

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Dengan munculnya teknologi canggih seperti kecerdasan buatan dan data besar, banyak pola konsumsi baru terus muncul. Banyak inovasi baru yang terus dikembangkan, salah satunya dalam segi pemasaran. Pengelolaan dan penerapan *marketing innovation* pada *Hoomestay Room* Bandung dengan kreatif dan inovatif pada beberapa aspek. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan citra positif bagi perusahaan dan sebagai cara untuk mampu bersaing dengan kompetitor.

Pembahasan mengenai Analisis Kebutuhan *Marketing innovation* dalam Meningkatkan Kualitas Pemasaran pada *Hoomestay Room* Bandung telah menghasilkan beberapa temuan pada implikasinya sebagai berikut.

1. *Marketing innovation* Yang Diimplementasikan Oleh *Hoomestay Room* Bandung

Hoomestay Room Bandung telah menunjukkan kesuksesan dalam menerapkan berbagai inovasi dalam strategi pemasaran. Dengan pendekatan yang komprehensif, mereka tidak hanya melakukan inovasi dalam aspek branding, desain, pelayanan, dan promosi, tetapi juga berhasil mengintegrasikan semua elemen ini menjadi satu kesatuan yang kuat. Dengan memposisikan diri sebagai alternatif yang menggabungkan kualitas hotel dengan harga homestay, serta menekankan nilai tambah berupa lokasi yang strategis dan akses yang mudah, *Hoomestay Room* Bandung berhasil menciptakan identitas yang menarik bagi para konsumen.

Melalui desain interior dan eksterior yang menawan, standar operasional yang konsisten, dan penggunaan teknologi yang canggih, mereka berhasil menciptakan pengalaman menginap yang unik dan memuaskan bagi tamu mereka. Lebih jauh lagi, kolaborasi aktif dengan komunitas lokal, penyelenggaraan acara khusus, dan program keanggotaan menunjukkan komitmen *Hoomestay Room* Bandung dalam memperkuat hubungan dengan pelanggan dan membangun loyalitas yang tinggi.

Hoomestay Room menonjol karena memiliki identitas merek yang kuat

dan mudah diingat berkat konsepnya yang tidak biasa dan berbeda dari standar. Pengelolaan yang dilakukan secara mandiri oleh *Hoomestay Room* memberikan nuansa yang lebih personal dan akrab, yang membedakannya dari homestay lain yang biasanya dikelola oleh organisasi besar. Hal ini menciptakan hubungan emosional yang lebih dekat antara tamu dan pengelola. Selain itu, *Hoomestay Room* terpisah dari rumah pemilik yang memberikan tingkat privasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan *homestay* tradisional yang biasanya berada di lingkungan rumah warga.

2. Kontribusi *Marketing innovation* Pada Peningkatan Kualitas Pemasaran Di *Hoomestay Room* Bandung

Penerapan *marketing innovation* pada *Hoomestay Room* Bandung telah membawa dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas strategi pemasaran perusahaan. Dengan berhasil meningkatkan performa dalam hal hunian, pendapatan, dan ulasan positif, serta membangun citra positif yang kuat yang mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan, perusahaan ini telah membuktikan bahwa inovasi dalam pemasaran merupakan kunci kesuksesan dalam mempertahankan posisi dan memperluas pangsa pasar di industri akomodasi yang kompetitif. Dengan demikian, *Hoomestay Room* Bandung menjadi contoh nyata bagaimana penerapan *marketing innovation* dapat menjadi strategi yang efektif dalam mencapai kesuksesan dalam bisnis di era yang dinamis dan kompetitif.

5.2 Implikasi

Pembahasan mengenai Analisis Kebutuhan *Marketing innovation* dalam Meningkatkan Kualitas Pemasaran pada *Hoomestay Room* Bandung telah menghasilkan beberapa temuan pada implikasinya sebagai berikut.

1. *Marketing innovation* Yang Diimplementasikan Oleh *Hoomestay Room* Bandung

Implikasi yang diterapkan segi *brand innovation* *Hoomestay Room* Bandung memosisikan diri sebagai *brand homestay* dengan harga murah tetapi mendapat fasilitas lengkap dan cukup mewah hampir setara dengan hotel. Selain itu *Hoomestay Room* Bandung juga menempatkan *brand* mereka

sebagai penyedia akomodasi yang ramah lingkungan, karena mampu membangun kerja sama dengan masyarakat sekitar dan terkahir, *Hoomestay Room* Bandung menyebut *brand* mereka sebagai *brand* yang aktif berteknologi, karena *Hoomestay Room* Bandung memanfaatkan fungsi teknologi seutuhnya untuk operasional *homestay*. *Hoomestay Room* memiliki diferensiasi merek yang kuat dan mudah diingat oleh pelanggan karena konsepnya yang unik dan tidak konvensional. Pengelolaan yang dilakukan secara mandiri memberikan pengalaman yang lebih personal, berbeda dengan *homestay* pada umumnya yang dikelola oleh organisasi besar, sehingga menciptakan kedekatan emosional antara tamu dan pengelola. Selain itu, lokasi *Hoomestay Room* yang terpisah dari kawasan pemukiman menawarkan privasi yang lebih tinggi bagi pengunjung, berbeda dengan *homestay* tradisional yang biasanya berada di dalam lingkungan rumah warga.

