

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Aktivitas event marketing F&B di Hotel Sheraton Surabaya di tiga outlet yaitu La Patisserie, Kafe Bromo, dan Kawi Lounge. Dalam merancang event, penulis aktif membantu dalam proses persiapan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan evaluasi acara. Selama menjalankan kerja praktik, penulis telah belajar langsung untuk merancang dan mempersiapkan konsep acara, meng-*handle* sebuah acara, bertemu dengan klien, bertemu dengan vendor, serta bernegosiasi. Selain itu, penyelenggaraan acara ikut menerapkan konsep marketing mix 7P untuk memberikan pengalaman terbaik, melalui produk, promosi, dan dekorasi yang dikonsep dalam acara Petal Playdate, Little Barista, Bar Takeover, dan perayaan Halloween. Meskipun begitu, masih diperlukan evaluasi acara secara berkala yaitu dengan menghadirkan inovasi konsep melalui bintang tamu, pelayanan, dan hal lainnya. Dengan demikian, penyelenggaraan event marketing di outlet F&B Hotel Sheraton Surabaya tidak hanya menawarkan cita rasa bintang lima tetapi juga pengalaman dan juga *prestige*.

IV.2 Saran

Selama menjalankan kerja praktik di Hotel Sheraton Surabaya dalam waktu tiga bulan, penulis menyadari kekurangan yang dapat diperbaiki diantaranya, yaitu:

1. Penyelenggaraan *event seasonal* dibutuhkan konsep yang unik dalam tiap seasonnya, agar meskipun agenda berulang namun tidak membuat pengunjung jemu. Hal itu bisa melalui pemilihan guest star yang unik, penyajian, dan lain-lain.
2. Selama pre-event hingga production event dibutuhkan komunikasi yang baik dan jelas, baik secara tim internal *event marketing* maupun lintas divisi. Dengan begitu, akan meminimalisir terjadinya miskomunikasi dan mencegah efek domino yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Devlin Evert, F., & Ekadjaja, M. (2024). STRATEGI SALES DAN MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM INDUSTRI PERHOTELAN. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(2), 490–498. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i2.29270>
- Indirwan, M. F., Basalamah, M. R., & Normaladewi, A. (2024). *Pengaruh Event Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Diamond Pada Games Online Mobile Legends*.
- Nurhayaty, M. (2022). STRATEGI MIX MARKETING (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, EOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE) 7P DI PD RASA GALENDO KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Media Teknologi*.
- Putri, N. M., & Akhiruddin, A. (2025). Marketing Mix Strategy To Maintain Sales At Hotel XYZ Gresik Strategi Marketing Mix Untuk Mempertahankan Penjualan Di Hotel XYZ Gresikid 2 *Coresponding Author. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 6, Issue 4). <http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Wolor, C. W., & Sari, D. (2020). *Hospitality*.