

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan paket wisata pada CV Titian Jaya Travelindo Palembang, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Faktor lingkungan internal yang menjadi kekuatan utama perusahaan adalah menggunakan aplikasi media sosial yang sudah banyak dikunjungi oleh masyarakat. Dan yang menjadi kelemahan utama perusahaan adalah belum aktifnya Titan Travel dalam mengikuti pameran-pameran dibidang pariwisata. Hasil analisis dari matriks IFAS menunjukkan bahwa perusahaan sudah cukup kuat secara internal dalam memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang dimilikinya.
2. Faktor lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang adalah dengan adanya kemajuan dibidang teknologi dan informasi, membuat promosi Titan Travel melalui media sosial semakin berkembang. Dan yang menjadi ancaman utama bagi perusahaan adalah semakin berkembangnya pertumbuhan bisnis di bidang travel agen menyebabkan munculnya pesaing baru. Hasil analisis dari matriks EFAS menunjukkan bahwa perusahaan sudah mempunyai strategi yang baik dengan memanfaatkan peluang yang ada dan mengantisipasi ancaman eksternal.
3. Strategi promosi yang dilakukan oleh Titan Travel mengarah pada bauran promosi periklanan, periklanan dilakukan dengan menggunakan media sosial, seperti *instagram*, *facebook*, dan *website*. Selain itu Titan Travel berada pada diposisi yang mendukung strategi agresif di kuadran 1 yang dimana pada Strategi agresif memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki Titan Travel.

5.2. Saran

Saran yang dapat diberikan kepada CV Titian Jaya Travelindo Palembang adalah sebagai berikut:

1. Menurut hasil matriks IFAS, untuk kekuatan yang paling rendah, sebaiknya Titan Travel memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen, sesuai dengan jumlah pembelian paket wisata tertentu. Sebaliknya, untuk kekurangan sebaiknya Titan Travel memulai untuk aktif dalam mengikuti pameran-pameran dibidang pariwisata seperti *Travel Fair*.
2. Menurut hasil dari matriks EFAS, peluang yang paling rendah pada Titan Travel yaitu sebaiknya Titan Travel melakukan promosi yang lebih baik agar adanya permintaan yang berkelanjutan dari para pelanggan yang sudah menggunakan Titan Travel. Ancaman yang paling tinggi yaitu karena semakin berkembangnya pertumbuhan bisnis di bidang travel agen menyebabkan munculnya pesaing baru maka Titan Travel harus siap dalam membuat strategi yang tepat, seperti lebih mengupayakan untuk memberikan diskon, memberikan pelayanan yang baik, dan memberikan fasilitas yang memadai, agar dapat ditunjang dengan adanya kualitas dari Titan Travel sendiri.
3. Disarankan Titan Travel menerapkan strategi dari matriks swot yang telah direncanakan untuk meningkatkan jumlah penjualan paket wisata, menjalin kerjasama dengan pelanggan dengan cara memberikan bonus berupa parcel, ucapan selamat dengan mengirimkan kartu ucapan kepada pelanggan dan lainnya sebagai cara menjalin kerjasama dengan pelanggan. Titan Travel juga disarankan untuk mampu melakukan pengembangan strategi lain dan mengevaluasi secara rutin terhadap perencanaan strategi yang telah ditemukan dalam penelitian ini.