

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada perhitungan IFAS didapatkan hasil kondisi internal pada strategi promosi penjualan produk melalui *content marketing* di Grand Hotel Preanger memperoleh skor untuk faktor kekuatan sebesar 2,8 dan faktor kelemahan sebesar 0,78 dengan nilai total skor tabel IFAS sebesar 3,58 yang menunjukkan bahwa kekuatan pada strategi penjualan produk melalui *content marketing* di Grand Hotel Preanger lebih besar daripada kelemahan. Pada hasil perhitungan EFAS, kondisi eksternal memperoleh skor untuk faktor peluang sebesar 1,91 dan faktor kelemahan sebesar 1,32 dengan nilai total skor tabel EFAS sebesar 3,23 yang menunjukkan bahwa peluang dari strategi promosi penjualan produk melalui *content marketing* di Grand Hotel Preanger lebih besar daripada ancaman.

5.2 Implikasi

Penelitian ini berimplikasi pada peningkatan penjualan produk di Grand Hotel Preanger melalui *content marketing*. Karena itu strategi promosi penjualan produk melalui *content marketing* ini berada di posisi unggul yang sangat menguntungkan karena berada di posisi kuadran I artinya memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal. Grand Hotel Preanger harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif sehingga strategi yang sesuai adalah strategi S-O yaitu menggunakan strategi yang memanfaatkan peluang yaitu berada di letak yang strategis dan sudah mempunyai *brand image* yang tinggi dengan menggunakan kekuatannya yaitu konten dengan ciri khas yang *heritage* serta memiliki target pasar sendiri *family* dan *group*, strategi ini harus tetap dipertahankan juga dikembangkan untuk penjualan produk melalui *content marketing* yang ada di Grand Hotel Preanger Bandung.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Bagi Pengelola Grand Hotel Pranger, Lebih meningkatkan konsistensi dalam pembuatan *content marketing*, menambah kembali team marketing communication,

memaksimalkan fasilitas pendukung pada *content marketing*, dan lebih sering mengadakan *giveaway* ataupun kuis yang menarik di sosial media agar para *customer* lebih tertarik serta dapat memperdalam citra hotel.

2) Bagi peneliti selanjutnya, direkomendasikan untuk meneliti lebih luas mengenai *content marketing* dengan objek yang berbeda, sehingga hasilnya dapat diperbandingkan serta menambah periode waktu penelitian sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat dan maksimal.

3) Bagi Pemerintah

Pemerintah kota Bandung diharapkan mampu mengoptimalkan serta memberi banyak dukungan kepada industri industri perhotelan dengan cara ikut mempromosikan kembali karena akan menjadi timbal balik yang sangat baik dan menguntungkan.