

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap TX Travel Sunda, terdapat beberapa kesimpulan dan saran yang diperoleh.

6.1. Kesimpulan

Berikut adalah kesimpulan yang penulis dapatkan untuk menjawab pertanyaan yang terdapat pada identifikasi masalah di dalam penelitian, yaitu:

1. Strategi yang digunakan oleh TX Travel Sunda hingga saat ini adalah strategi Fokus pada *market segment* tertentu yang dimaksud dengan *market segmen* tertentu perusahaan adalah pelanggan *corporate* dikarenakan pelanggan *corporate* selalu melakukan transaksi minimal setiap satu bulan satu kali.
2. Keberlangsungan TX Travel dipengaruhi oleh aspek eksternal dan internal. Aspek internal perusahaan diantaranya izin mendaftarkan usaha jasa perjalanan wisata yang sesuai dengan Pasal 6 ayat (1) Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.85/HK.501/MKP/2010, nilai tukar rupiah mempengaruhi harga jual tiket perjalanan, tren seperti berpergian/*travelling* ketika *high season* terjadi, majunya teknologi internet dalam membantu perusahaan menjalankan proses operasionalnya, dan kondisi lingkungan yang tidak dapat diprediksi seperti terjadinya pandemi

covid-19 yang terjadi empat bulan terakhir di tahun 2020 ini. Daya tawar pemasok seperti kesempatan pembeli untuk meminta harga yang ditawarkan perusahaan menjadi lebih rendah, pengaruh daya tawar pemasok sehingga perusahaan mendapatkan harga bahan baku yang tinggi atau rendah, tumbuhnya tingkat pesaing usaha *tour and travel agent*, ancaman dari pendatang baru, dan tumbuhnya industri *tour and travel agent* membuat TX Travel Sunda memiliki banyak produk pengganti.

Pengaruh internal yang mempengaruhi perusahaan adalah aspek produksi, keuangan untuk mengontrol kegiatan keuangan perusahaan, kegiatan pemasaran yang membantu perusahaan untuk memperkenalkan produk nya kepada masyarakat luas, dan aspek SDM (pegawai).

3. Rancangan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk masa yang akan datang adalah strategi *focused low cost*. Pemilihan strategi ini dipilih agar perusahaan dapat menawarkan biaya yang lebih rendah diantara harga para pesaing nya, sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualannya. Keuntungan khusus yang diberikan perusahaan kepada pelanggan *corporate* dilakukan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

6.2.Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada TX Travel Sunda, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, diantaranya:

1. Menawarkan harga yang lebih rendah kepada konsumen korporasi. Sehingga, selain mendapatkan pelayanan khusus (pembayaran secara kredit dan pelayanan selama 24 jam), konsumen korporasi mendapatkan keuntungan yang lebih lagi.
2. Meningkatkan pemanfaatan penggunaan teknologi. Dengan munculnya pesaing dari perusahaan *online ticketing (Online Travel Agent)* yang memudahkan para konsumennya untuk mengakses segala kebutuhannya seperti kebutuhan informasi harga disetiap waktunya yang berubah-ubah, dan memberikan informasi penjualan tiket perjalanan dan penginapan hingga melakukan transaksi secara langsung melalui WebSite yang perusahaan miliki, agar TX Travel Sunda dapat tetap bersaing dengan perusahaan *online ticketing*, maka perusahaan harus memanfaatkan WebSite yang dimiliki secara maksimal karena konsumen belum bisa untuk melakukan transaksi secara langsung melalui WebSite, dan tidak dapat mengakses informasi mengenai *update* harga tiket perjalanan dan penginapan.
3. Mengembangkan kualitas produk menjadi lebih baik sehingga para konsumen selalu tertarik dalam penggunaan produk TX Travel Sunda dan mendapatkan hal baru yang tidak didapatkan

ketika membeli produk perusahaan pesaing. Selain itu pengembangan produk dilakukan agar TX Travel Sunda dapat terus bersaing tidak hanya dalam pemberian harga yang rendah namun dalam pemberian kualitas produk yang baik dan memiliki nilai tambah dalam produk nya dibanding dengan produk yang dimiliki oleh pesaing.

4. Meningkatkan kualitas layanan TX Travel Sunda menjadi lebih efektif dan efisien agar memudahkan proses bisnis antar perusahaan dan konsumen, karena kemudahan yang perusahaan berikan kepada konsumen dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam menaruh kepercayaannya dalam melakukan pembelian ulang produk yang perusahaan miliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Amandar, I. (2019, November 19). *Istilah Musim Libur Low, High, Dan Peak Season Yang Wajib Kamu Tahu!* Diambil kembali dari Bobobox: <https://www.bobobox.co.id/blog/istilah-musim-libur-low-high-peak-season/>
- Antariksa, Y. (2017, Mei 22). *Kenapa Layanan Online Travel Traveloka Makin Melesat?* Diambil kembali dari Blog Strategi + Manajemen: <https://strategimanajemen.net/2017/05/22/kenapa-layanan-online-travel-traveloka-makin-melesat/>
- ardra.biz. (2018). *Teori Fungsi Produksi Satu Input Variabel, Pengertian Contoh Soal.* Diambil kembali dari adra.biz: <https://ardra.biz/ekonomi/ekonomi-mikro/teori-fungsi-produksi/>
- Cahyani, D. R. (2020, Juni 08). *Dampak Corona, 3.05 Juta Orang Terkena PHK Hingga Juni.* Diambil kembali dari Bisnis Tempo: <https://bisnis.tempo.co/read/1350955/dampak-corona-305-juta-orang-terkena-phk-hingga-juni/full&view=ok>
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi.* Jakarta: Salemba Empat edisi 12.
- Dr. Taufiqurokhman, S. M. (2016). *Manajemen Strategik.* Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prof. Dr. Moestopo Beragama.

