

BAB 3

SIMPULAN DAN SARAN

3.1 Simpulan

Dapat disimpulkan bahwa tugas seorang *Sales and Marketing* pada dasarnya yakni adalah menjual dan memasarkan produk yang dimiliki oleh setiap perusahaan, baik itu barang maupun jasa. Begitu pun juga dengan *Sales and Marketing department* di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya yang berperan penting dalam meningkatkan *productivity* hotel, karena menjadi sebuah ujung tombaknya hotel untuk bisa mendatangkan pelanggan. Selain itu seorang *sales* juga harus memiliki beberapa kemampuan yang harus dikuasai, yakni kemampuan untuk menjual, sehingga dituntut untuk mengerti dan faham akan *strategy marketing* serta *marketing plan* yang sudah diterapkan oleh suatu perusahaan tersebut. Tidak hanya kemampuan dalam menjual saja yang harus dikuasai, kemampuan dalam berkomunikasi dan pengetahuan yang cukup luas sangat penting untuk dimiliki oleh seorang *sales*, dengan harapan agar para pelanggan kita dapat merasa tertarik akan apa yang kita tawarkan, dengan disertai pelayanan yang prima pun dapat membuat pelanggan merasa diperhatikan betul apa yang sedang mereka butuhkan dan inginkan.

Karena pada dasarnya seorang *Customer* atau pelanggan memang merupakan seseorang yang paling penting bagi kelangsungan hidup sebuah bisnis, tanpa mereka perusahaan pun tidak akan dapat berjalan. Maka dari itu sebagai seorang *sales* harus dapat melihat pelanggan tersebut lebih dari sekedar seseorang yang membeli produk ataupun jasa yang perusahaan tawarkan. Sehingga puasny seorang konsumen yang mereka terima akan memberikan keberadaan yang setia (*loyal*) bagi perusahaan kita. Dapat dikatakan kesetiaan pelanggan juga merupakan pendukung akan kesuksesan perusahaan maupun organisasi lainnya.

Dalam hal kondisi yang berhubungan dengan loyalitas seorang pelanggan adalah dengan kegiatan *Customer Retention* yang diwujudkan melalui sebuah program atau strategi yang dibuat dan dilakukan oleh suatu perusahaan. bisa

berupa potongan harga, (*Special Price*) dan program-program istimewa lainnya. Dengan memiliki tujuan utama adalah menjaga loyalitas pelanggan, menciptakan peluang komunikasi, mendapatkan pelanggan baru, membangun *database* yang kuat, serta meningkatkan frekuensi penggunaan dan pembelian. Dan untuk mendapatkan hal tersebut, tentu setiap perusahaan membutuhkan konsumen yang menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut tidak hanya sekali, namun juga dalam jangka waktu yang lama, dan berkali-kali.

Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya pun juga melakukan program *Customer Retention* tersebut, tetapi hanya saja Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya hanya meretensi perusahaan yang selalu memberikan kontribusi/*production* secara rutin pada setiap bulannya, sehingga program tersebut dinamakan dengan *Corporate Retention*, dikarenakan kontribusi yang selalu banyak diberikan kepada Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya yakni dari segmentasi bidang bisnis atau *Coporate* daripada segmentasi *Government* atau personal. Dengan berupa *special benefit* yang akan didapatkan serta *incentive* yang akan diberikan pada *Corporate Retention* dengan harapan dapat terus menjalin keterikatan antara hotel dengan *booker* maupun dengan perusahaan tersebut.

3.2 Saran

Dalam menjalankan program *Corporate Retention* ini merupakan suatu program yang sangat bagus dan *strategy* yang tepat untuk tetap mempertahankan pelanggan, terutama dalam loyalitas yang mereka berikan terhadap Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya harus benar-benar dijaga. Maka dengan itu *Customer reletions* sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan, dan perusahaan seharusnya sudah mulai merasa bahwa program untuk meningkatkan loyalitas pelanggan harus dan wajib dilakukan. Untuk itu lah di adakan *customer retention*, yaitu upaya yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi atau perusahaan agar loyalitas pelanggan meningkat, ditunjukkan melalui pelayanan yang diberikan perusahaan dimana didalamnya terdapat program-program atau strategi yang di gunakan oleh perusahaan. Apalagi saat ini, perkembangan jaman sudah sangat

maju, dan pelanggan semakin lama semakin pintar dan mengetahui hak-haknya. Terjadi perubahan perilaku pelanggan, dan ini merupakan suatu tantangan bagi perusahaan dalam membuat program *retention* yang menarik bagi pelanggan sehingga pelanggan tidak lari kepada perusahaan kompetitor.