

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dicapai dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keadaan internal Hotel Syariah Inayah PKP-RI analisis IFE yang terutama didasarkan pada lingkungan dalam menunjukkan bahwa Hotel Syariah Inayah PKP-RI memiliki peringkat tertimbang lengkap 3,1 yang menunjukkan bahwa perusahaan di atas umum dalam upayanya untuk mengambil keuntungan dari kekuatan internalnya dan mengurangi kelemahannya. Dari analisis IFE juga diketahui bahwa energi utama yang dapat dioptimalkan perusahaan adalah landasan syariah dalam pengendalian hotel. Sedangkan kelemahan utama yang harus dibenahi adalah kekurangan staf perhotelan, dan teknik promosi.
2. Situasi Eksternal Hotel Syariah Inayah PKP-RI Evaluasi EFE yang didasarkan sepenuhnya pada lingkungan luar menunjukkan bahwa Hotel Syariah Inayah PKP-RI memiliki peringkat tertimbang lengkap 2,8 yang menunjukkan bahwa situasi luar perusahaan hampir tidak ada di atas umum. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki

kemungkinan yang cukup besar untuk berdiri di luar ancaman lingkungan. Dari analisis EFE juga diketahui bahwa risiko terbesar perusahaan yang harus diantisipasi adalah persaingan hotel konvensional yang menawarkan pelayanan yang lebih baik.

3. Strategi pemasaran yang bisa dijalankan
 - a. Dari tingkat kesesuaian penggunaan analisis SWOT, berbagai teknik peluang dapat diperoleh, yaitu: pendekatan peningkatan pasar dari agregat kekuatan dan ancaman, dan pendekatan penetrasi pasar dari agregat kekuatan dan peluang.
 - b. Analisis matriks IE terutama didasarkan sepenuhnya pada hasil analisis IFE dan EFE menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam sel IV. Sesuai dengan posisi strategis perusahaan, pendekatan keseluruhan yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah dalam bentuk pendekatan peningkatan integrasi horizontal atau pendekatan keseimbangan.
 - c. Analisis QSPM digunakan untuk menyelidiki berbagai teknik peluang yang dapat dipilih terutama berdasarkan daya tarik relatifnya. Berdasarkan hasil analisis menyarankan bahwa pendekatan yang menarik untuk dilakukan pada Hotel PKPRI Inayah Syariah adalah pendekatan penetrasi pasar.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menemui banyak keterbatasan dan kekurangan. Kendala dan kekurangan yang dihadapi peneliti terdiri dari kendala waktu, kendala data yang dikumpulkan, kesulitan memprediksi lingkungan yang berlaku, subjektivitas pembobotan. Oleh karena itu, analisis yang dicapai paling mudah didasarkan sepenuhnya pada apa yang peneliti berikan pada beberapa titik penelitian.

C. Saran

1. Berdasarkan hasil tinjauan dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:
 - a. Untuk situasi internal, terutama berdasarkan analisis SWOT di Hotel Syariah Inayah PKP-RI, perusahaan ingin mengoptimalkan kekuatannya, khususnya layanan berkualitas kontrol dan berbasis syariah total, dan mengurangi kelemahan, khususnya kekurangan tenaga profesional. .
 - b. Untuk situasi eksternal, terutama berdasarkan penilaian SWOT di Hotel Syariah Inayah PKP-RI, kelompok ingin memaksimalkan peluang (*Opportunities*), khususnya hubungan dengan perusahaan komersial yang tepat dan konsumen yang baik, serta lebih mengantisipasi ancaman (*threats*) terutama

persaingan dengan hotel konvensional yang memberikan layanan yang lebih tinggi.

- c. Berdasarkan analisis matriks IE dan analisis QSPM dari Hotel Syariah Inayah PKP-RI, kelompok ingin Strategi penetrasi pasar yaitu dengan meningkatkan penjualan produk Hotel Syariah Inayah PKP-RI, dan Strategi Pengembangan Pasar yaitu dengan berusaha memperluas wilayah pemasaran dan promosi yang menarik.
2. Langkah konkrit dari penerapan kedua strategi di atas yaitu:
- a. Meningkatkan jumlah pendapatan untuk mengembangkan pemasaran barang dagangan perusahaan yang meliputi pelayanan fasilitas akomodasi, penyediaan ruang pertemuan, dan restoran.
 - b. Meningkatkan usaha komersial pemasaran barang dagangan perusahaan melalui pembuatan brosur atau spanduk di tempat-tempat strategis yang dapat digunakan secara luas sebagai lokasi kedatangan wisatawan termasuk bandara, stasiun kereta api, terminal bus, dan tempat-tempat wisata yang mampu.
 - c. Memperluas wilayah pemasaran produk ke kawasan wisata unggulan di luar kota metropolitan Serang.