



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa dalam proses yang dilakukan pihak Hotel Sintesa Peninsula Manado telah menunjukkan Implementasi strategi *Customer Relationship Management* produk *banquet* dalam mempertahankan loyalitas *customer business to business* sesuai dengan standar operasional prosuder (SOP). Adanya kesesuaian antara konsep *five-ways CRM priorities strategy* yang diungkapkan Darrell K. Rigby dalam (Hutt dan Speh, 2007, h. 102) dengan langkah-langkah strategis yang dilakukan Hotel Sintesa Peninsula Manado dalam menjaga loyalitas *customer business to business*. Di antaranya revenue dari produk banquet yang terus meningkat karena melakukan strategi CRM, yaitu mempertahankan pelanggan lama.

Hotel Sintesa Peninsula Manado lebih cenderung untuk mempertahankan dan membina hubungan dengan customer yang sudah menjadi *repeater guest hotel*. Dengan *warm personal touch* dan *personal selling (sales call)* yang dilakukan membuat pihak hotel dan pihak customer menjadi lebih dekat. Dalam upayanya memberikan kepuasan pelayanan bagi *customer*, maka peneliti melihat strategi yang dijalankan

oleh Hotel Sintesa Peninsula Manado adalah strategi *defensive*. *Defensive* berfokus pada mempertahankan pelanggan. *Defensive* diterapkan pada perusahaan yang memiliki disiplin nilai *customer intimacy* seperti Hotel Sintesa Peninsula Manado.

Hal ini juga termasuk pemanfaatan teknologi sebagai cara terbaik dalam mengoptimalkan sistem yang sudah ada. Sistem Power Pro dan Online Travel Agent adalah hal yang menonjol dari Hotel Sintesa Peninsula Manado, segala sesuatu yang berhubungan dengan *database* pelanggan tersimpan baik sehingga memudahkan *team sales dan marketing* melakukan *sales call*. Dengan begitu, proses komunikasi dapat berjalan dengan lebih cepat dan mudah. Database yang tersimpan juga memudahkan pihak hotel untuk melakukan promosi menggunakan *e-mail* atau *mailchimp*. Efek terhadap pelanggan adalah, terciptanya '*customer intimacy*' dengan pihak hotel. Trend OTA juga membuat *cost* promosi berkurang tetapi menaikkan *revenue* dalam banquet.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa saran berdasarkan saran akademis dan saran praktis.

5.2.1 SARAN AKADEMIS

Dalam konteks akademis, peneliti berharap bahwa ada keberlanjutan mengenai penelitian dengan topik *customer relationship management* untuk menjaga loyalitas pelanggan *business to business* sehingga ada pembaharuan dan pembelajaran baru dalam ilmu ini.

5.2.2 SARAN PRAKTIS

Dalam konteks praktis, berikut saran berdasarkan hasil penelitian :

1. *Team Sales* dan *Marketing* Hotel Sintesa Peninsula Manado dapat terus melakukan survey dan research untuk mengikuti trend pasar untuk melakukan promosi produk banquet dari hotel. *Team Sales* dan *Marketing* diharapkan bisa lebih berani untuk mengadakan event atau join event, untuk mendapatkan atau menarik kembali pelanggan. Jangan hanya terpaku pada satu segementasi saja.
2. Hotel Sintesa Peninsula Manado harus mempunyai tim khusus untuk menangani *e-commerce*, *social networking site*, dan *online travel agent*. Supaya dapat dikelola dengan baik dan tepat sasaran.

UMMN