

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Hotel Rangkayo Basa SofyanInn adalah salah satu perusahaan yang melakukan *branding*. Namun strategi *branding* yang dilakukan belum membangun *image* yang sesuai. Hotel Rangkayo Basa SofyanInn belum dikenal sebagai hotel syariah. Hotel Rangkayo Basa SofyanInn melewatkan beberapa tahapan penting dalam proses Doktrin *BrandStrategy*, yaitu tahapan *brand blueprint* dan *brand promise*.

Hotel Rangkayo Basa SofyanInn tidak memiliki tenaga handal untuk masalah *branding* sehingga melakukan *branding* yang tidak konsisten, baik secara internal ataupun eksternal. Perlu disediakan tenaga profesional dari lulusan Ilmu Komunikasi agar ditangani secara profesional. Dalam pelaksanaan operasional, Hotel Rangkayo Basa SofyanInn melakukannya berdasarkan prinsip Islam, namun dalam tampilan fisik dan yang tampak oleh masyarakat seperti nama *brand*, *tagline*, tidak menampilkan identitas sebagai hotel syariah. Sehingga terjadi bias dalam *branding* Hotel Rangkayo Basa SofyanInn.

5.2 Saran

Terkait dengan strategi *branding* yang dilakukan Hotel Rangkayo Basa SofyanInn sebagai hotel syariah, peneliti dapat memberikan saran antara lain:

1. Melakukan re-*branding*. Perlu pembaharuan dan perubahan dalam sistem Hotel Rangkayo Basa SofyanInn untuk menyesuaikan *branding* internal dan eksternal. *Branding* yang dilakukan secara konsisten tentu tidak akan



menimbulkan kebingungan di dalam benak masyarakat. Artinya, jika Hotel Rangkayo Basa SofyanInn melaksanakan operasional secara syariah, maka aktivitas promosi dan pemasaran harus dilakukan dengan *branding* syariah.

2. Selain perencanaan yang matang dalam melaksanakan strategi *branding*, Hotel Rangkayo Basa SofyanInn juga dapat menjadwalkan pencapaian target agar mampu mengoptimalkan kegiatan promosi dan pemasaran.
3. Perlu pengoptimalan dalam semua elemen komunikasi pemasaran dalam mendukung aktivitas *branding* Hotel Rangkayo Basa SofyanInn. Selain itu, perlu pemanfaatan peluang dalam *branding city* wisata halal dengan menjalin hubungan yang lebih erat dengan pemerintah kota Padang dan provinsi Sumatera Barat.
4. Memaksimalkan penggunaan teknologi, salah satunya media sosial dalam melakukan *update* informasi seputar Hotel Rangkayo Basa SofyanInn sehingga bisa menargetkan pasar yang lebih luas.

