

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi peningkatan *personal branding* HM *tour* di pasar Bekasi, dapat disimpulkan bahwa HM *Tour and travel* berhasil membangun identitas brand yang kuat melalui pelayanan maksimal dan keunggulan *Tourleader* sebagai elemen utama dalam strategi. Pelayanan HM *tour* menekankan kualitas tanpa batas dengan pelayanan yang ramah, responsif dan profesional menjadi daya tarik dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, serta dalam pemilihan armada, hotel, maupun restoran dengan standar terbaik menjadi faktor pendukung utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. HM *tour* memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang diterapkan pada tim *Tourleader*, yang dimana *Tourleader* memiliki peran krusial dalam membangun citra positif perusahaan, dibekali dengan keterampilan komunikasi yang baik, disiplin, serta kemampuan menyelesaikan masalah dengan cepat.

Personal branding HM *tour* dibantu didukung oleh citra dan kepribadian brand yang kuat, dan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran utama, strategi *branding* berbasis testimoni pelanggan serta konten kreatif di media sosial telah membantu meningkatkan daya tarik HM *tour* di pasar Bekasi. Konsisten dalam melayani dengan penyampaian informasi kepada pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan brand di industri travel yang kompetitif.

Dari hasil triangulasi sumber dan koefisien korelasi pearson menunjukkan bahwa terdapat kesamaan perspektif antara pihak manajemen HM *tour* dan klien mengenai pentingnya pelayanan dan *peran Tourleader* dalam membangun *personal branding*, beberapa narasumber berbeda dalam berpendapat, namun secara keseluruhan menunjukan keterkaitan yang erat dalam upaya meningkatkan strategi *branding* HM *tour*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat menjadi masukan, referensi maupun bahan evaluasi bagi semua pihak yang berkepentingan. Adapun saran berikut diantaranya:

1. Untuk peningkatan pelayanan kualitas *Tourleader*, *HM tour* dapat melakukan pelatihan berkala bagi *Tourleader* untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, manajemen waktu, penanganan keluhan pelanggan, serta penguatan program evaluasi setelah perjalanan untuk memastikan peningkatan kualitas pelayanan dari waktu ke waktu.
2. Penguatan dalam media sosial dan digital marketing, *HM tour* perlu lebih aktif dalam menggunakan media sosial, tidak hanya mengandalkan salah satu media sosial saja, karena untuk menampilkan dokumentasi perjalanan, testimoni pelanggan, konten edukatif mengenai wisata, dengan begitu dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui media strategi pemasaran berbasis *engagement* digital agar lebih menarik perhatian calon pelanggan.
3. Konsistensi dan Inovasi dalam Pelayanan, *HM tour* harus memastikan bahwa pelayanan yang diberikan selalu sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan dengan begitu dapat meningkatkan *fleksibilitas* dalam pelayanan melalui kebutuhan pelanggan tanpa mengurangi standar kualitas pelayanan yang telah ditetapkan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penulis dapat menyarankan untuk menggunakan metode dan instrumen penelitian yang berbeda sehingga peneliti selanjutnya diharapkan mendapatkan hasil temuan yang lebih akurat, mendalam, dan relevan, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang terkait.