

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Bab 5 Analisa dan Pembahasan, maka penulis menarik kesimpulan dan juga mengajukan beberapa saran sebagai berikut.

6.1 Kesimpulan dari PT. Bhara Wisata

Berdasarkan data dan informasi yang didapat oleh penulis selama melakukan penelitian pada PT. Bhara Wisata mengenai analisis diferensiasi terhadap lingkungan internal dan juga eksternal perusahaan, maka kesimpulan yang didapat adalah :

1. Perusahaan menggunakan strategi diferensiasi agar dapat membuat produk yang berbeda dan menjadi keunggulan mereka dan juga lebih baik dalam mempengaruhi kompetensi dalam berkompetisi dengan perusahaan pesaing lainnya.
2. PT. Bhara Wisata melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui antusias konsumen dari setiap negara berbeda-beda sebelum mawarkan produk rencana perjalanan ke Indonesia.
3. PT. Bhara Wisata mengikuti perubahan dan perkembangan yang terjadi di Negara yang menjadi tujuan pasar mereka, tetapi PT. Bhara Wisata juga tetap mengikuti perkembangan dan perubahan yang ada di Indonesia agar PT. Bhara Wisata tidak tertinggal dengan apa yang terjadi di Indonesia.
4. Dengan mengetahui perubahan dan perkembangan zaman yang ada di Negara tersebut memudahkan PT. Bhara Wisata dalam pembuatan agenda perjalanan untuk negara tersebut.

5. Berdasarkan analisis sumber keunggulan yang dimiliki oleh PT. Bhara Wisata yang ada didalam *value chain* yang dapat dijadikan potensi differensiasi dengan perusahaan lain adalah :

A. Kegiatan operasi yang dilakukan PT. Bhara Wisata adalah membuat agenda untuk perjalanan turis dan juga memenuhi semua keinginan yang diberikan oleh turis agar mereka merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh PT. Bhara Wisata.

B. Layanan yang diberikan oleh PT. Bhara Wisata karyawan yang selalu siap membantu kapanpun dan dimanapun karena mereka bekerja sebagai professional dalam bidangnya selain itu juga karyawan yang bekerja di PT. Bhara Wisata tanggap dan cepat membereskan segala sesuatunya apabila terjadi kesalahan pada saat dilapangan ataupun dikantor. Perhatian penuh diberikan terhadap semua para tamu.

C. Manajemen SDM yang dimiliki oleh PT. Bhara Wisata ini sudah melewati tahap pembinaan dan pelatihan apabila dilihat kinerja karyawan tersebut mulai menurun, selain pembinaan dan pelatihan karyawan yang sudah mulai menurun kinerjanya juga diberikan motivasi agar kembali bersemangat bekerja. Reward dan penghargaan yang diberikan kepada karyawan yang sudah bekerja sangat lama dengan PT. Bhara Wisata ini juga bisa dijadikan motivasi kepada karyawan lainnya.

6. Strategi differensiasi yang dapat direkomendasikan kepada PT. Bhara Wisata berdasarkan hasil analisis menggunakan SWOT Matrix adalah :

- PT. Bhara Wisata memiliki pelanggan yang loyal yang dapat digunakan untuk memperluas pangsa pasar yang dimiliki. Dengan adanya pelanggan yang loyal pemerintah juga terbantu dalam hal

mempromosikan Indonesia juga kultur yang dimiliki oleh Indonesia. Menjaga relasi dengan perusahaan yang membantu dan juga dengan berbagi pihak yang membantu kelancaraan perusahaan.

- Perusahaan harus menjaga kerjasama yang baik dengan pasar yang dituju karena untuk masuk ke pasar tersebut tidaklah mudah sehingga sangat penting bagi PT. Bhara Wisata untuk menjaga dan mengelola kerjasama mereka.
- Dengan hubungan yang baik terhadap pelanggan PT. Bhara Wisata dan juga loyalitas yang diberikan dari pelanggan membuat perusahaan tetap dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya.
- Membuat aplikasi agar dapat bersaing dengan travel agent online. Mengembangkan aplikasi agar dapat mempermudah konsumen dalam mengakses informasi baik mengenai perusahaan ataupun juga mengenai destinasi destinasi tempat wisata yang ditawarkan oleh perusahaan.

