

BAB V

PENUTUP

KESIMPULAN

1. Tujuan dari strategi promosi pada hotel Tanjung Asri adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam hal strategi promosi ini lebih cenderung menekankan pada aspek penyampaian pesan yang kreatif dan persuasif dan disampaikan melalui media khusus seperti brosur, stiker, *billboard* dan juga pemasangan iklan di *yellow pages*. Di sisi lain, strategi promosi lebih banyak dilakukan dalam bentuk *personal selling*. Karena dengan upaya ini mampu mencapai suatu kesepakatan dan mendorong penjualan jasa hotel oleh beberapa pihak yang diajak kerja sama dengan hotel Tanjung Asri seperti agen perjalanan atau *travel agent*. Dengan perantara biro perjalanan akan meningkatkan *occupancy* atau tingkat hunian kamar. Lebih dari itu, ada beberapa tujuan utama dari strategi *advertising* pada hotel Tanjung Asri yaitu; 1. Menjaga kontinuitas kegiatan perhotelan, 2. Memperoleh *profit* yang maksimal, 3. Mempertahankan nama dan citra baik di mata masyarakat.
2. Hal-hal yang diinformasikan di dalam strategi promosi pada hotel Tanjung Asri adalah penyampaian pesan dalam pemberian pelayanan yang sesuai dengan etika islam, dalam hal ini secara personal dan kelompok. Lebih dari itu, melalui strategi promosi dapat menyampaikan pesan tentang tarif harga dengan pemberian potongan harga (*discount*), bonus dan beberapa *merchandise* dalam bentuk kenang-kenangan. Dan yang lebih utama

adalah menyampaikan beberapa fasilitas yang dimiliki oleh hotel Tanjung Asri sebagai pemikat dan daya tarik calon konsumen.

SARAN

1. Dalam upaya meningkatkan tingkat *occupancy* atau tingkat hunian seharusnya pihak hotel Tanjung Asri menyusun kembali kegiatan promosi yang telah dilakukan. Dalam hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan alternatif pemecahan masalah yang telah diajukan yaitu mengembangkan komunikasi yang efektif dan menerapkan pelaksanaan prioritas promosi.
2. Bentuk kegiatan promosi lain yang perlu diterapkan dan dikembangkan oleh hotel Tanjung Asri adalah hubungan masyarakat secara *personal* dengan cara membangun komunikasi yang menyeluruh untuk mempengaruhi persepsi, opini dan keyakinan berbagai kelompok konsumen dan membangun hubungan. Salah satu caranya adalah pihak manajemen lebih menciptakan citra yang positif bagi tamu yang menginap dengan cara lebih mengembangkan komunikasi dan hubungan yang lebih baik kepada tamu, serta lebih meningkatkan sistem pelayanan dan fasilitas yang dimiliki hotel Tanjung Asri.