

BAB III

KESIMPULAN DAN SARAN

3.1 KESIMPULAN

Strategi marketing merupakan hal yang wajib dimiliki setiap perusahaan dan tentunya didalam industri perhotelan strategi marketing menjadi hal yang penting karena dalam menentukan strategi marketing yang baik dan benar, hotel dapat bersaing dan menjadi pilihan untuk para tamu. Tingginya kebutuhan perhotelan dikota Surabaya menjadi salah satu penyebab tingginya persaingan dan hal ini menjadi Sales & Marketing Department pada hotel harus bekerja dengan profesional dikarenakan tingginya peminat dan terbatasnya jumlah ruangan yang tersedia. Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya dapat bersaing secara ketat meskipun memiliki saingan berupa munculnya hotel-hotel baru namun tetap dengan konsisten memberikan pelayanan terbaik untuk para tamu. Sales visit merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh para sales di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya. Dilaksanakan setiap harinya untuk dapat memenuhi target bulanan yang sudah ada agar segala yang telah direncanakan dapat berjalan dengan lancar dengan meminimalisir resiko yang akan muncul. Selain sales visit yaitu dengan cara sales blitz yang hanya dilakukan ketika ada hari – hari tertentu seperti menjelang lebaran maupun hari besar lainnya. Strategi marketing pada Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya dilaksanakan dengan efektif dan dilakukan oleh sales berpengalaman dan profesional dalam bidangnya sehingga menjadikan image Hotel baik dan penjualan yang dilakukan stabil bahkan meningkat.

3.2 SARAN

Dari hasil Praktik Kerja Lapangan di Hotel Santika Premiere Gubeng Surabaya, menurut penulis dalam melaksanakan Trainner sudah tertata dengan baik dan sudah terkoordinasi dengan baik dengan department yang lain. Dengan melakukan kerjasama yang baik antar department dapat mengurangi resiko masalah yang akan terjadi, seperti lebih teliti jika ada kamar atau ruangan yang penuh lebih di kondusifkan.