Inovasi desain pada *Hoomestay Room* Bandung ada pada bagian interior dan eksterior. Secara keseluruhan *Hoomestay Room* Bandung mengusung konsep *earth tone* yakni perpaduan warna hijau dan coklat, dengan nuansa yang sejuk dan nyaman. Bagian eksterior *Hoomestay Room* Bandung memiliki *front yard* yang bisa dinikmati dan dimanfaatkan oleh konsumen untuk bersantai dan berkegiatan lainnya.

Bentuk inovasi pada pelayanan *Hoomestay Room* Bandung selalu memberikan pelatihan rutin pada karyawan sehingga mampu bekerja sesuai SOP dan mampu memberikan kesan baik dan kepuasan pada tamu secara professional. *Hoomestay Room* Bandung juga memiliki *Marketing innovation* dalam pelayanan berupa aplikasi khusus yang terhubung langsung dengan konsumen yang menginap dalam rangka memudahkan *supply* dan *demand* dalam segi pelayan konsumen.

Inovasi promo *Hoomestay Room* Bandung yaitu memberikan penawaran unik berupa acara malam khusus keakraban. *Local tour* dalam rangka eksplorasi kuliner setempat. Dimana para tamu akan disediakan beberapa fasilitas dan *service* untuk mengikuti kegiatan tersebut. Selanjutnya ada kelas menanam tradisional, dengan memanfaatkan fasilitas *front yard* *Hoomestay*

Room Bandung, kegiatan ini mampu membuat tamu mendapatkan pengalaman menarik dan pastinya juga menambah pengetahuan. Selain itu ada juga inovasi berupa program keanggotaan pada *Hoomestay Room* Bandung.

2. Kontribusi *Marketing innovation* Pada Peningkatan Kualitas Pemasaran Di *Hoomestay Room* Bandung

Kontribusi atau dampak dari penerapan beberapa *marketing innovation* yang sudah dirasakan oleh *Hoomestay Room* Bandung salah satunya adalah peningkatan *performance* dari *Hoomestay Room* Bandung. Hal ini dapat dilihat peningkatan signifikan dalam tingkat hunian, pertumbuhan pendapatan yang melebihi target, dan peningkatan *brand awareness* *Hoomestay Room*.

Kualitas *perceived quality* juga meningkat pada *Hoomestay Room* Bandung. Hal ini dapat dilihat dari beberapa ulasan positif dari para tamu setelah menginap dan juga merekomendasikan *Hoomestay Room* Bandung pada orang lain. Pengukuran lain berhasilnya *marketing innovation* dalam meraih kepuasan pelanggan diwujudkan dalam bentuk tidak adanya komplain dan ulasan negatif yang diberikan oleh pelanggan baik pada platform pemasaran maupun secara langsung di *Hoomestay Room* Bandung. Hal tersebut menunjukkan bahwa sudah tercapainya *perceived quality yang baik*.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan pembahasan mengenai Analisis Kebutuhan *Marketing innovation* dalam Meningkatkan Kualitas Pemasaran pada *Hoomestay Room* Bandung, maka peneliti menekankan beberapa hal berikut sebagai rekomendasi:

1. *Marketing innovation* Yang Diimplementasikan Oleh *Hoomestay Room* Bandung

Penerapan *marketing innovation* pada *Hoomestay Room* Bandung dalam aspek pelayanan perlu dikembangkannya inovasi terbaru yang lebih membedakan dan memberi ciri khas untuk *Hoomestay Room* Bandung. Peneliti merekomendasikan salah satunya adalah pengembangan

pemanfaatan teknologi yang lebih mendalam, seperti penggunaan *augmented reality* pada aplikasi pelayanan tamu sehingga memberikan kesan berbeda yang akan dirasakan tamu. Penerapan *augmented reality* juga bisa digunakan sebagai inovasi dalam melakukan promosi secara digital, seperti pada website resmi dan beberapa konten pemasarannya.

2. Kontribusi *Marketing innovation* Pada Peningkatan Kualitas Pemasaran Di *Hoomestay Room Bandung*

Dampak dari Penerapan *marketing innovation* pada *Hoomestay Room Bandung* sudah dirasakan pengelola mulai dari aspek *performance* yaitu semakin dikenalnya merek *Hoomestay Room Bandung* oleh audiens, peningkatan okupensi serta terciptanya kepuasan pada pelanggan. Dalam hal ini peneliti merekomendasikan untuk mengadakan survei kepada tamu tentang bagaimana pengalaman mereka selama menginap di *Hoomestay Room Bandung*. Selain mampu mengukur *perceived value* yang pelanggan rasakan, hal ini juga bisa dimanfaatkan pengelola *Hoomestay Room Bandung* untuk mengetahui kekurangan atau mendapat masukan dan saran dari para tamu. Selain itu mampu mengetahui tren pasar tentang kebutuhan tamu yang sebenarnya. Hal ini bertujuan agar *Hoomestay Room Bandung* mampu melakukan *sustainable marketing* serta mampu bersaing dengan para kompetitor.