- Fadhilla, A. S. (2017). PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR PADA. *Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Fransisca. (2018). Porter's 5 Forces. *Information System Laboratory, Binus University*.
- Gunawan, C. E. (2017). ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA PT. OMEGA. *Agora*.
- Gunawan, E. S. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AIR MINERAL PT XYZ. *L MANAJEMEN BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN*.
- Hartati, E. R. (2018, April 22). *Minat Masyarakat unuk Traveling Terus Meningkat*. Diambil kembali dari Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/489364-minat-masyarakat-untuk-traveling-terus-meningkat>
- Hikam, H. A. (2020, Maret 04). *Nasib Agen Travel Diserang Corona: Sudah Jatuh Tertimpa Tangga*. Diambil kembali dari detikFinance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4924765/nasib-agen-travel-diserang-corona-sudah-jatuh-tertimpa-tangga>
- Idtesis. (2018, Desember 19). *Teori Lengkap tentang Strategi Bersaing menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Strategi Bersaing*. Diambil kembali dari Idtesis: <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-strategi-bersaing-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-bersaing/>

- Kho, B. (2018, Juni 4). *Pengertian Strategi dan 3 Tingkatan Strategi dalam Dunia Bisnis*. Diambil kembali dari Ilmu Manajemen Industri: <https://ilmumanajemenindustri.com/pengertian-strategi-3-tingkatan-strategi-bisnis/>
- Kumaran. (2020, Maret 5). *Virus Corona Bikin Bisnis Travel Agent Lesu, Pegawai Diminta Cuti*. Diambil kembali dari Kumaran: <https://kumaran.com/kumaranbisnis/virus-corona-bikin-bisnis-travel-agent-lesu-pegawai-diminta-cuti-1sxvKw724Mm>
- Lantang, T., Soegoto, A. S., & Mandagie, Y. (2018). ANALISIS PENENTUAN STRATEGI BERSAING PADA USAHA PENGOLAHAN IKAN PT.DEHO CANNING COMPANY BITUNG. *EMBA*, 3098.
- Liputan6. (2019, Oktober 29). *Beragam Keuntungan Menjalani Bisnis Travel Agent*. Diambil kembali dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4097480/beragam-keuntungan-menjalani-bisnis-travel-agent#>
- Manajemen Strategi. (2016, Januari 18). *Porter Generic Strategies*. Diambil kembali dari Manajemen Strategi: <http://wismamanstra.blogspot.com/2016/01/porter-generic-strategies.html>
- Parrangan, E. R., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2015). ANALISIS STRATEGI PERUSAHAAN DALAM EKSPANSI PASAR LUAR NEGERI (Studi Kasus Pada PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk dalam Akuisisi Thang LongCement Company di Vietnam). *Administrasi Bisnis*, 3.

Pertiwi, W. K. (2020, 02 20). *Penetrasi Internet di Indonesia Capai 64 Persen*.

Diambil kembali dari Kompas:

<https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen>

Pitoy, C. V. (2016). ANALISIS STRATEGI BERSAING DALAM PERSAINGAN USAHA BISNIS DOCUMENT SOLUTION (STUDI KASUS PADA PT. ASTRAGRAPH, TBK MANADO). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 305.

Prodjo, W. A. (2019, September 05). *Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia*

Tahun 2019 Naik. Diambil kembali dari Kompas.com:

<https://travel.kompas.com/read/2019/09/05/173751627/indeks-daya-saing-pariwisata-indonesia-tahun-2019-naik?page=all>

Qorib, F. (2016, September 24). *Liburan Pakai Jasa Travel Agent? Perhatikan*

Hal Ini. Diambil kembali dari HukumOnline:

<https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt57e530cc87fe9/liburan-pakai-jasa-itavel-agent-i-perhatikan-hal-ini/>

Rasam, F., & Sari, A. I. (2018). Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada

Masyarakat di Desa Jatibaru Cikampek. *Journal of Applied Business and Economics*.

Rohimah, W. S. (2018, Januari 01). *Repository FE UNJ*. Diambil kembali dari

DIVISI MARKETING COMMUNICATION PT JAKARTA EXPRESS UTAMA:

<http://repository.fe.unj.ac.id/7122/1/Lap.PKL%20Wulan%20Siti%20Rohi%20mah%20%288223163954%29.pdf>

Septiyorini, I. (2019). ANALISIS PENGGUNAAN STRATEGI GENERIK TERHADAP KINERJA PADA LEMBAGA PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH DI KOTA MALANG. *WACANA*.

Susanthi, P. R. (2017). ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM MENCAPAI TUJUAN PERUSAHAAN (STUDI KASUS STIE GALILEO BATAM). *Elektronik*.

uinsby. (2018). Strategi dan Analisis SWOT. *uinsby*.

Victoria, A. O. (2020, Maret 20). *Pasar Panik, Rupiah Anjlok ke Rp 16 Ribu per Dolar AS*. Diambil kembali dari Katadata: <https://katadata.co.id/berita/2020/03/20/pasar-panik-rupiah-anjlok-ke-rp-16-ribu-per-dolar-as>

Wahyudi, I. (2017). Konsep Pengembangan Pariwisata. *InspireConsulting*.

Wauran, A. S., Tampangela, H. R., & Samponu, Y. B. (2017). ANALISIS SISTEM INFORMASI STRATEGIS PADA POLITEKNIK NEGERI MANADO. *POSITIF*.

Zuhriyah, D. A. (2019, Oktober 08). *Ekonomi*. Diambil kembali dari Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191008/12/1156777/persaingan-dengan-ota-makin-ketat-bagaimana-nasib-pebisnis-agen-perjalanan-di-indonesia>

