

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5. Penutup

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan melalui tahapan sebelumnya dengan melalui analisis lingkungan internal dan eksternal, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matriks Grand Strategy, dan Matriks SWOT menunjukkan apa saja yang menjadi faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang menjadi Peluang dan Ancaman yang dimiliki oleh CV Titian Jaya Travelindo, berdasarkan analisis yang dilakukan ditunjukkan dalam Matriks *Grand Strategy* bahwa perusahaan dalam posisi Kuadran I yaitu perusahaan dalam posisi kompetitif yang kuat, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan yang ada untuk menggapai peluang sehingga ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor internal yang menjadi kekuatan CV Titan Travel adalah sebagai berikut: Struktur Organisasi Jelas, Produk tour yang selalu di perbaharui, Harga tour yang relatif murah dari pesaing, Memanfaatkan teknologi media sosial sebagai media promosi, SDM memiliki pengalaman yang baik di bidang jasa pariwisata, Kualitas pelayanan yang baik terhadap pengguna jasa, Menyusun laporan keuangan sendiri, Memiliki jaringan/mitra yang luas baik nasional dan internasional, dan yang menjadi Kelemahan CV Titan Jaya Travelindo adalah sebagai berikut: Lokasi kantor yang kurang strategis, Promosi yang dilakukan kurang variative, Kurangnya SDM yang tersedia terkadang kewalahan melayani pelanggan., Risiko pekerja freelance yang tinggi, Tidak adanya physical evidence berupa brosur, banner, dan lain-lain, Fasilitas kantor yang minim, Kurang memaksimalkan sistem informasi manajemen.
2. Faktor Eksternal yang menjadi Peluang CV Titan Travel adalah sebagai berikut: Sering diundang dalam acara travel fair, Banyak perusahaan BUMN/Swasta yang melakukan perjalanan dinas, Program KKL dari universitas-universitas yang ada di Kota Palembang, Trend masyarakat untuk berwisata, Sudah memiliki kelengkapan surat perizinan usaha pariwisata,

Adanya penerbangan langsung dari Palembang ke Malaysia dan peningkatan kunjungan wisatawan Malaysia di Kota Palembang, Adanya penggunaan OTA sebagai sarana pemesanan akomodasi dan transportasi, Kepercayaan pengguna jasa CV Titan Travel yang terkadang melakukan repeat order. Kemudian yang menjadi Ancaman pada CV Titan Travel adalah sebagai berikut : Harga tiket transportasi dan akomodasi yang fluktuatif, Maraknya penipuan yang dilakukan oleh tour travel yang tidak bertanggung jawab sehingga berdampak pada penurunan kepercayaan terhadap pengguna jasa tour travel, Banyaknya perusahaan tour travel yang tidak memiliki izin menawarkan paket tour yang lebih murah, Kemunculan OTA memberikan kesempatan penggunanya untuk merencanakan perjalanan sendiri, Teknologi pemasaran yang berkembang seperti media sosial yang menyebabkan produk tour mudah ditiru pesaing, Kebijakan harga yang kompetitif dari setiap perusahaan tour travel.

3. Berdasarkan analisis dengan menggunakan Matriks *Grand Strategy* dan Matriks SWOT maka strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan pada CV Titan Travel dalam menghadapi persaingannya adalah Strategi SO (*strength-opportunity*) yaitu dengan cara Melebarkan wilayah promosi dengan menarik pasar yang lebih besar dan juga melalui acara travel fair yang diselenggarakan, strategi pengembangan pasar dengan cara membuka cabang baru diberbagai daerah diluar dari Kota Palembang, strategi pengembangan produk dengan memberikan eksplorasi wisata baru serta menciptakan gaya produk tour yang baru serta menciptakan produk baru untuk segmen pasar baru. Adapun dalam menghadapi persaingan dengan OTA (Online Travel Agent) yang terus berkembang maka Strategi alternatif yang dapat diterapkan yaitu dengan cara menjaga hubungan yang baik dengan mitra atau pemasok dan juga menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

5.2. Saran

Untuk mendukung strategi yang direkomendasikan penulis kepada CV Titan Jaya Travelindo yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*) dan Strategi Alternatif maka penulis menyarankan:

1. CV Titan Jaya Travelindo untuk mempertahankan kekuatan yang dimiliki dan meminimalkan kelemahan yang ada dengan cara menjalin hubungan yang baik dengan mitra bisnis, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mengintensifkan lagi promosi yang dilakukan, dan selalu berusaha memberikan harga yang murah dan inovasi dari produk jasa perjalanan yang ditawarkan, selain itu juga dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meningkatkan kualitas dan kinerja karyawan, melebarkan wilayah promosi, membuka cabang baru di luar Kota Palembang, serta mengembangkan produk yang ditawarkan dengan memberikan gaya produk tour yang baru bagi pelanggan, dan menjaga kualitas produk yang lama serta kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.