

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka pada tahap akhir penelitian ini penulis menarik beberapa kesimpulan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel bauran pemasaran yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Dago Highland Resort sebagai tempat menginap, yaitu :
 - Keragaman tipe kamar
 - Fasilitas kamar yang memadai (AC, TV *cable*, telepon & WiFi gratis)
 - Fasilitas kamar yang berfungsi dengan baik
 - Fasilitas pendukung lainnya (*beauty spa* dan *meeting venue*)
 - Kualitas makanan & minuman yang disediakan oleh hotel (di restoran, *welcome drink & breakfast* untuk dua orang)
 - Hotel mudah dicapai dengan bantuan GPS / papan penunjuk jalan
 - Kemudahan dalam hal transportasi (infrastruktur jalan & transportasi umum)
 - Area parkir yang memadai
 - Harga yang sesuai untuk resort hotel berbintang tiga (Rp. 660.000 - Rp. 1.260.000 per kamar per malam)
 - Diskon apabila menyewa beberapa kamar
 - Promosi melalui media cetak (selebaran, spanduk & koran)
 - Kebersihan kamar
 - Sirkulasi udara yang baik
 - Keamanan di lingkungan hotel
 - Kenyamanan di lingkungan hotel
 - Keasrian lingkungan hotel
 - Penampilan karyawan yang rapi

- Penerangan ruangan yang baik
- Fasilitas olahraga (kolam renang, lintasan *hiking* dan *biking*)
- Desain interior hotel yang menarik
- Fasilitas hiburan (restoran dan *outdoor field* yang dapat digunakan untuk event-event tertentu serta *game master*)
- Pemandangan di lingkungan hotel
- Keramahan pegawai dalam pelayanan terhadap konsumen
- Kecepatan & ketanggapan pegawai dalam melayani keinginan konsumen
- Kemudahan dalam pembayaran (kartu kredit, tunai atau debit)
- Kemudahan dalam melakukan *booking* kamar hotel (melalui telepon atau *website* hotel)
- Kecepatan proses *check in* dan *check out*

2. Tingkat kepuasan konsumen di Dago Highland Resort, yaitu :

- Atribut yang dinilai memuaskan bagi konsumen Dago Highland Resort, yaitu :
 - Atribut 6 : Hotel mudah dicapai dengan bantuan GPS / papan penunjuk jalan
 - Atribut 11 : Promosi melalui media cetak (selebaran, spanduk & koran)
 - Atribut 23 : Keramahan pegawai dalam pelayanan terhadap konsumen
- Atribut yang dinilai tidak memuaskan bagi konsumen Dago Highland Resort, yaitu :
 - Atribut 2 : Fasilitas kamar yang memadai (AC, TV *cable*, telepon & WiFi gratis)
 - Atribut 8 : Area parkir yang memadai
 - Atribut 9 : Harga yang sesuai untuk *resort* hotel berbintang tiga (Rp. 660.000 - Rp. 1.260.000 per kamar per malam)

- Atribut 16 : Keasrian lingkungan hotel
 - Atribut 20 : Desain interior hotel yang menarik
 - Atribut 26 : Kemudahan dalam melakukan *booking* kamar hotel (melalui telepon atau *website* hotel)
3. Variabel bauran pemasaran yang harus diperbaiki dan ditingkatkan oleh Dago Highland Resort, yaitu :
- Untuk bauran pemasaran *product* :
 - Atribut 2 : Fasilitas kamar yang memadai (AC, TV *cable*, telepon & WiFi gratis)
 - Untuk bauran pemasaran *place* :
 - Atribut 6 : Hotel mudah dicapai dengan bantuan GPS / papan penunjuk jalan
 - Untuk bauran pemasaran *price* :
 - Atribut 9 : Harga yang sesuai untuk *resort* hotel berbintang tiga (Rp. 660.000 - Rp. 1.260.000 per kamar per malam)
 - Untuk bauran pemasaran *promotion* :
 - Atribut 11 : Promosi melalui media cetak (selebaran, spanduk & koran)
 - Untuk bauran pemasaran *physical evidence* :
 - Atribut 8 : Area parkir yang memadai
 - Atribut 16 : Keasrian lingkungan hotel
 - Atribut 20 : Desain interior hotel yang menarik
 - Untuk bauran pemasaran *people* :
 - Atribut 23 : Keramahan pegawai dalam pelayanan terhadap konsumen
 - Untuk bauran pemasaran *process* :
 - Atribut 26 : Kemudahan dalam melakukan *booking* kamar hotel (melalui telepon atau *website* hotel)

4. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Dago Highland Resort, yaitu :

- *Segmentation*

Segmentation berdasarkan :

- Demografis yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan.
- Psikografis yaitu proses perolehan informasi, frekuensi menginap, tujuan bepergian dan bepergian dengan.

- *Targeting*

Targeting untuk Dago Highland Resort, yaitu :

- Pria dan wanita
- Usia 30-40 tahun
- Pekerjaan pegawai dan wiraswasta
- Penghasilan Rp. 5 juta ke atas
- Proses perolehan informasi agen perjalanan (travel agent) yang bekerjasama dengan pihak manajemen dan media cetak serta *website* Dago Highland Resort
- Frekuensi menginap intensitas > 6 kali dalam setahun
- Tujuan bepergian rapat (*meeting*), berlibur dan mengadakan acara tertentu
- Bepergian dengan keluarga, teman dan rekan bisnis

- *Positioning*

Dago Highland Resort memposisikan dirinya sebagai sebuah *resort* hotel yang bernuansa tradisional dengan pemandangan alam yang hijau dan asri, disertai kualitas pelayanan yang ditawarkan untuk rapat (*meeting*), berlibur dan mengadakan acara tertentu. Diharapkan hal tersebut dapat melampaui ekspektasi *resort* hotel idaman konsumen untuk menikmati waktu bersantai di Dago Highland Resort bersama dengan keluarga, teman dan rekan bisnis. Oleh karena itu, Dago Highland Resort dapat mempertahankan *positioning* yang sudah

dilakukan saat ini. Adapun slogan yang dapat digunakan untuk mewakili Dago Highland Resort adalah **“DAGO HIGHLAND RESORT, A PERFECT PLACE FOR A PERFECT GETAWAY”**, yaitu Dago Highland Resort, sebuah tempat yang sempurna untuk melarikan diri.

5. Usulan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada Dago Highland Resort agar dapat meningkatkan tingkat huniannya, yaitu :

- Bekerjasama dengan *provider* yang memberi jaringan yang tidak buruk sehingga koneksi internet berjalan dengan lancar ketika konsumen menggunakan fasilitas GPS.
- Membuat papan penunjuk jalan yang menuntun konsumen menuju Dago Highland Resort dari pertigaan jalan Bukit Pakar Timur dan sepanjang jalan menuju Dago Highland Resort.
- Membuat spanduk ataupun papan reklame di daerah Dago dan mencantumkan peta lokasi menuju Dago Highland Resort beserta alamat *website*.
- Menyebarkan brosur di daerah *factory outlet* Dago dan tempat wisata di daerah Dago di mana terdapat banyak konsumen potensial.
- Membuat spanduk yang dapat dipasang di daerah Dago sehingga konsumen luar kota yang mencari penginapan secara *on the spot* dapat melihatnya.
- Menyebarkan iklan promosi Dago Highland Resort di koran-koran ataupun majalah.
- Bekerjasama dengan koran atau majalah tertentu untuk membuat *headline* artikel mengenai Dago Highland Resort.
- Melakukan *training* ataupun seminar secara berkala di mana setiap pegawainya dilatih agar lebih mahir dalam melayani konsumen dan bagaimana cara menampilkan dirinya sebagai pegawai yang ramah.
- *Training* yang diadakan dapat berbentuk *refreshing training*.

