

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi komunikasi pemasaran The Sahid Rich Jogja Hotel dalam menghadapi persaingan dan pertumbuhan bisnis perhotelan di Yogyakarta melalui strategi komunikasi pemasaran.

The Sahid Rich Jogja Hotel mempunyai posisi kompetitif pasar yang kuat dalam industri yang atraktif. Hal ini menunjukkan The Sahid Rich Jogja Hotel dalam menghadapi persaingan bisnis perhotelan di Kota Yogyakarta memiliki upaya-upaya meningkatkan kualitas produk, fasilitas-fasilitas dan pelayanan.

Secara keseluruhan The Sahid Rich Jogja Hotel saat ini merupakan perusahaan yang cukup sukses dalam industri perhotelan terutama hotel berbintang empat di Yogyakarta, dengan didukung oleh kekuatan internal yang cukup baik, seperti fasilitas-fasilitas yang lengkap, kualitas produk yang baik, dan pelayanan yang setara dengan hotel bintang lima, dukungan sumber daya yang profesional, dan dukungan manajemen yang baik dibawah pengelolaan Sahid Hotels and Resorts Manajemen.

## 5.2 Saran

Untuk mempertahankan posisi kompetitif pasar yang kuat, melihat semakin ketatnya persaingan akibat pertumbuhan jumlah hotel baik yang sudah beroperasi di Yogyakarta. maka The Sahid Rich Jogja Hotel harus memperhatikan strategi produk dengan secara terus menerus meningkatkan kualitas produk, fasilitas yang tersedia dan pelayanan serta penawaran paket-paket khusus terutama paket khusus yang inovatif dan dapat mengekspose hotel.

Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dalam era internet The Sahid Rich Jogja Hotel dapat memanfaatkan secara maksimal websitenya untuk berpromosi dan memberikan informasi-informasi mengenai produk-produk dan fasilitas-fasilitas yang dimiliki serta event-event yang diselenggarakan The Sahid Rich Jogja Hotel.

Untuk meningkatkan pelayanan, dengan meletakkan kartu-kartu saran di tiap kamar hotel untuk mengetahui kesan dan keluhan tamu. Dari kartu saran dan keluhan tersebut dapat diketahui kekurangan-kekurangan dari hotel terutama dalam hal pelayanan yang diberikan, dan selanjutnya dapat segera dilakukan perbaikan terhadap hal-hal yang dikeluhkan oleh tamu hotel tersebut. Hal ini perlu menjadi perhatian karena tamu yang kecewa dan tidak puas akan menceritakan ketidakpuasannya tersebut kepada teman dan relasinya, dan tamu tersebut tidak akan kembali menginap di hotel yang sama. Oleh karena itu, The Sahid Rich Jogja Hotel harus meningkatkan pelayanan

terhadap konsumen karena pelayanan merupakan hal yang utama dan merupakan faktor kunci keberhasilan di industri perhotelan