

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah penulis uraikan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian mengenai promosi yang dilakukan Figotrans Tour and Travel dalam mempromosikan jasa travelnya melalui bauran promosi yang terdiri dari periklanan, penjualan perseorangan, publisitas, promosi penjualan, pemasaran langsung, citra perusahaan, dan sponsorship. Dari ketujuh bauran tersebut salah satu strategi yang digunakan Figotrans dalam melakukan promosi yaitu melalui strategi periklanan.

Dalam mempromosikan Figotrans Tour and Travel, melalui sosial media seperti WhatsApp. Promosi yang dilakukan yaitu dengan cara membuat iklan berupa brosur paket wisata yang disebarluaskan melalui sosial media tersebut maupun melalui *driver online*. Untuk meyakinkan *customer*, Figotrans memasarkan jasa travelnya tersebut dengan menghubungi *customer* tersebut dengan cara memberikan komentar pada *story* WhatsApp *customer* yang kemudian saling berbincang-bincang dalam *chat*, dengan tujuan mengingat bahwa Figotrans masih tetap beroperasi hingga saat ini. Hal tersebut dilakukan supaya *customer* lama menghubungi Figotrans kembali. Selain itu, Figotrans juga menawarkan promo wisata seperti voucher potongan harga, destinasi tempat wisata, serta fasilitas yang didapatkan selama perjalanan.

5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, kesimpulan yang telah dijabarkan penulis, maka saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya adalah:

5.2.1 Saran Akademis

1. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penelitian ini, maka disarankan untuk penulis agar pada penelitian selanjutnya penulis bisa lebih mengeksplorasi data yang akan dikaji dan dengan menganalisis data lebih mendalam.
2. Disarankan bagi penulis selanjutnya yang akan memilih topik serupa agar dapat mengeksplorasi data sehingga dapat meningkatkan kualitas dari data yang diperoleh.

5.2.2 Saran Praktis

Berdasarkan dari kesimpulan data yang telah diperoleh maka penulis memiliki saran yang mungkin dapat membantu pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini:

1. Berdasarkan hasil penelitian dalam memasarkan jasa travel tersebut masih kurang di sosial media, sehingga disarankan agar Figotrans dapat mengembangkan promosinya melalui sosial media lainnya seperti Instagram atau bekerjasama dengan *influencer* sehingga dapat menjangkau calon *customer* lebih luas lagi.
2. Diharapkan Figotrans Tour and Travel tetap menjaga hubungan baik dengan *customer*, sehingga dapat memperluas lagi dalam memasarkan jasa travel tersebut.