

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

PT Jendela Nusantara perusahaan bidang pariwisata yang berspesialis di bidang *event organizer* memiliki kantor pusat di Jalan Sri Gunting II Joho, Manahan, Solo, Jawa Tengah. Walaupun PT Jendela Nusantara berspesialis di bidang *event organizer*, namun PT Jendela Nusantara juga melayani jasa dan produk di bidang pariwisata yang lain seperti *outbond* dan paket wisata. Ada berbagai macam paket wisata yang dimiliki oleh PT Jendela Nusantara. Mulai dari *city tour* sampai *international tourism*. Dalam pembuatan paket wisata, ada dua cara, yaitu *ready made tour* dan *taylor made tour*. *Ready made tour* merupakan paket wisata yang sudah dirancang oleh PT Jendela Nusantara yang siap dilaksanakan, sedangkan *taylor made tour* merupakan paket wisata yang dibuat sesuai kebutuhan calon wisatawan. Paket *ready made tour* yang dimiliki oleh PT Jendela Nusantara antara lain, Paket Wisata Lombok, Paket Wisata Bali, *Outbond for Kids*, "*Amazing Race*", dan masih banyak lagi.

Salah satu paket unggulannya yaitu Paket "*Amazaing Race*", Paket "*Amazing Race*" adalah paket wisata yang berisi kegiatan *city tour* yang digabungkan dengan kegiatan *outbond*. Kegiatan "*Amazing Race*" bertujuan untuk melaksanakan *outbond* dengan cara yang berbeda dan bertujuan untuk menambah wawasan wisatawan di kota terlaksananya "*Amazing Race*".

commit to user

Langkah pertama yang dilakukan dalam menyusun produk jasa tau paket wisata yaitu analisa pasar. Setelah melakukan analisa pasar, kemudian PT Jendela Nusantara melakukan pemasaran secara langsung dan tidak langsung kepada calon konsumen. Pemasaran secara langsung dilakukan agar dapat berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen dan konsumen. Beberapa cara yang digunakan dalam pemasaran secara langsung yaitu :

1. Email Marketing
2. Telemarketing
3. Social Media Marketing
4. Direct Selling

Pemasaran secara tidak langsung dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Bekerjasama dengan biro lain
2. Menggunakan jasa iklan

Kemudian PT Jendela Nusantara melakukan promosi untuk menambah calon konsumen yang akan dijangkau. Promosi dilakukan secara *offline* maupun *online*. Promosi secara *online* dilakukan melalui media *online* seperti *website*, *instagram*, *facebook*, *youtube* dan *twitter*. Kemudian promosi secara *offline* dilakukan dengan cara penawaran secara langsung kepada calon konsumen.

Akan tetapi dalam pemasarannya Paket Wisata “Amazing Race” PT Jendela Nusantara menghadapi beberapa kendala atau hambatan dalam memasarkan Paket Wisata “Amazing Race” yaitu seperti

1. Konsep outbond yang kurang berfokus pada pengembangan diri.
2. Kesalahpahaman dengan relasi biro perjalanan yang lain.
3. Biaya yang tidak sesuai dengan anggaran konsumen.
4. Transportasi yang tidak sesuai dengan anggaran konsumen

PT Jendela Nusantara memiliki solusi untuk kendala atau hambatan di atas yaitu :

1. Memberikan permainan yang melibatkan tempat-tempat penting.
2. Mengirim ulang kembali brosur Paket Wisata “*Amazing Race*” melalui *email* kepada relasi biro perjalanan.
3. Menyesuaikan biaya anggaran yang dimiliki oleh konsumen.
4. Menyesuaikan transportasi yang diinginkan dan dibutuhkan.

B. Saran

Dari kesimpulan tersebut di atas ada beberapa saran yang dapat bermanfaat untuk kemajuan PT Jendela Nusantara :

1. PT Jendela Nusantara merupakan perusahaan bidang pariwisata yang sudah dapat mencukupi kebutuhan konsumennya. Paket wisata yang ditawarkan beragam serta memiliki harga yang sesuai dengan kualitas pelayanannya. Pelayanan PT Jendela Nusantara kepada konsumennya

terkait pelayanan paket wisata perlu dipertahankan supaya konsumen tetap setia kepada PT Jendela Nusantara.

2. Strategi pemasaran hampir semua sudah dilakukan oleh PT Jendela Nusantara dengan sebaik mungkin, namun masih ada kendala dari segi komunikasi dengan relasi biro. Kendala dalam komunikasi dengan relasi biro lain, maka PT Jendela Nusantara dapat meningkatkan komunikasi dengan relasi biro perjalanan wisata agar terjalin kerjasama yang baik. Dan untuk kegiatan promosi PT Jendela Nusantara supaya meningkatkan kegiatan promosinya agar Paket Wisata “*Amazing Race*” lebih dikenal oleh masyarakat luar. Promosi yang dilakukan bisa dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat baik melalui media *offline* maupun *online*.
3. Untuk memperluas promosi Paket Wisata “*Amazing Race*” hingga ke mancanegara maka PT Jendela Nusantara dapat bekerjasama dengan kedutaan Indonesia di luar negeri, pelajar atau mahasiswa yang bersekolah di luar negeri, pelajar atau mahasiswa Indonesia yang mengikuti program pertukaran pelajar, Tenaga Kerja Indonesia (TKI), atau Warga Negara Indonesia (WNI) yang bekerja di luar negeri.
4. Saran untuk peneliti selanjutnya yaitu supaya meneliti tentang pengembangan manajemen sumber daya manusia yang ada di PT Jendela Nusantara.