilitas pendukung seperti kolam renang dan fitness centre yang mungkin dapat menambah pendapatan perusahaan, disamping juga dapat menaikkan citra hotel itu sendiri.