

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dilakukan tentang penerapan promosi dalam meningkatkan penjualan kamar hotel Yulia Kota Gorontalo, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hotel Yulia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perhotelan yang menggunakan media *advertising*, *Personal Selling*, Promosi penjualan dan Publisitas yang merupakan salah satu dari bauran promosi yang bertujuan untuk menawarkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan kepada calon konsumen sehingga dapat meningkatkan tingkat hunian kamar.
2. Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Hotel Yulia yaitu memasang iklan di bagian surat kabar dan majalah serta pemasangan *billboard*. Kegiatan *personal selling* yang dilakukan Hotel Yulia yaitu mengirim salah satu karyawan yang ditunjuk oleh perusahaan untuk melakukan *sales call* keluar kota ke berbagai instansi-instansi maupun organisasi untuk memperkenalkan Hotel Yulia dan produk jasa apa saja yang ditawarkan di Hotel Yulia dengan memberikan satu paket yang berisi *brosur wedding*, *brosur kamar* dan *brosur meeting*.
3. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Hotel Yulia yaitu membuat *Website* Hotel Yulia untuk mempermudah masyarakat mengetahui keistimewaan dan produk jasa yang di tawarkan. Kegiatan publisitas yang pernah dilakukan Hotel Yulia yaitu pada saat kegiatan amal di salah satu Panti Asuhan di kota Gorontalo, Hotel Yulia mengadakan kegiatan tersebut dengan berbagi sembako dan uang tunai dan di liput oleh surat kabar Gorontalo *post*.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan untuk Hotel Yulia adalah sebagai berikut:

1. Hotel Yulia hendaknya terus meningkatkan kegiatan *advertising* baik secara kualitas maupun kuantitas. Dengan harapan penggunaan media *advertising* tersebut dapat membantu perusahaan dalam menyampaikan paparan produknya. Agar paparan tersebut mempunyai pengaruh terhadap calon kosumen, maka media *advertising* dibuat semenarik mungkin sehingga dapat membuat calon konsumen tertarik dan terpengaruh untuk memanfaatkan pelayanan hotel yang berdampak positif pada peningkatan hunian kamar hotel.
2. Agar calon konsumen dapat lebih mengetahui keberadaan Hotel Yulia dengan segala macam fasilitas dan pelayanan yang dimiliki, perusahaan dapat menggunakan beberapa alternatif media *advertising*. Adapun alternative media *advertising* tersebut antara lain, memasang *billboard* pada tempat yang strategis seperti jalan protokol yang menjadi akses masuk Kota Gorontalo atau dipasang di jalan yang menuju lokasi hotel. Diperlukan sedikitnya 2 - 3 buah *billboard* yang dapat dipasang agar konsumen mudah mengetahui letak dari Hotel Yulia ini. Adapun lokasi strategis yang dapat dipasang *billboard* antara lain, dari arah Limboto di Jalan raya Limboto (perempatan), dari arah Telaga sekitar Jalan Raya talaga (depan perlimaan), dan Bundara HI.
3. Pihak hotel dapat juga melakukan kegiatan *advertising* melalui media elektronik yaitu melalui siaran radio atau televisi local Gorontalo. Pihak hotel dapat melakukan kegiatan *advertising* melalui media cetak dengan menambah jumlah *brosur* yang disebar pada lokasi-lokasi strategis seperti terminal, stasiun, dan bandara.