

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Sebagai hasil identifikasi yang telah dijelaskan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian dilapangan bahwa strategi pemasaran yang saat ini digunakan lebih berfokus kepada promosi. Promosi yang dilakukan seperti bekerjasama dengan saluran radio yang ada di Ikopin dan radio yang ada di Unpad, bentuk kerjasamanya pihak saluran radio mendapatkan fee sebesar 10%. Pihak Pusdiklat Gerkopin juga bekerjasama dengan *Traveloka*, setiap ada yang menyewa kamar melalui aplikasi *Traveloka*, pihak *Traveloka* mendapatkan fee 15% dari setiap kamar yang dipesan.
2. Kekuatan yang dimiliki penginapan Pusdiklat Gerkopin meliputi kualitas kamar, kenyamanan kamar, harga sesuai dengan kualitas, harga yang ditawarkan murah di bandingkan pesaing, lingkungan hotel memudahkan aktifitas, penataan lobby menarik, sumber daya manusia, dan *Financial*. Sedangkan kelemahan yang ada di penginapan Pusdiklat Gerkopin meliputi kemudahan menjangkau lokasi, informasi di website menarik, kebijakan harga promo, proses *Check-In & Check-Out* dan proses pembayaran.
3. Sementara itu peluang yang ada saat ini meliputi Undang-Undang, situasi sosial budaya dan perkembangan teknologi. Sedangkan ancaman yang

dihadapi penginapan Pusdiklat Gerkopin meliputi kebijakan pemerintah, penginapan sejenis, Hotel & Apartemen, inflasi dan daya beli masyarakat.

4. Berdasarkan hasil analisis SWOT strategi yang sebaiknya digunakan adalah strategi *diversifikasi*. Strategi *diversifikasi* disini berupa menambahkan fasilitas sebuah televisi didalam kamar dan mengganti sprei dan selimut yang ada saat ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut pada penginapan Pusdiklat Gerkopin, maka dapat diuraikan saran sebagai berikut :

1. Secara teoritis, bagi peneliti lain agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam terhadap aspek SWOT dalam analisis strategi pemasaran. Bagi ilmu pengetahuan diharapkan melalui penelitian selanjutnya, dapat menghasilkan informasi baru dan alternatif solusi terkait strategi pemasaran ditinjau menggunakan analisis SWOT.
2. Secara praktis, sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran kepada pengurus dan karyawan koperasi untuk menjadikannya sebagai bahan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan usaha dan dijadikan salah satu dasar pemikiran dalam pengambilan kebijakan selanjutnya, untuk tercapainya strategi pemasaran yang baik disesuaikan dengan keadaan koperasi saat ini dan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Seperti membuat petunjuk arah yang menunjukkan dimana penginapan Pusdiklat Gerkopin itu berada, sering melakukan update terhadap website yang dipakai untuk melakukan promosi, serta diharapkan

selalu ada karyawan/satpam yang selalu berada di lobby untuk berjaga jika ada penginap yang *Chek-In* dan *Check-Out* di pagi hari.



IKOPIN