

## **BAB III**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **3.1 Simpulan**

Dari penjelasan yang tertera pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa *sales marketing* merupakan departemen yang bertanggung jawab untuk mencapai dan meningkatkan target *revenue* yang telah ditentukan oleh perusahaan. pada bidang perhotelan *sales marketing* memiliki tugas untuk menjual kamar dan function room yang ada, serta mempromosikan fasilitas – fasilitas lain yang dimiliki oleh hotel tersebut.

*Sales marketing* pada Hotel Bumi Surabaya dibagi dalam 3 divisi yakni, *catering division*, *room division* serta *marcom division*. *catering division* bertanggung jawab pada penjualan *function room* dan *banquet*, *room division* bertanggung jawab pada penjualan kamar baik melalui *travel agent* maupun *corporate*. Sedangkan *marcom division* memiliki tugas utama untuk mengambil kendali sebagai admin sosial media hotel dan membuat promosi hotel.

Kosumen merupakan sumber pemasukan utama hotel semakin banyak *business lead* yang ada maka semakin besar peluang *sales marketing* mencapai target *revenue* perusahaan. ada empat jenis konsumen yang digolongkan menurut produktifitasnya menggunakan fasilitas hotel yakni, *Retention* yaitu konsumen *regular* yang sering menggunakan fasilitas hotel. *Development* yaitu konsumen yang memiliki potensi untuk terus menggunakan fasilitas hotel, namun mereka masih cenderung untuk memilih hotel lain. *Aquicition* yaitu konsumen yang dulunya sering menggunakan fasilitas hotel kemudian lama tidak menggunakan fasilitas hotel. *Others* yaitu konsumen yang sebelumnya belum pernah menggunakan fasilitas hotel, biasanya ialah konsumen individu.

Strategi sangat dibutuhkan agar konsumen dapat menjadi loyal dan terus menggunakan fasilitas yang ada. Masing-masing hotel memiliki strategi yang berbeda-beda. Strategi haruslah memiliki ciri khas tersendiri agar berbeda dengan hotel