6.2 Saran untuk PT. Bhara Wisata

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka strategi yang disarankan penulis mengenai strategi differensiasi PT. Bhara Wisata berdasarkan *value chain* yang dapat dijadikan bahan masukan dan pertimbangan bagi PT. Bhara Wisata adalah :

1. Mengembangkan pasarnya di negara-negara yang memiliki potensi yang besar untuk berlibur ke Indonesia. Perusahaan sebaiknya mencoba untuk masuk kedalam pasar Asia karena pasar yang banyak dituju oleh PT. Bhara Wisata saat ini adalah pasar Eropa.

2. Mulai mencoba untuk membuat website agar memudahkan untuk menarik pasar agar lebih berkembang. Website juga dapat menjadi media pemasaran, media informasi yang lengkap mengenai perusahaan. Selain membuat website membuat *channel* Youtube untuk memperlihatkan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh PT. Bhara Wisata kepada pelanggan yang menggunakan jasanya.
3. PT. Bhara Wisata dapat mengimplementasikan SWOT Matrix ini :
 - Mengembangkan sistem informasi perusahaan agar memudahkan pelanggan untuk mengambil keputusan yang tepat berdasarkan data yang diberikan oleh perusahaan. Mengembangkan produk sesuai dengan keinginan konsumen melalui data yang ada.
 - Perusahaan mulai menjalin kerjasama dengan komunitas yang memiliki antusias tinggi terhadap destinasi berlibur yang ada di Indonesia, seperti komunitas yang suka mendaki gunung, komunitas yang suka mengeksplor lau ataujuga komunitas yang suka bermain *surfing* karena di Indonesia banyak tempat yang dapat didatangi oleh komunitas tersebut.
 - Perusahaan melakukan *brainstroming* terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan juga lingkungan disekitarnya, dengan melakukan hal itu perusahaan dapat sellau memenuhi kebutuhan konsumen yang mudah berubah.
 - Perusahaan mulai mengembangkan aplikasi agar dapat mempermudah konsumen dalam mengakses informasi baik mengenai perusahaan ataupun juga mengenai destinasi destinasi tempat wisata yang ditawarkan oleh perusahaan.

Daftar Pustaka

- David, F. R. (2007). *Strategic Management Concepts and Cases*. California: Prentice-Hall.
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pearce II, J. A., & Robinson Jr., R. B. (2014). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, P. D. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Hutabarat, J & Huseini, M. (2018) *Strategi Terpadu Komprehensif Stimulan*. Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- Porter, Michael, E. (1994) *Keunggulan Bersaing (Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul)*. Alih Bahasa Binarupa Aksara, Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fontana, A. (2011). *Innovate We Can*. Jakarta: Cipta Inovasi Sejahtera.
- Glueck, & Jauch. (1990). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Ortt, R., & Duin, P. A. (2006). Innovating the Innovation Process. *International Journal of Technology Management*, 390.

Internet

- Kunjungan Wisatawan Mancanegara yang Datang ke DKI Jakarta dan Indonesia*. Retrived from <https://data.go.id/dataset/kunjungan-wisatawan-mancanegara-yang-datang-ke-dki-jakarta-dan-indonesia>. Pada tanggal : 27 Maret 2018
- Pelemahan Rupiah Berdampak Positif ke Sektor Pariwisata*. Retrived from <https://www.viva.co.id/arsip/598701-pelemahan-rupiah-berdampak-positif-ke-sektor-pariwisata>. Pada tanggal : 14 Oktober 2018
- Badan Pusat Statistik*. Retrived from <https://www.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab5>. Pada tanggal 27 Maret 2018

Menpar: Dolar Menguat Untungkan Sektor Pariwisata (2015, Agustus 26)
Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/514518/menpar-dolar-menguat-untungkan-sektor-pariwisata> . Pada tanggal 26 November 2018

Ketika OTA Mendisupsi Travel Agent (2018, Juli 17) Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/read187696/ketika-ota-mendisupsi-travel-agent.html>. Pada tanggal 26 Desember 2018

Cahya, K. D (2018, Juli 9) *Secara Global, Tingkat Stress Orang Indonesia Disebut Paling Rendah.* Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/07/09/193000820/secara-global-tingkat-stres-orang-indonesia-disebut-paling-rendah>. Pada tanggal 15 Januari 2019