

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti pada pembahasan sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dari sebuah strategi pemasaran H.Htourtravel dalam meningkatkan penjualan paket wisata, yaitu:

1. Strategi *marketing* yang digunakan oleh biro perjalanan wisata H.Htourtravel ini menggunakan strategi *marketing mix* 4P (*product, price, place, dan promotion*) yang meliputi, strategi produk yakni beraneka macam produk yang dikeluarkan dan ditawarkan ke konsumen, strategi harga yang telah di tentukan dengan kebutuhan pasar dengan fasilitas dan pelayanan yang diutamakan, strategi promosi dengan melakukan cara *advertising, door to door* maupun *publisitas*, namun terkendala stretegi tempat yang memang belum mempunyai kantor yang mudah di akses oleh konsumen.
2. Adapun strategi pemasaran yang tepat guana meningkatkan penjualan berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti yakni meningkatkan kualitas, mutu, dan variasi paket wisata, meningkatkan promosi di media online maupun media offline dengan lebih terkonsep juga efektif dan efisien, meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, dan mengadakan diskon di event-event tertentu.

B. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pemasaran H.Htourtravel dalam meningkatkan penjualan paket wisata yang telah diuraikan oleh peneliti, dengan ini peneliti dapat merekomendasikan saran kepada biro perjalanan wisata H.Htourtravel yakni sebagai berikut:

1. Penguatan SDM, belum mempunyainya karyawan yang bekerja secara tetap (*freelance*) menjadikan kinerja perusahaan belum efektif dan efisien, maka dari itu diperlukannya perekrutan karyawan tetap. Hal ini diharapkan perusahaan akan dapat berjalan sebagaimana mestinya.
2. Penguatan strategi promosi, kuatnya promosi yang gencar dilakukan akan berefek positif pada peningkatan penjualan produk. Maka dari itu perusahaan diharapkan dapat memperkuat strategi promosi sehingga target yang diharapkan dapat tercapai.

3. Pangsa pasar yang sangat luas menjadi sebuah peluang tersendiri bagi perusahaan, maka dari itu diperlukan aneka ragam produk paket wisata untuk klasifikasi pasar tertentu sehingga konsumen dapat memilih paket wisata yang bisa disesuaikan dengan biaya yang diinginkan.
4. Hasil penelitian ini diperlukan sebagai tumpuan untuk peneliti lain untuk membenahi dan melakukan pemugaran seperlunya

