

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Re-Branding merupakan pembaharuan sebuah brand dengan maksud mengubah nama, dan perubahan strategi management ataupun strategi penjualan dengan maksud tertentu. Dari sekian banyak Hotel yang berada di Bandung salah satunya adalah Hotel Arion Suites Bandung, yang sebelumnya Bernama Hotel Arion Swiss-Bell Bandung

Proses terjadinya *Re-Branding* ada tanggal 7 April 2022, Arion Swiss-Belhotel Bandung melakukan prosesi *Re-Branding* menjadi Arion Suites Hotel Bandung. Prosesi ini di hadiri sejumlah pejabat, partnership dan media. Pada proses *Re-Branding* ini, dipandang tidak merubah citra apapun, karena hanya menghilangkan kata Swiss-Bell dan menggantinya dengan kata Suites. Yang akhirnya tidak berdampak signifikan pada Reputasi dan Citra positif yang sudah ada. Dan perbedaanya terletak pada status Hotel yang berubah menjadi Hotel Bintang Empat lokal (National), yang dari sebelumnya di pegang oleh manajemen Swiss-Bell International yang berstatus Hotel Berskala National.

Strategi Branding yang dijalankan oleh Arion Suite Hotel yaitu: pertama brand Possition 1) memiliki *Room* ukuran *Room* yang besar, 2) letak posisi Hotel yang sangat strategis di tangan kota, 3) Hotel dengan nuansa Hommy dan *Luxury*, 4) Fasilitas hotel yang lengkap, 5) tingkat kebersihan hotel yang terjamin. Kedua, Brand Identity, memiliki kualitas dan kuantitas hotel yang sama seperti hotel

sebelumnya yaitu hotel lokal bintang 4 lokal yang menjalankan management International seperti sebelumnya di pegang oleh Management Swiss-Bell International. Ketiga, Brand Personality: nuansa yang sangat homy dan berkesan mewah (luxury). dan yang menjadi ciri khas Arion Suites Hotel Bandung tertera juga dalam Akun instagramnya yaitu: “*The Right Place Where History Meet Luxury*”. keempat, Brand Communication internal yang bekerjasama dengan beberapa divisi hotel, maupun eksternal dengan bekerjasama yang menguntungkan dengan beberapa Partnership.

Alasan dengan dilakukannya *Re-Branding* diperoleh data yang sama dari tiga Sumber yang berbeda yaitu dari hasil wawancara dengan Ibu Riestin Prawiti Mulyadi selaku Sales Marketing Manager, Ibu Diah Intan Pratiwi selaku Public Relation, dan Bapak M. Luthfi Alamsyah sebagai Duty Manager, alasannya sebagai berikut:

- (1) sudah merasa sanggup untuk di kelola secara mandiri,
- (2) Management Swiss-Bell dipandang sudah tidak banyak berkontribusi banyak terhadap Arion Suite Hotel dan Arion Pramitha Holding Company,
- (3) untuk menghilangkan Fee Management yang harus di bayarkan ke pihak management Swiss-Bell oleh perusahaan, yang seharusnya dana tersebut diniai dapat dilakukan untuk perkembangan Hotel. Peran Public Relation dalam meningkatkan Citra Positif melalui Rebranding Arion Swiss-Bell Hotel menjadi Arion Suites hotel yaitu Ibu Diah selaku Public Relation, tugas dan fungsinya adalah mampu merepresentasikan Arion Suites Hotel dengan baik dan dapat memperkenalkan dengan sangat baik. Selain itu yang menjadi Strategi Marketing

Public Relation Arion Suitess Hotel yaitu selaras dengan teori reputasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, adapun strateginya yaitu dengan menjaga dan meningkatkan tentang :

- 1) kredibilitas yang berarti memberikan pelayanan dalam menjaga kepercayaan, kejujuran atau bisa jadi bagaimana hotel dalam menarik minat hati pelanggan dengan menjual Real produk atau service Hotel Arion.
- 2) membuat citra positif hotel yaitu bagian keamanan (*Security*). dengan menjaga keamanan serta rasa aman bagi pelanggan, mau itu keamanan seperti keamanan penjagaan, ataupun aman dalam hal menjaga *Privacy* data data tamu hotel ketika menginap yang contohnya seperti layanan Incognito dimana tamu tidak mau untuk diketahui keberadaannya selama menginap di hotel oleh siapa pun.
- 3) Kompeten atau keterampilan pekerja pun menjadi bagian penting dalam strategi Arion Suites Hotel dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan dengan selalu meningkatkan keterampilan karyawan dengan melakukan training sebulan dua kali.
- 4) Courtesy/nilai kesopanan, ramah tamah/ Attitude, dalam ruang lingkup Public Relation yaitu selain membentuk pelayanan yang ramah, selain itu dengan membentuk suatu komunikasi yang baik dengan pihak, partner ship, media.

Dan salah satu usaha yang telah dijalankan yaitu dengan pihak internalnya sendiri, Ibu Diah selaku Public Relation Arion Suites Hotel Bandung yaitu dengan menjalinnnya komunikasi secara harmonis serta bekerjasama dengan beberapa

divisi yang terintergrasi dalam tujuan meningkatkan penjualan, pelayanan serta terbentuknya citra positif bagi perusahaan. Selain itu dalam lingkup eksternal dibentuknya komunikasi dengan beberapa mitra hotel, organisasi seperti H3B (Himpunan Humas Hotel Bandung), partnership, media dan lain sebagainya.

Cara yang dilakukan *Public Relation* Arion Hotel adanya *Re-Branding* ini yaitu melakukan silaturahmi dengan beberapa *Partnership*, Media, seperti: TV, Radio, Media Cetak maupun Online, instansi seperti disbudpar atau disparbud, perusahaan yang berhubungan dengan destinasi wisata, CSR (*Corporate Social Responsibility*) maupun *event organizer* yang mampu bekerja sama untuk saling menguntungkan. Seperti barter, semi barter dan semi payment.



5.2. Saran

1. Penelitian yang tahap berikutnya lebih di pelajari lagi tentang teori-teori dan mengembangkan sumber rujukan yang sesuai dengan Membangun Citra Positif melalui *Re-Branding* Hotel khususnya.
2. Penelitian berikutnya mohon dipersiapkan segala kebutuhan yang menunjang guna melaksanakan penelitian dengan benar dan persiapan waktu yang tepat.
3. Penelitian berikutnya agar bisa mempertimbangkan waktu dalam pemilihan lokasi penelitian khususnya, karena lokasi yang peneliti buat ini sangat lumayan jarak nya untuk menuju tempat penelitian, berhubung kampus peneliti di Jakarta maka baiknya mencari tempat penelitian yang dekat saja.
4. Kepada pihak Hotel Arion khususnya agar di kembangkan dan dirawat lagi dalam segi hal fasilitas Hotel nya.
5. Dan kepada para karyawan Hotel Arion Bandung juga supaya meningkatkan dalam segi *Attitude* untuk dalam sapa dengan ramah kepada tamu Hotel maupun tamu yang hanya berkunjung saja, intinya tidak pandang bulu mau siapapun itu.
6. Terakhir mohon kepada para karyawan untuk meningkatkan lagi dalam segi kebersihan khususnya di area umum Hotel dan agar lebih *Aware* lagi.