

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada akhir penelitian ini, penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif dan penulis menyajikan kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan kata lain, peneliti akan menunjukkan bagaimana menerapkan *customer relations* melalui program aplikasi *online booking* MySantika dalam membangun *customer engagement* di Hotel Santika BSD City. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan tim komunikasi (*customer relationship*) dan beberapa pengguna aplikasi MySantika.

Temuan dari aplikasi pemesanan *online* MySantika BSD City menunjukkan bahwa berbagai keuntungan diberikan kepada pelanggan dengan memungkinkan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, memberikan pelanggan kemudahan dan keuntungan lebih. Suatu barang atau jasa yang berkualitas bagus, namun kurang promosi atau program promosinya kurang tepat, kurang dapat mendorong seorang konsumen untuk melakukan pembelian. Di sini komunikasi dengan pelanggan memiliki peran yang cukup penting. Komunikasi adalah cara yang digunakan untuk mempersuasi konsumen agar bertindak sesuai dengan harapannya serta sejalan dengan pemuasan kebutuhan pelanggan. PT. Grahawita Santika menyadari bahwa pelanggan merupakan aspek penting dari kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Dalam mengimplementasikan melalui aktivitas *customer relationship* untuk membangun *customer engagement* yaitu memberikan informasi mengenai MySantika, sejauh ini dilakukan dengan pendekatan-pendekatan halus, mudah dimengerti dan tidak secara *extreme* agar pesannya dapat diterima dengan mudah melalui interpersonal, saluran media serta pelayanan prima. Dengan upaya menciptakan hubungan yang kuat antara *customer* dan *brand* dengan *engaging*. Hotel Santika BSD City dengan pendekatan interpersonal yaitu melakukan *sounding* mengenai aplikasi MySantika, tujuannya untuk mendapatkan *engagement* yang tinggi antara tamu dengan hotel dan mendapatkan *leads-leads* baru dari *newcomer* dan membentuk *guest experiences* yang baik sehingga menimbulkan *feedback* dari kepuasan pelanggan. Dalam pemasaran dan memublikasikan, *Public Relations* menawarkan bundel promosi dengan MySantika dalam bentuk manfaat tambahan kepada pengguna *member* MyValue dan untuk memublikasikan melalui konten promosi di Instagram atau siaran pers. Pendekatan *word of mouth* adalah kunci untuk membangun *engagement* pelanggan.

Penerapan inovasi MySantika diharapkan mampu memberikan perubahan yang positif serta mengatasi permasalahan pada penjualan pembelian kamar dan membangun *customer engagement*.

Hotel Santika BSD City tampaknya telah melakukan hubungan pelanggan guna membangun *customer engagement*. Alhasil, kebijakan tersebut disambut baik oleh pengunjung mulai dari aplikasi MySantika hingga pelayanan hotel. *Customer engagement* juga dapat dibangun dari hal-hal teknis. Lokasi Hotel Santika BSD City yang berdekatan dengan Teraskota Mall sangat memuaskan kebutuhan pelanggan dan menarik pelanggan kembali.

B. Saran

Dalam uraian kesimpulan diatas maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan keliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

Saran-saran yang diberikan dapat membantu Hotel Santika BSD City dalam menjalin *customer relations* untuk membangun *customer engagement* melalui MySantika, berikut saran-saran yang dapat diberikan:

1. Saran Teoritis,

Disarankan bagi peneliti lain agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai aspek *customer relations* mengenai *customer engagement*.

Disarankan bagi peneliti selanjutnya, agar meneliti dan menganalisa mengenai proses dan strategi *customer relations* dalam pemanfaatan *online booking* dan *social media* karena hal tersebut merupakan pembentukan *guest experiences* melalui *reviews* dan interpersonal untuk membangun *customer engagement*.

2. Saran Praktis,

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang telah dilaksanakan, Hotel Santika BSD City telah melakukan *customer relations engagement* secara sistematis sesuai dengan konsep. Tetapi terdapat saran yang diberikan kepada pihak Hotel Santika untuk bisa lebih meningkatkan pemanfaatan *social media* agar lebih maksimal sehingga dapat membangun interaksi dan *engagement* yang lebih baik karena konten-konten yang dibuat oleh Hotel Santika selama ini masih ada yang kurang efektif, dalam memaksimalkan penggunaan *social media* sehingga *customer engagement* yang dibangun akan lebih maksimal karena melihat pengguna media sosial yang aktif, kemudian Hotel Santika juga bisa menggunakan *Instagram Ads* atau beberapa *Ads Platform* sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.