- *Training* yang diadakan tidak hanya untuk pegawai yang berhadapan secara langsung dengan konsumen namun untuk keseluruhan struktur organisasi dari level tertinggi hingga level terendah dan yang tidak berhadapan langsung dengan konsumen.
- Keramahtamahan pegawai hotel harus ditunjukkan oleh semua lini baik dari level terendah hingga level tertinggi.
- Melakukan penambahan ataupun perubahan dekorasi interior hotel yang lebih menarik, yang lebih menampilkan estetika keindahan dalam nuansa tradisional di alam terbuka.
- Bekerjasama dengan desainer interior yang ahli dalam mengkonsep kamar dan interior hotel secara keseluruhan yang bernuansa tradisional dan berada di alam terbuka.
- Menyediakan fasilitas kamar yang memadai sesuai dengan informasi brosur dan website walaupun dengan jenis kamar yang berbeda
- Bekerjasama dengan *provider* yang dapat memberikan jaringan yang tidak buruk sehingga koneksi berjalan dengan lancar ketika konsumen menggunakan fasilitas WiFi gratisnya.
- Menambah kelebihan dari fasilitas kamar yang sudah ada, Dago Highland Resort membuat fasilitas *connecting rooms*.
- Menawarkan diskon-diskon yang menarik untuk kamar yang tersedia.
- Menyediakan fasilitas-fasilitas hiburan yang gratis untuk dinikmati selain dengan penawaran kamar yang ada.
- Memanfaatkan lahan kosong di dekat tempat *spa* Dago Highland Resort yang biasanya dijadikan tempat untuk mengadakan acara tertentu agar digunakan sebagai tempat parkir.
- Menambah jumlah *security* yang bekerja sehingga kendaraan yang diparkir di area pintu masuk ataupun di daerah rumah warga dekat Dago Highland Resort dapat dijaga dengan intensif.

- Menjaga keasrian lingkungan Dago Highland Resort dengan secara rutin tukang kebun membersihkan lingkungan sekitarnya dan menata pepohonan serta bunga-bunga yang ada.
- Melatih tukang kebun yang ada agar dapat menata tanaman di Dago Highland Resort secara lebih profesional dan meningkatkan tampilan yang ada.
- Bekerjasama dengan desainer yang dapat menyeimbangkan suasana tradisional dengan suasana asri lingkungan hotel.
- Mempelopori dan menjalankan program kebersihan lingkungan melalui kerjasama dengan masyarakat sekitar yang tinggal di sekitar daerah Dago Highland Resort di mana secara berkala melakukan pembersihan dan penanaman tumbuhan di daerah Bukit Pakar Timur.
- *Receptionist* yang bertugas sigap dalam menerima panggilan bagi konsumen yang akan melakukan *booking* khususnya pada malam hari dan subuh.
- Menambah fasilitas di *website* agar konsumen dapat melakukan *booking* melalui *website* dengan mudah.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Dago Highland Resort untuk dapat meningkatkan tingkat huniannya dan saran untuk mengembangkan penelitian ini. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

- Mengutamakan atribut yang masih dirasakan belum puas oleh konsumen.
- Sebaiknya dilakukan penelitian tentang kualitas dari sebuah jasa untuk memperbaiki serta meningkatkan performansi Dago Highland Resort dalam menyajikan jasa yang terbaik untuk konsumen.
- Untuk pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner penelitian sebaiknya dilengkapi dengan pertanyaan konsumen menyukai alam atau tidak dan tempat asal konsumen sehingga profil konsumen yang terbentuk semakin terlihat jelas.
- Untuk penelitian yang berikutnya, lebih memperhatikan pembagian segmentasi yang ada agar lebih terinci dan berdasarkan teori, bukan berdasarkan perkiraan saja.
- Untuk analisis faktor mempertimbangkan penamaan faktor lain yang dikembangkan dari bauran pemasaran 7P sehingga jumlah faktor tidak hanya sebanyak 7 faktor dan variabel yang terpilih lebih banyak lagi untuk dianalisis dan diusulkan.
- Penyebaran konsumen harus memperhatikan juga situasi dan kondisinya, sebaiknya penyebaran dilakukan dengan menyisipkan kuesioner penelitian di tiap bagian bawah pintu kamar hotel sehingga responden dapat mengisinya dalam kondisi tenang dan tidak terburu-buru.