

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan yang dapat dipakai oleh pihak hotel sebagai usulan strategi yang berguna untuk mengatasi masalah yang timbul, adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal yang telah dilakukan penulis, maka diketahui kekuatan yang dimiliki oleh Hotel Le Aries berdasarkan tingkat kepentingan adalah sebagai berikut :

- Kenyamanan kamar hotel yang disediakan
- Harga kamar hotel yang terjangkau
- Keramahan dan kesopanan *front office* (resepsionis, operator, kasir)
- Kecekatan dan keterampilan *house keeping/room service*
- Penampilan luar hotel (gedung hotel)
- Penampilan dan kerapihan *front office*
- Keamanan kamar hotel yang disediakan
- Keamanan tempat parkir
- Keramahan dan kesopanan *room service*
- Kebersihan kamar hotel yang disediakan
- Keamanan hotel
- Kesesuaian harga dengan kamar hotel yang disediakan
- Kebersihan hotel dan semua prasarananya
- Kebersihan dari makanan/minuman yang disajikan

Sedangkan kelemahan yang dimiliki oleh Hotel Le Aries berdasarkan tingkat kepentingan adalah sebagai berikut :

- Dekorasi/interior didalam hotel
- Rasa makanan dan minuman (dari restoran/*coffe shop*) yang disajikan
- Adanya iklan tentang hotel
- Kelengkapan dari fasilitas kamar yang ditawarkan
- Variansi dari makanan dan minuman yang disajikan
- Adanya potongan harga/diskon
- Waktu menunggu pesanan yang diantar ke kamar
- Kondisi tempat parkir yang luas

Dari analisis lingkungan eksternal yang telah dilakukan penulis, maka diketahui peluang yang dimiliki oleh Hotel Le Aries adalah :

- Pertumbuhan ekonomi yang positif dalam bidang pariwisata
- Daya beli masyarakat
- Gaya hidup masyarakat
- Semakin meningkatnya kolaborasi perusahaan antar kota
- Kekuatan tawar-menawar dari pemasok

Sedangkan ancaman yang dapat mempengaruhi kondisi Hotel Le Aries adalah :

- Banyaknya pesaing
- Ancaman masuknya pendatang baru
- Adanya produk pengganti (substitusi)
- Kurang amannya kondisi negara, terutama di kota Bandung
- Kekuatan tawar-menawar dari pembeli

2. Alternatif-alternatif strategi yang merupakan hasil dari SPACE matriks yang dirasakan dapat diterapkan pada Hotel Le Aries adalah sebagai berikut :
 - *Market penetration*
 - *Market development*
 - *Product development*
 - *Joint venture*
3. Dengan menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), maka strategi yang terbaik dan yang utama untuk diterapkan oleh Hotel Le Aries adalah strategi *product development* (strategi pengembangan produk)

6.2 Saran

6.2.1 Saran Untuk Hotel Le Aries

1. Hotel Le Aries hendaknya dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha untuk merealisasikan kebutuhan konsumen dalam produk dan pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Sebaiknya Hotel Le Aries mengantisipasi kelemahannya untuk kesuksesan dimasa yang akan datang.
3. Hotel Le Aries diharapkan dapat melakukan pengukuran kepuasan konsumen secara berkala sehingga Hotel Le Aries dapat mengukur hasil dari usaha perbaikan dan peningkatan dalam pemenuhan serta pencapaian harapan konsumen.
4. Hotel Le Aries diharapkan tetap dapat mempertahankan keunggulan yang dimilikinya, yang menjadi kekuatan dari Hotel Le Aries, agar konsumen tetap dapat mendapatkan kelebihan dan merasakan kenyamanan yang diperoleh pada kunjungan sebelumnya di kunjungan yang akan datang.
5. Hotel Le Aries diharapkan dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan yang dimilikinya sehingga dapat lebih meningkatkan performasinya di mata konsumen.

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Lanjut

1. Penyempurnaan kuesioner masih dapat dilakukan terutama dalam penyusunan kata-kata dengan tujuan responden yang membaca dapat lebih memahami dengan benar makna dari setiap pertanyaan mengingat latar belakang dari para responden yang sangat beragam.
2. Penyempurnaan kuesioner terhadap pemilihan hotel pesaing sebaiknya dilakukan penyebaran terbuka untuk meminta persepsi konsumen pesaing dari hotel yang dijadikan objek penelitian atau dapat dengan menggunakan data dari Dinas Pariwisata Daerah di kota objek penelitian dilakukan.
3. Penelitian yang dilakukan sebaiknya diperluas, tidak hanya pada aspek perencanaan strategi pemasaran saja, tetapi akan lebih baik jika penelitian dilakukan pada aspek keuangan, sumber daya manusia, dan operasionalnya secara lebih mendalam.