

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Bentuk penerapan *social media* tiktok sebagai media pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Best Western Premier La Grande Bandung yaitu yang pertama dengan melakukan analisis segmentasi tiktok @bwplagrande itu dimana, lalu penentuan konten dari hasil analisis sesuai dengan harapan *audience* berupa konten hiburan sehingga konten yang dibuat itu konten yang menghibur dan informatif selain itu menerapkan *social media* tiktok sebagai media pemasaran yang wajib dibuat setiap hari dengan konsisten, memiliki jadwal senin-jumat dengan tema “*hotelier lives*” berdasarkan *departement* yang ada di hotel disesuaikan dengan *trend* tiktok yang sedang *happening*, sehingga *social media* tiktok @bwplagrande ini dapat berbeda dari *social media* tiktok hotel lainnya.

Peran penting *social media* tiktok sebagai media pemasaran hotel fokus pada “*brand awareness*” agar dikenal oleh banyak orang sebagai sumber informasi dengan kreatifitas nya melalui konten yang disajikan dan sebagai media yang menjembatani proses pemesanan kamar, selain itu berperan agar lebih banyak orang yang mengetahui mengenai fasilitas ataupun produk hotel serta pelayanan yang diberikan melalui konten yang disajikan selain untuk meningkatkan *revenue*, *social media* tiktok memberikan dampak dalam penjualan kamar dikarenakan tiktok Hotel Best Western Premier La Grande ini menjadi salah satu *search engine* atau *search for infomationnya* calon tamu selain menyajikan konten *fun* tetapi juga platform untuk melakukan penjualan secara online dan dapat menghasilkan *income revenue*.

Strategi dalam menciptakan keunggulan kompetitif melalui *social media* tiktok yang pertama dengan meminimalisir biaya pemasaran yang dikeluarkan selain dengan bentuk promosi melalui konten juga bekerja sama dengan *influencer*, melakukan pemasaran melalui *social media* tiktok melalui *influencer* itu berupa *voucher* menginap di Hotel Best Western Premier La Grande dengan sistem barter, strategi dalam bekerja sama dengan *influencer* di tentukan dengan melihat *engagement rate* dari akun *social media* tiktok *influencer* tersebut untuk menentukan apakah bisa melakukan kerja sama atau tidak,

Strategi kompetitif melalui *social media* tiktok, Hotel Best Western Premier La Grande menggunakan strategi *psikologi marketing* melalui *social media* tiktok hotel yang dimana dengan konten yang disajikan itu dapat menjadi ciri khas dari akun tiktok hotel yang akan selalu diingat oleh *audience* dan menciptakan calon tamu, selain itu memiliki *content planner* dengan tidak membuat konten secara mendadak tanpa persiapan yang matang, lalu adanya *content pillar* yang jelas yang menjadi identitas atau ciri khas dari akun *social media* tiktok hotel agar konten yang dibuat tidak menyimpang dan *be creative* dimana hotel bisa *improve* dengan kreatif mungkin, memiliki *content pillar* atau pondasi dari konten yang akan dibuat yaitu konten yang *fun* dibalut dengan unsur komedi tetapi masih terdapat informasi mengenai hotel didalamnya, melalui konten tiktok yang *fun*, informatif dan juga menjadi jembatan untuk sales juga *front office* dalam penjualan dan mendatangkan *income revenue*, melalui live tiktok untuk mempromosikan produk hotel.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis / Kontribusi

Strategi dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif dapat dilakukan melalui banyak cara. Salah satunya yaitu dengan

menggunakan *social media* sebagai media pemasarannya. *Social media* merupakan senjata kompetitif bagi suatu perusahaan. Penanganan dan investasi yang tepat di *social media* membantu membentuk strategi kompetitif. Melalui *social media* yang baik sebuah perusahaan dapat meningkatkan layanan pelanggannya, meningkatkan proses umpan balik melalui pelanggan, meningkatkan inovasi, mencari peluang baru, dan memecahkan hambatan geografis. Maka *social media* merupakan bagian penting dari sektor strategi kompetitif dan sangat dipengaruhi oleh perilaku inovatif (Aitbar, 2021).

Hasil penelitian ini telah memberikan bukti empiris bahwa dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif dalam hal pemasaran, hotel menggunakan *social media* tiktok sebagai media pemasarannya. Dapat dilihat dari bentuk penerapan, peran dan strategi yang digunakan hotel dinilai unggul dalam hal differensiasi, kepemimpinan biaya, kualitas, dan strategi kompetitif dibandingkan dengan *social media* tiktok hotel kompetitor.

Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih kurangnya inovasi dalam pembuatan konten *social media* tiktok, maka dari itu penulis mengharapkan agar penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam mengenai hal tersebut.

5.2.2 Implikasi Praktis / Rekomendasi

Saran dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif melalui *social media* tiktok Hotel Best Western Premier La Grande Bandung dalam bentuk penerapannya perlu adanya penambahan sumber daya manusia agar dapat mendukung terciptanya *ide creative* dan peningkatan ide inovatif terutama dalam konten pemasaran produk agar viewers nya setara dengan konten fun “*hotelier lives*”.

Peran penting kualitas konten yang disajikan juga merupakan hal yang utama, agar mengubah pelanggan potensial menjadi pelanggan aktual. Selain itu skill dan kompetensi dari pengelola *social media* tiktok juga harus lebih diperhatikan agar dapat mempertahankan keunggulan kompetitif. Tidak hanya *digital marketing* yang memiliki peran dalam pembuatan konten tetapi semua *departement* yang ada di Hotel Best Western Premier La Grande berperan penting dalam menjadikan akun tiktok hotel lebih unggul dari kompetitor.

Strategi dalam menciptakan keunggulan kompetitif melalui *social media* tiktok sebagai media pemasaran hotel merupakan cara yang paling hemat biaya untuk memasarkan dan mempromosikan bisnis. Karena aplikasi tiktok dapat membantu dalam menemukan semua informasi yang sedang fenomenal dengan cepat dan mudah, dan hotel dapat menyajikan informasi dalam bentuk yang menarik dan kreatif oleh pembuat konten agar penonton tidak merasa bosan.

Dari hasil penelitian ini penulis berharap dapat bermanfaat untuk Hotel Best Wester Premier La Grande Bandung untuk kedepannya guna menciptakan keunggulan kompetitif melalui *social media* tiktok sebagai media pemasaran agar dapat mempertahankan keunggulannya.

5.3 Limitasi Penelitian

Pada proses penyusunan penelitian ini penulis memiliki keterbatasan yaitu terdapat pada informan yang dimana penulis memiliki keterbatasan dalam jumlah informan karena ketersediaan waktu informan sehingga minimnya informan dalam penelitian ini. Tetapi, walaupun dengan keterbatasan tersebut penulis mendapatkan hasil temuan dari informan yang dapat menjawab rumusan masalah dari penelitian ini.