

BAB III

SIMPULAN DAN SARAN

3.1 Simpulan

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam mengoptimalkan kegiatan promosi dan branding nama hotel, Hotel Best Western Papilio Surabaya melakukan beberapa strategi, seperti:

1. Menjalin kerjasama dengan banyak *Media Partner* baik media online, media elektronik (radio, televisi) dan media cetak (koran, majalah).
2. Setelah memiliki jaringan *media partner* yang dapat diajak bekerjasama, tugas *marcomm* adalah untuk menjaga hubungan baik itu dengan cara memberikan support pada media-media dalam bentuk fasilitas hotel yang diberikan secara gratis (*complimentary*), berkunjung ke tempat *media partner* jika media sedang mengadakan acara seperti *anniversary* media atau *open house* media.
3. Mengundang Media partner ke hotel untuk acara press release event yang akan diadakan oleh Hotel Best Western Papilio Surabaya.
4. Selalu memberikan sesuatu yang baru dan segar pada produk yang ada pada hotel. Seperti menu baru dan unik pada *food & beverage*.
5. Menyebarkan flyer ke jalanan atau tempat tertentu (*flyering*).
6. Merayakan atau memperingati hari-hari penting nasional maupun internasional.
7. Memberikan Best Western Reward pada tamu khusus.

Bagi setiap perusahaan sangatlah penting untuk menjaga nama baik atau citra perusahaan. Semakin baik nama atau citra perusahaan, maka semakin baik pula respon masyarakat terhadap keberadaan perusahaan tersebut. Jika masyarakat merasa senang dengan adanya perusahaan, maka akan lebih mudah untuk perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Seperti Hotel Best Western Papilio yang selalu berupaya untuk menjaga citra hotel dengan cara pendekatan terhadap masyarakat melalui media-media yang sudah dipilih. *Branding* dan promo adalah salah satu cara yang dapat mengubah mindset masyarakat tentang hotel. Dengan adanya berita positif yang muncul di laman media online maupun media cetak dan elektronik, maka

semakin banyak pula masyarakat yang mengetahui keberadaan dan kualitas hotel. Hal ini juga mempengaruhi calon *customer* untuk mencoba datang dan menggunakan fasilitas serta produk yang ada dalam hotel. Dengan adanya branding dan promo ini juga mempengaruhi peningkatan okupansi pada hotel. Tidak hanya kamar saja yang diutamakan untuk dijual, namun fasilitas yang lain selain kamar seperti, kolam renang, *gym area* hingga *food & beverage* hotel juga menjadi rencana target produk yang harus terjual dengan jumlah yang telah ditentukan.

3.2 Saran

Menurut penulis strategi dan sistem yang digunakan Hotel Best Western Papilio untuk menjaga citra baik hotel serta meningkatkan okupansi melalui media-media adalah cara yang tepat. Terutama dalam program mengadakan kegiatan untuk hari-hari penting nasional maupun internasional. Semakin banyak kegiatan positif yang di *publish* oleh media, maka semakin baik pula citra hotel dimata masyarakat.

Untuk *e-mail blasting* yang termasuk salah satu cara hotel berpromosi, akan lebih efektif lagi jika data para *customer* secara rutin untuk diupdate agar tidak ada *e-mail blasting* yang sia-sia dan semua *customer* dapat mengetahui isi dari *e-mail blasting* tersebut. Untuk data *customer* yang tidak ingin atau enggan menerima kiriman *e-mail* dengan tujuan promo, alangkah baiknya jika dicatat dalam list agar tidak mengirim *e-blast* lagi pada orang-orang tertentu.