

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 1. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan hasil rangkuman dari hasil penelitian yang dilakukan.

1. Strategi yang digunakan atau arah kebijakan AZOVA Tour & Travel yaitu Strategi Rapid Growth. Berarti kekuatan AZOVA Tour & Travel lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya, sedangkan peluang yang saat ini dihadapi lebih besar daripada ancamannya.
2. Produk utamanya adalah paket tour ke Jawa dan Bali. Ditambah dengan pelayanan sewa bus dan mini bus. Paket wisata yang dijual antara lain Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Malang dan Bali. Kota ini adalah tujuan utama paket wisata yang dijual saat itu. Namun, satu tahun berikutnya AZOVA Tour & Travel telah mampu melengkapi produknya dengan paket wisata ke kota – kota lain di pulau Jawa, Karimun Jawa, Bali serta Lombok. Berbekal dengan pemahaman bahwa didunia jasa pelayanan dan komitmen berkerja adalah modal dasar mendapatkan loyalitas dari konsumen, konsumen semakin bertambah dengan permintaan yang beraneka ragam.
3. Dalam penetapan harga AZOVA Tour & Travel menentukan harga sendiri. Tidak ada strategi khusus yang bisa dilakukan AZOVA Tour & Travel dalam penentuan harga, yang harga hanya bisa dilakukan adalah

melakukan strategi promosi dan memaksimalkan pelayanan. Harga yang ada di dalam AZOVA Tour & Travel cukup variatif dari berbagai paket tujuan wisata. Untuk bersaing dengan biro perjalanan lainnya, harga yang diterapkan AZOVA Tour & travel terbilang relatif terjangkau untuk kalangan masyarakat.

4. Tempat distribusi yang dilakukan oleh AZOVA Tour & Travel dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen datang ke kantor sehingga konsumen merasa nyaman. Bapak Imam Sugiyanto mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan dalam bentuk menyajikan minuman mineral dan berusaha lebih mendekatkan diri ke konsumen seperti keluarga. Sehingga konsumen merasa dirinya dihargai ketika berkunjung ke kantor AZOVA Tour & Travel.
5. AZOVA Tour & Travel dalam melakukan promosi paket wisatanya dengan cara mendatangi konsumen secara langsung (door to door).
6. Seluruh karyawan AZOVA Tour & Travel harus memiliki rasa semangat yang tinggi, jujur, dan memiliki motivasi yang membangun perusahaan dengan tingkat kinerja yang tinggi. Karyawan AZOVA Tour & Travel harus tau kondisi yang ada dalam suatu perusahaan.
7. AZOVA Tour & Travel juga memasarkan produknya dengan membuat banner dan website khusus yang berisi tentang produk AZOVA Tour & Travel agar orang lain dapat mengenal AZOVA Tour & Travel. Serta bapak Imam Sigiyanto disetiap akhir tahun membuat kaos dan topi yang

melambangkan tentang AZOVA Tour & Travel yang akan diberikan kepada warga atau masyarakat sekitar.

8. Fasilitas – fasilitas oleh pihak AZOVA Tour & Travel sesuai dengan yang ditawarkan dan diminta oleh konsumen. Tidak mengurangi fasilitas yang telah disepakati oleh pihak AZOVA Tour & Travel dengan konsumen. Komunikasi orang – orang AZOVA Tour & Travel pada saat menunjukkan proposal yang ditawarkan harus ramah dan santun agar mendapatkan hasil yang memuaskan.

## 2. Saran

1. Sebaiknya AZOVA Tour & Travel menambah paket tour atau produk wisatanya sampai daerah wisata – wisata diseluruh Indonesia atau sampai ke luar negeri (Internasional). Untuk itu AZOVA Tour & Travel diharapkan menambah kerjasama dengan pihak – pihak yang menyediakan layanan jasa transportasi se-Indonesia.
2. Sebaiknya AZOVA Tour & Travel melakukan pengamatan harga penyedia jasa Tour & Travel di wilayah Surabaya – Sidoarjo agar dapat bersaing dengan perjalanan wisata lainnya.
3. AZOVA Tour & Travel selain mendekati diri kepada konsumen seperti keluarga agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik. AZOVA Tour & Travel seharusnya juga memberikan souvenir atau cinderamata kepada konsumen yang sudah datang ke kantor. Keramah tamahan dalam melayani

konsumen perlu di jaga agar AZOVA Tour & Travel bisa mempunyai tempat khusus dihati konsumen.

4. AZOVA Tour & Travel dapat menambah jumlah karyawan khususnya karyawan bagian marketing. Supaya dapat lebih maksimal dalam memasarkan produk dan juga memasarkan produknya diintansi – intansi diwilayah Surabaya – Sidoarjo.
5. Sebaiknya AZOVA Tour & Travel juga dapat memberikan penghargaan kepada karyawan yang mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan. AZOVA Tour & T ravel juga memberikan pelatihan – pelatihan yang mampu menunjang kinerja karyawan agar dapat bisa berkembang.
6. Seharusnya AZOVA Tour & Travel membuat brosur yang berisi pemasaran tentang produk AZOVA Tour & Travel agar dapat diketahui oleh masyarakat.
7. AZOVA Tour & Travel dapat meningkatkan proses tawar menawar dengan konsumen lebih cepat memberikan keputusan kepada konsumen dan tidak mengurangi fasilitas – fasilitas yang ada.