

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT. Wins Tour Travel berhasil meningkatkan minat pengguna jasa travel melalui strategi komunikasi pemasaran yang komprehensif. Strategi ini melibatkan pemanfaatan berbagai elemen komunikasi pemasaran, termasuk pemasaran interaktif melalui media sosial (seperti konten video YouTube dan testimoni pelanggan), promosi penjualan yang terencana, hubungan masyarakat yang baik, pemasaran langsung, penjualan personal, pemasaran dari mulut ke mulut, serta penyelenggaraan acara dan pengalaman.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar. PT. Wins Tour Travel telah memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk berinteraksi dengan pelanggan, mempromosikan produk dan layanan, serta membangun citra positif perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu berinovasi dan memanfaatkan teknologi secara efektif akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di era digital ini.

Keberhasilan PT. Wins Tour Travel dalam menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka tidak terlepas dari kemampuan perusahaan dalam memahami pentingnya segmentasi pasar dan menyesuaikan pesan komunikasi dengan target audiens yang tepat. Perusahaan juga mampu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan melalui interaksi yang personal dan responsif, serta memberikan pengalaman perjalanan yang positif dan berkesan.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang efektif merupakan faktor kunci dalam memenangkan persaingan

di industri pariwisata. PT. Wins Tour Travel telah berhasil membuktikan bahwa dengan menerapkan berbagai elemen komunikasi pemasaran secara baik dan berfokus pada kebutuhan dan preferensi pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan minat pengguna jasanya.

5.2 SARAN

- a) Meskipun strategi bauran komunikasi pemasaran berjalan baik, penting bagi PT. Wins untuk terus menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar tidak terjadi kesalahpahaman atau konflik di masa depan.
- b) Selain memanfaatkan media sosial, PT. Wins sebaiknya mempertimbangkan untuk mengeksplorasi saluran pemasaran lainnya, seperti *influencer marketing*, dan kolaborasi dengan platform perjalanan online, serta bisa menggunakan strategi iklan berbayar agar dapat menjangkau audiens melalui berbagai saluran, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan potensial.
- c) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna bagi praktisi pemasaran dan akademisi yang tertarik untuk mengembangkan strategi komunikasi pemasaran yang baik dalam industri *tour and travel*, khususnya dalam meningkatkan minat pengguna jasa melalui pemanfaatan berbagai saluran komunikasi.