

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai strategi komunikasi pemasaran travel wisata PT. Sumber Wisata dalam menarik masyarakat berwisata di era covid-19, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran travel wisata PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip) dalam menarik masyarakat berwisata di era Covid-19 sudah terpenuhi dengan menggunakan teori bauran komunikasi pemasaran dengan konsep 7P (*product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*).
2. Dengan suasana kondisi masih dalam era Covid-19 ini yang sedang berlangsung, semua kegiatan promosi dilaksanakan secara online dan digital. Dengan mempromosikan produk dan layanan jasa, mereka menggunakan media internet seperti Instagram, Whatsapp, Facebook, dan Situs Web. Tidak hanya menggunakan media internet, media konvensional juga ikut melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan spanduk dan menempatkannya di sekitar kantor cabang.
3. Untuk saat ini promosi yang ditawarkan berupa memberi jaminan harga termurah dan diskon penurunan harga tiket paket wisata serta fasilitas pelayanan yang diberikan, promosi seperti ini sangat mendukung untuk

membuat konsumen tertarik menggunakan jasa Travel Wisata PT. Sumber Wisata (Seribu_Trip). Dengan adanya Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan dapat menarik masyarakat berwisata di era Covid-19 ini. Karena adanya harga murah, diskon dan fasilitas pelayanan yang diberikan sangat memenuhi kebutuhan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti hendak menyampaikan saran terkait dengan penelitian yaitu:

1. Sebaiknya perusahaan melebarkan promosi secara bertingkat dan terus – menerus dengan mengembangkan media promosi agar mendapat jangkauan yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualan. Jangan hanya menggunakan media Instagram, Whatsapp, Facebook, Website dan Media Konvensional. Sebaiknya ditambahkan ke media Tiktok, Youtube dan Media massa lainnya.
2. Untuk media promosi sebaiknya terus dikelola dengan lebih baik, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada media online seperti membuat story, upload gambar atau video secara berkala. Sehingga konsumen saat melihat dan mendengar promosi tersebut menjadi tertarik.
3. Perlu adanya kritik dan saran dari konsumen.