

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Kesimpulan penelitian ini menyoroti pentingnya strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan keunggulan kompetitif dan preferensi tamu di industri perhotelan. Terdapat beberapa poin yang disimpulkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Keunggulan kompetitif dapat dicapai melalui berbagai cara, termasuk kualitas layanan, kecepatan, ketersediaan, dan harga yang kompetitif. Dalam konteks layanan JIMS, keunggulan kompetitif dapat ditingkatkan dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut dan memastikan keunggulan teknologi dan layanan dibandingkan dengan pesaing.
2. Preferensi tamu memegang peranan penting dalam keberhasilan pemasaran layanan JIMS. Melalui pemahaman yang mendalam tentang preferensi tamu hotel, Jabarlinmk dapat membantu hotel untuk menambahkan nilai tambah lain pada strategi pemasaran mereka untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Dengan layanan JIMS, hotel-hotel di Pangandaran dapat menawarkan internet yang stabil, cepat, dan aman kepada tamu mereka tanpa harus menghadapi beban investasi besar langsung diawal, biaya *maintenance*, atau biaya penggantian perangkat rusak.
4. Melalui pendekatan pemasaran yang berfokus pada tiga kegiatan, seperti: Inovasi pada produk untuk menghindari ancaman produk pengganti, Komunikasi efektif dan kreatif, dan Segmentasi pasar dan penawaran harga

yang tepat, hotel dapat memperkuat posisi mereka dalam persaingan pasar dan meningkatkan preferensi tamu.

5. Strategi pemasaran JIMS bukan hanya merupakan langkah yang strategis untuk memperkuat keunggulan kompetitif hotel-hotel di Pangandaran, tetapi juga dapat meningkatkan pengalaman tamu secara keseluruhan dalam hal konektivitas internet yang handal dan efisien.
6. Dalam konteks analisis pasar dan segmentasi pelanggan, *penerapan Teori Blue Ocean Strategy* dirasa sangat tepat mengingat layanan JIMS sebagai sebuah layanan yang memiliki konsep unik di dunia ISP. Alih-alih bersaing untuk mendapatkan bagian dari permintaan yang sudah ada, perusahaan yang menerapkan *Blue Ocean Strategy* menciptakan permintaan baru, dengan menawarkan produk atau layanan yang inovatif, berbeda, dan bernilai tinggi
7. Dalam melakukan strategi branding, perusahaan dapat menerapkan budaya menyenangkan konsumen dengan penekanan lebih besar pada komunikasi internal dan peningkatan sumber daya internal melalui pelatihan
8. Untuk penentuan harga, Jabarlink dapat mengadopsi teori *market penetration pricing* yang menyarankan menetapkan harga yang rendah untuk produk baru untuk menarik pelanggan dan memenangkan pangsa pasar. Setelah pasar dikuasai, perusahaan kemudian dapat menaikkan harga secara bertahap.

## **5.2. Saran**

Terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan berdasarkan hasil penelitian ini. Saran pertama ditujukan untuk pihak hotel khususnya dalam hal investasi dalam infrastruktur. Hotel-hotel di Pangandaran perlu memprioritaskan

investasi dalam infrastruktur teknologi. Ini termasuk pembaruan perangkat keras dan perangkat lunak terstandar, serta peningkatan jaringan internet untuk memastikan ketersediaan dan kecepatan yang optimal. Sehingga, pihak hotel juga perlu mempertimbangkan untuk menggunakan layanan JIMS. Jabarlink dengan layanana JIMS memberikan solusi *all in one* meliputi pengadaan perangkat ke setiap kamar/ruangan dengan sistem sewa kelola sehingga hotel tidak perlu melakukan investasi besar di awal, tidak perlu ada biaya *maintenance* dan penggantian perangkat rusak selama kontrak, tidak ada biaya instalasi, serta layanan *bandwidth dedicated* yang stabil dan cepat.

Saran kedua ditujukan untuk para pelanggan hotel. Tamu hotel diharapkan dapat berpartisipasi dalam umpan balik. Mereka dapat memberikan umpan balik secara aktif kepada hotel mengenai pengalaman menggunakan layanan internet dari JIMS, termasuk kebutuhan atau masalah yang dihadapi, sehingga hotel dapat terus meningkatkan layanan mereka. Selain itu, tamu atau pelanggan hotel perlu mempelajari dan memahami manfaat yang ditawarkan oleh layanan JIMS sehingga dapat memanfaatkannya secara maksimal selama menginap di hotel.

Saran terakhir yaitu untuk penelitian yang akan datang. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang tingkat kepuasan tamu terhadap layanan JIMS dan faktor-faktor yang memengaruhinya, serta melakukan studi perbandingan antara strategi pemasaran layanan JIMS di hotel Pangandaran dengan hotel-hotel lain di lokasi serupa untuk mengevaluasi keunggulan kompetitif dan strategi yang paling efektif. Selain itu, penelitian di

masa depan juga dapat menganalisis dampak penggunaan layanan JIMS terhadap tingkat loyalitas pelanggan dan kesetiaan merek hotel, serta dapat mengembangkan metode analisis data yang lebih canggih untuk mengevaluasi preferensi tamu secara lebih mendalam dan mendapatkan wawasan yang lebih baik untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.