

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, maka diperlukan strategi yang tepat dan matang. Seperti yang telah diformulasikan dalam *The Whalen 7-Steps Strategic Planning Process*, yang dalam perencanaannya hotel all seasons Jakarta Gajah Mada menggunakan *Push Strategy* dan *Pull Strategy*. Dengan memanfaatkan berbagai taktik dari strategi MPR seperti *news, sponsorship, CSR, event, media identity* dan juga menggunakan media relations yang berupa publikasi baik di media cetak, radio, TV maupun media online.

*Push strategy* yang digunakan adalah publikasi dengan menggunakan promosi untuk meningkatkan usaha penjualan hotel all seasons Jakarta Gajah Mada. Materi yang dapat dipublikasikan berupa promosi *food and beverages, suasana dan lokasi hotel, berbagai macam tipe kamar, paket meeting, paket ulang tahun serta paket wedding*. Selain itu hotel all seasons Jakarta Gajah Mada juga menargetkan kepada para distributor atau retailers yang bekerjasama dengan hotel, seperti online travel agents dan offline travel agent. Contoh online travel agents yang sudah bekerja sama seperti Agoda.com, Booking.com, Traveloka, Pegi-peggi.com, Ticket.com dan Weddingku.com.

Sedangkan untuk *offline travel agents* seperti Kaha, MG holiday, Panorama tour dan Anvaya tour.

Sedangkan *Pull strategy* yang digunakan adalah menarik perhatian publik agar sadar atau aware terhadap keberadaan hotel all seasons Jakarta Gajah Mada. Hal ini dapat menggunakan *special events*, *promotional advertising*, penggunaan *media relations* sehingga dapat menciptakan publisitas yang positif. Karena di *pull strategy* ini lebih menargetkan ke *consumer* atau dapat disebut juga *end-user*, maka hal lain yang dapat berpengaruh yaitu *newsletter*, survey kepuasan tamu melalui *review* atau ulasan di Tripadvisor, Agoda dan Trust You yang menggunakan teknik survey, adapun *official website*, *social media*, *wedding exhibition*, *channel in house promotion* yang ditampilkan di dalam TV setiap kamar serta *blitz* yang dilakukan rutin 1 bulan 1x untuk memperkenalkan hotel all seasons Jakarta Gajah Mada ke calon *customer* seperti Perusahaan, Komunitas, Kantor Pemerintah dan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan *brand awareness* antara lain dapat dilihat dari peningkatan yang cukup signifikan pada *media coverage* di media massa. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kegiatan *event*, maupun *media relations* baik berupa *press release* dan ulasan di beberapa *online website*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian penulis yang berjudul “Strategi *Marketing Public Relations* Hotel all seasons Jakarta Gajah Mada dalam Menciptakan *Brand Awareness*”, maka penulis memberikan saran yang dapat dijadikan pertimbangan untuk pelaksanaan program MPR selanjutnya :

1. Penggunaan *third party endorsement* dapat menyampaikan positioning hotel all seasons Jakarta Gajah Mada, yaitu “*All Inclusive Offers*”, dimana penawaran yang diberikan sudah *all-in* seperti kamar dengan sarapan pagi untuk 2 orang, *free wifi*, *amenities* yang sudah lengkap, adanya *bolster* (guling) untuk kenyamanan tamu, *bedding size* 100x200 dan 160x 200) serta luas kamar minimal 23 meter untuk kamar tipe *superior*. Penggunaan *third party endorsement* ini dapat diliput oleh media bahkan *blogger*, sehingga liputan yang diberikan dapat kredibel dibandingkan harus membayar *space* untuk iklan.
2. Untuk terus meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap keberadaan hotel all seasons Jakarta Gajah Mada hingga menjadi *top recommend* hotel untuk di area *Central Jakarta*. Dapat dilakukan dengan *Brand Activations*, dimana nantinya dapat terjalin suatu emosional antara produk/jasa dengan pengguna.

3. Perlu dilakukan analisis lebih mendalam mengenai peluang dari Hotel all seasons Jakarta Gajah Mada sehingga lebih efektif untuk mendapatkan calon *customer*. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, meminimalisir komentar negatif dan *fast response* terhadap suatu keluhan.

4. Menyisahkan *budget* lebih agar dapat digunakan untuk memasang *space* iklan di media berskala nasional agar dapat menjangkau *target audience* yang diharapkan.

UMMN