

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan dan lampirkan pada strategi pemasaran jasa wisata selancar PT. East West Tour and Travel Padang, maka penulis menarik beberapa kesimpulan yang di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Dalam peningkatan jumlah pelanggan, perusahaan melakukan ekspansi secara langsung untuk mengambil simpati dari berbagai calon kosumen. Bagi perusahaan dengan memiliki kosumen atau biasa disebut tamu yang berasal dari berbagai macam Negara yang berbeda, maka perusahaan menerapkan beberapa strategi pemasaran guna untuk meningkatkan daya tarik bagi setiap calon kosumen.
2. Prosedur strategi pemasaran jasa yang digunakan pada PT. East West Tour and Travel ialah melalui sosial media, guna untuk mendapat perhatian dan ketertarikan dari calon kosumen, juga untuk mengetahui berbagai jasa yang ditawarkan dan keunggulan yang akan didapatkan.
3. Perusahaan menggunakan bauran pemasaran dan mempromosikan perusahaan melalui pelaksanaan periklanan yang terdapat pada situs *web*, aplikasi sosial media berupa Instagram, kerjasama langsung dengan agen *surfcharter*, dan sebagainya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis pada PT. East West Tour and Travel Padang, saran yang dapat penulis berikan bagi perusahaan ialah untuk mempertahankan strategi promosi yang ada. Karena dengan mengingat kendala yang ada, dunia usaha harus terus mengupayakan untuk melakukan inovasi digital, karena promosi dan transaksi saat ini lebih banyak dilakukan menggunakan aplikasi online. Pihak perusahaan juga perlu lebih meningkatkan keterampilan pemasarannya melalui pelatihan pemasaran yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan pemahaman mengenai jasa yang disediakan.

