

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Khas hotel tegal dapat di simpulkan bahwa:

- a. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa Khas Resto di Khas Hotel Tegal belum pernah menerima keluhan menu karena menerapkan standar *Service Excellent*, dan untuk harga disesuaikan standar hotel dengan cost di bawah 31%. Target utama untuk tamu hotel, namun tetap terbuka untuk tamu luar hotel. Daya tarik utama adalah menu khas kota Tegal yaitu moci, sop iga sapi dan lain-lain. Lokasinya yang sangat strategis dekat dengan wisata kota. Promosi yang dilakukan melalui media sosial dan *event* khusus seperti *candle light dinner*, iftar, dan lain-lain.
- b. Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat disimpulkan hasil dari kekuatan (*streght*) dan kelemahan (*weakness*) adalah 1,42 sedangkan peluang (*oppurtunities*) dan ancaman (*treats*) adalah 0,91 sehingga membentuk titik koordinat (1,42 ; 0,91). Dengan demikian posisi khas tegal hotel berada di kuadran 1.

- c. Berdasarkan hasil diagram cartesius dapat disimpulkan bahwa posisi perusahaan pada kuadran I, yang menunjukkan kondisi yang sangat menguntungkan, karena hotel memiliki kekuatan dengan skor 1,42 dan peluang dengan skor 0,91 yang bisa di manfaatkan secara optimal untuk meningkatkan pendapatan di khas resto.

5.2 Saran

Saran bagi perusahaan agar strategi WO yang telah diterapkan dapat terus berkembang secara berkelanjutan. Meningkatkan promosi digital yang lebih kreatif untuk menjangkau lebih banyak pelanggan lokal maupun wisatawan.

Penelitian selanjutnya, disarankan untuk ruang lingkup penelitian dapat diperluas dengan meneliti strategi pemasaran digital yang lebih spesifik, seperti penggunaan media sosial, pemasaran influencer, atau program loyalitas pelanggan, yang berpotensi besar dalam meningkatkan pendapatan Khas Resto.