

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Hasil analisis yang telah diuraikan dalam Bab III maka pada bagian akhir penyusunan Laporan Magang ini dapat ditarik kesimpulan tentang strategi pemasaran pada produk wisata CV. Erika Jaya Abadi, yaitu:

1. Produk wisata CV. Erika Jaya Abadi terdapat 3 jenis paket wisata, yaitu Paket Wisata Dalam Negeri, Paket Wisata Luar Negeri dan Paket Wisata Religi.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan CV. Erika Jaya Abadi menggunakan sistem bauran pemasarasan 7P yaitu (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*). Kegiatan promosi yang diterapkan oleh CV. Erika Jaya Abadi meliputi *personal selling, direct marketing, advertising, sales promotion and social media*.
3. Peluang yang dihadapi CV. Erika Jaya Abadi yaitu, di daerah tersebut belum banyak yang membuka usaha biro perjalanan wisata. Usaha biro perjalanan yang ada di daerah tersebut hanya sebatas antar kota saja.

Hambatan yang dihadapi dalam strategi pemasaran produk adalah:

- a). Karyawan atau *marketing* baru yang bukan berasal dari daerah tersebut belum sepenuhnya mengetahui lokasi kantor yang akan dituju.
- b). *Marketing* baru yang belum sepenuhnya memahami tentang produk sehingga kesulitan dalam menyampaikan informasi kepada konsumen.

## 4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan kepada CV. Erika Jaya Abadi antara lain:

1. Produk wisata CV. Erika Jaya Abadi:
  - a. Untuk harga produk terlalu mahal, maka penulis menyarankan untuk mengatur atau memperhitungkan kembali dalam mencantumkan harga.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan CV. Erika Jaya Abadi:
  - a. Di dalam bauran pemasaran yang menjadi permasalahan di sini adalah bagian *place* (lokasi) yaitu suasana kantor yang berisik disebabkan posisi kantor yang dekat dengan jalan raya sehingga mengganggu kenyamanan dalam proses transaksi. Seharusnya ruangan di dekorasi dengan menggunakan dinding yang kedap suara sehingga kebisingan dari luar tidak terdengar dari dalam ruangan.
3. Peluang dan Hambatan yang dihadapi CV. Erika Jaya Abadi:
  - a. Selalu memberikan arahan serta pelatihan kepada *marketing* baru terkait produk wisata.
  - b. Seharusnya *marketing* baru yang bukan berasal dari daerah tersebut dalam mempromosikan produknya, ditemani oleh karyawan lain yang mengetahui lokasi tersebut untuk beberapa hari ke depan hingga *marketing* baru tersebut benar-benar memahami lokasi atau daerah yang akan dituju nantinya.