

BAB 3

SIMPULAN DAN SARAN

3.1 Simpulan

Rich Palace Hotel Surabaya merupakan salah satu hotel bintang 4 yang melakukan *rebranding* dan menjadi hotel bintang 5 di Surabaya. Terletak di Jalan HR. Muhammad No. 269 Surabaya yang memudahkan tamu dari luar kota maupun dalam kota dengan melewati jalan tol yang berjarak 30 menit dari Bandara International Juanda. Dengan banyak pilihan kuliner di sekitar hotel.

Memiliki 4 tipe kamar yang terdiri dari *Deluxe Room*, *Executive Room*, *Diamond Executive Suite*, dan *Platinum President Suite*. Rich Palace Hotel Surabaya menawarkan 205 kamar dengan dekorasi yang mewah serta ruang untuk pertemuan dan multi fungsi yang dapat menampung hingga 1000 orang, dan mempunyai akses internet berkecepatan tinggi. *Lobby* yang nyaman dilengkapi dengan *lounge* dan teras, *front desk* yang ramah, kolam renang *Aquamarine* yang menyegarkan, restoran *Emerald* dengan pemandangan kolam renang, restoran *Grand Ocean* dengan spesialisasi pada hidangan laut internasional, *Veneno Club*, *Energey Gym*, dan *Rich Spa* yang siap memanjakan para tamu yang menginap di Rich Palace Hotel Surabaya.

Dilihat dari pembahasan laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang berjudul 'Program *Sales Blitz* Dalam Usaha Mendukung Peningkatan Pendapatan Pada Rich Palace Hotel Surabaya' ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran pada Rich Palace Hotel Surabaya merupakan salah satu cara terunik dengan menggunakan Program *Sales Blitz* yang tidak di temukan di Hotel lain yang ada di Surabaya. Dengan strategi pemasaran seperti ini, pihak Rich Palace Hotel Surabaya dapat dengan mudah merangkul masyarakat dan mengajak untuk mengikuti acara yang akan diadakan, guna lebih mengenal Rich Palace Hotel Surabaya yang belum lama berdiri dan beroperasi.

Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang terpadu dan menyeluruh yang mengaitkan kekuatan perusahaan dalam menghadapi lingkungan usaha agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu laba. Salah satu strategi pemasaran

yang sering digunakan adalah *marketing mix* yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya, yaitu; *product, price, place, dan promotion*. Keempat unsur tersebut bila dilaksanakan dengan baik dan tepat maka dapat memberikan cara pemasaran yang paling efektif. *Sales Blitz* termasuk *marketing mix* yang bertujuan meningkatkan pendapatan pada Rich Palace Hotel Surabaya.

Dengan di dampingi oleh *Executive Secretary*, Rich Palace Hotel Surabaya dipimpin oleh *General Manager* dengan membawahi langsung beberapa *Manager* yang ada pada Rich Palace Hotel Surabaya. *Sales & Marketing Department* Rich Palace Hotel Surabaya memiliki tugas dan fungsi yang tentunya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Tujuan serta fungsi dari departemen ini adalah membantu manajemen dalam menginformasikan dan memasarkan secara teratur dan efektif serta efisien kepada *public internal* (dalam organisasi) dan *public external* (luar organisasi). *Sales & Marketing Department* berhubungan dengan pemilihan target pasar, menstimulasi permintaan pasar terhadap pelayanan dan produk, perencanaan, pembuatan dan pelaksanaan strategi pemasaran, periklanan, publikasi, dan promosi penjualan.

3.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kendala-kendala yang tercantum pada halaman sebelumnya, maka saran-saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Dilihat dari struktur organisasi pada *Sales & Marketing Department* Rich Palace Hotel Surabaya yang tidak memiliki *Director of Sales & Marketing* yang langsung turun tangan dan mengawasi bawahannya. Lebih baik adanya pengawasan terhadap karyawan yang ada di *Sales Office* Rich Palace Hotel Surabaya agar dapat lebih terkendali.
2. Sebaiknya *Sales & Marketing Department* Rich Palace Hotel Surabaya tidak terlalu mendadak jika akan mengadakan *event*. Dengan begitu, *Sales team* akan sedikit keberatan karena harus memenuhi target yang diberikan oleh *General Manager* dengan waktu yang sudah ditentukan dalam jangka pendek.

3. Jika akan melakukan *Sales Blitz* ke berbagai Gereja maupun Sekolah atau Universitas sebaiknya di siapkan surat izin terlebih dahulu agar tidak membuang waktu ketika *Sales team* sudah berada di tempat. Karena memang sulit jika akan membagikan *flyer* begitu saja tanpa ada izin pihak setempat.
4. *Sales team* Rich Palace Hotel Surabaya selalu membuat perjanjian untuk bertemu melalui *telemarketing* dengan jangka pendek dan mendadak. Dan kurang adanya persiapan jika akan melakukan kegiatan *Sales Call*.
5. Akan lebih baik jika Rich Palace Hotel Surabaya memiliki tambahan satu karyawan dengan posisi *Marketing Communication*, agar karyawan *Marketing Communication* yang sudah ada tidak terlalu berat menanggung semua pekerjaan yang diberikan oleh *General Manager*.
6. Sebaiknya *Graphic Designer* berada dalam satu *office* dengan *Sales & Marketing Department* agar *Sales team* lebih mudah dalam melakukan pekerjaannya seperti membuat *layout* pada acara yang akan berlangsung.
7. *Sales team* yang profesional harus menaati peraturan yang sudah dibuat oleh pihak hotel. Jika harus memakai *stocking* dalam kelengkapan bekerja maka *Sales team* sebaiknya memakai *stocking* tersebut. *Sales team* Rich Palace Hotel Surabaya kurang menaati peraturan karena ada beberapa yang tidak memakai dan melanggar peraturan dalam bekerja.
8. Tidak adanya teguran bagi *Sales team* jika datang terlambat. Jam kerja mulai pukul 08.30 tetapi masih ada beberapa yang datang lebih dari jam kerja tersebut. Sebaiknya di lakukan teguran satu sama lain, tidak memandang *Manager* ataupun bawahannya.