

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada 10 variabel yang menjadi kekuatan Ahadiat Hotel & Bungalow. Variabel-variabel tersebut adalah :
 - Kebersihan hotel
 - Kebersihan fasilitas yang disediakan
 - Keamanan hotel
 - Kenyamanan hotel
 - Kebersihan kamar hotel
 - Kebersihan makanan dan minuman yang disediakan
 - Keramahan karyawan
 - Kesopanan karyawan
 - Penampilan karyawan (kerapihan, kebersihan, dan lain-lain)
 - Kemudahan dalam menyampaikan keluhan atas pelayanan yang telah diberikan
2. Ada 3 variabel yang menjadi kelemahan Ahadiat Hotel & Bungalow. Variabel-variabel tersebut adalah :
 - Kelengkapan fasilitas kamar yang disediakan
 - Adanya promosi mengenai hotel di media visual
 - Pemasangan papan nama yang mudah dilihat
3. Ada 4 faktor yang menjadi peluang bagi Ahadiat Hotel & Bungalow, yaitu :
 - Meningkatnya wisatawan
 - Gaya hidup masyarakat
 - Dukungan pemerintah
 - Kekuatan tawar menawar dari pemasok

4. Ada 4 faktor yang menjadi ancaman bagi Ahadiat Hotel & Bungalow, yaitu :
 - Kondisi negara
 - Banyaknya pesaing
 - Kekuatan tawar menawar dari konsumen
 - Pertumbuhan ekonomi
5. Alternatif strategi yang terpilih berdasarkan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) adalah *Product Development Strategy*.
6. Usulan yang dapat diberikan berkaitan dengan *Product Development Strategy*, diantaranya :
 - Menawarkan paket makan siang dan makan malam dengan menu yang bervariasi.
 - Menawarkan paket kamar dan *laundry* dengan biaya yang lebih hemat jika menyewa kamar dan jasa *laundry* secara terpisah.
 - Menawarkan potongan harga bagi para konsumen yang sering menginap di Ahadiat Hotel & Bungalow.
 - Mengadakan acara-acara khusus pada hari-hari tertentu. Misalnya dengan mengadakan *live music* pada hari-hari khusus (hari raya agama, tahun baru, *valentine*, dan sebagainya) atau mengadakan lomba memancing dimana konsumen yang menjadi pemenang akan mendapatkan hadiah..
 - Merubah atau membuat tempat-tempat yang bersifat tradisional (misalnya pembuatan saung-saung di dekat kolam) atau membuat lingkungan sekitar hotel menjadi lebih hijau.
 - Menambah fasilitas-fasilitas hotel seperti kolam renang, *play ground*, salon, atau tempat berolah raga untuk para konsumen yang menginap.
 - Menambah fasilitas-fasilitas kamar hotel yang diperlukan seperti lemari pendingin, perlengkapan di kamar mandi (keset).
 - Tidak menaikkan harga kamar meskipun pihak hotel menambah beberapa fasilitas (baik fasilitas hotel maupun fasilitas kamar hotel).
 - Melakukan promosi yang lebih maksimal. Misalnya bekerja sama dengan restoran, *cafe*, agen travel, atau dengan membuat iklan di media visual.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Untuk Ahadiat Hotel & Bungalow

Melihat kondisi Ahadiat Hotel & Bungalow yang ada sekarang ini, ada baiknya pihak hotel mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha untuk memenuhinya. Dengan demikian, maka konsumen akan merasa diperhatikan oleh pihak hotel.

Pihak hotel dapat melakukan pengukuran kepuasan konsumen secara berkala sehingga pihak hotel mengetahui tanggapan konsumen atas pelayanan yang telah diberikan. Jika terdapat ketidakpuasan konsumen, maka hal ini akan dapat diketahui dengan cepat dan segera dicari jalan keluarnya.

Pihak hotel diharapkan dapat mempertahankan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan dapat memperbaiki faktor-faktor yang menjadi kelemahan atau yang pelayanannya dirasakan kurang oleh konsumen sehingga hotel menjadi lebih kuat secara internal.

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada baiknya responden yang mengisi kuesioner QSPM adalah orang-orang yang kompeten di bidang perhotelan.

Kuesioner yang disebarkan dapat diperbaiki dengan memberikan pertanyaan terbuka berkaitan dengan pendapat responden mengenai Ahadiat Hotel & Bungalow dan hotel-hotel yang menjadi pesaing.