

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian, baik melalui hasil wawancara terhadap sumber informan dan penelitian langsung pada objek penelitian, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Hotel santun Cirebon dalam strategi produk menawarkan produk jasa kamar penginapan, meeting room, wedding room, dan juga restoran. Kamar yang dijual memiliki empat tipe kamar yaitu standard room, superior room, deluxe room, dan suite room, dengan fasilitas kamar ukuran double atau twin bed, AC, plasma TV, shower, sarapan 2 orang, wifi, area parkir yang luas, dan ada tambahan fasilitas hairdrier, kulkas mini dan meja makan untuk kamar suite room. Hotel santun Cirebon menetapkan harga yang terjangkau sesuai dengan harga pasar. Lokasi Hotel santun cukup strategis karena hotel satu-satunya di kabupaten Cirebon dan berada cukup dekat dengan lokasi pondok pesantren Al-bahjah, dan mudah dijangkau dari jalan utama. Untuk strategi promosi online hotel santun bekerja sama dengan online travel agent (OTA) berupa aplikasi pegi-peggi, traveloka, dan tiket.com. Adapun bukti fisik yang ditampilkan oleh hotel santun adalah: Seragam Seluruh Staf, Pralatan yang ada di setiap kamar hotel santun dilengkapi dengan fasilitas kamar mandi yang sudah lengkap.
2. Analisis Swot (Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Tantangan) Dalam Pengembangan Hotel santun sebagai berikut :
 - a. Kekuatan (S) : Lokasi strategis, Makanan dan minuman halal, Harga terjangkau, Pelayanan prima dan sesuai syari'ah, Bermitra dengan pon.pes Al-bahjah.
 - b. Kelemahan (W) :Kurang SDM yang berkualitas, Belum memiliki sertifikat sebagai hotel syariah dari MUI, Tidak memiliki fasilitas hiburan.

- c. Peluang (O) : Perkembangan ekonomi, politik, sosial dan budaya, Potensi pasar, Konsep syariah memberikan, rasa aman dan nyaman.
 - d. Ancaman (T) : Banyaknya penginapan harian dan bulanan, maraknya penginapan-penginapan seperti villa, guest house, home stay, Strategi promosi, berapa hotel kerap kali menerapkan tarif promo di moment-moment tertentu untuk menarik minat pengunjung, Hotel konvensional memberikan fasilitas dan layanan lebih bagus.
3. Strategi Pemasaran Hotel Santun Berdasarkan Hukum Ekonomi Syari'ah meliputi: Dalam hukum islam bersifat fleksibel yang mana sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan tidak menyimpang dari prinsip-prinsip muamalah islami, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran islam diperbolehkan. Dalam praktiknya hotel santun sudah menerapkan strategi yang baik dan sesuai dengan konsep pemasaran islam yaitu dengan menjual produk yang tidak diharamkan. Dalam islam penetapan harga harus didasarkan atas kerelaan kedua belah pihak sesuai dengan keuntungan yang logis dan adil. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh hotel santun adalah bekerjasama dengan online travel agent (OTA). Islam menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan, dalam Islam konsep promosi adalah melihat kegunaan produk, kualifikasi produk, karakteristik produk disesuaikan dengan kenyataan yang ada dilapangan dan berorientasi pada nilai kejujuran, amanah dan tanggung jawab terhadap kualitas dan fasilitas layanan tersebut. Keberadaan Hotel santun dekat dengan komplek pondok pesantren Al-bahjah. Memilih Lokasi yang Strategis Ikhtiar merupakan salah satu prinsip dalam pemasaran secara Islam. Lingkungan sekitar hotel santun strategis karena berdekatan dengan jalan utama sumber dan berdekatan dengan pondok pesantren Al-bahjah. Bukti fisik lainnya penelitian karyawan hotel namira sudah menggunakan busana syar'i sesuai dengan ajaran Islam, selain itu juga karyawan menggunakan Id card sebagai tanda pengenalan.

B. Saran

Adapun saran yang peneliti akan berikan dalam penyusunan skripsi ini antara lain :

1. Perusahaan diharapkan mampu untuk menghadirkan bauran pemasaran yang lebih baik. Seperti dalam hal diskon harga bisa ditingkatkan lagi untuk melakukan promosi sehingga dapat menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan.
2. Untuk mengatasi hambatan strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan, suatu usaha yang berhasil mencapai tujuan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk. Pemasaran harus jeli melihat dan membaca setiap peluang yang ada dalam memenuhi kebutuhan pelanggan serta memasarkan produknya.

