

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Simpulan

Simpulan berdasarkan penelitian ini yaitu pertama untuk mengetahui *insight* pada PT. Go Online Destinations. Hasil yang diperoleh peneliti ialah PT. Go Online Destinations melakukan pencarian *insight* dari berbagai aspek suatu kondisi. *Insight* diperoleh PT. Go Online Destinations dari kondisi pasar, pesaing, pelanggan serta merek PT. Go Online Destinations sendiri.

Dari analisa keempat kondisi yang terjadi saat ini, PT. Go Online Destinations memperoleh beberapa *insight* seperti mayoritas masyarakat Indonesia dengan golongan kelas menengah, perubahan pola masyarakat berubah, penggunaan *smartphone* yang semakin tinggi, masih belum banyak masyarakat yang menggunakan *online travel agent*, jumlah pengguna kartu kredit bertambah, perluasan lini produk dan penggunaan fitur baru pada pesaing serta keunggulan yang dimiliki PT. Go Online Destinations sendiri.

Tujuan yang kedua yaitu untuk mengetahui implementasi *Problem-Advantage* PT. Go Online Destinations pada *Intent Formulation Flow*. PT. Go Online Destinations mengelompokkan elemen-elemen yang termasuk dalam kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang. *Insight* yang termasuk dalam ancaman yaitu pesaing yang memiliki modal yang kuat serta masyarakat yang mulai banyak yang berani menggunakan kartu kredit.

Insight yang termasuk dalam kelemahan yaitu pesaing yang memiliki *mobile application*. *Insight* yang termasuk dalam peluang ialah golongan kelas masyarakat yang sesuai dengan fokus perusahaan, perluasan lini produk pesaing, peraturan pemerintah yang baru, menciptakan fitur *pop-up message* yang lebih kreatif, tambahan pilihan metode pembayaran serta *online travel agent* yang menjawab kebutuhan masyarakat.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam *insight* juga ditemukan kekuatan yang menjadi senjata PT. Go Online Destinations yaitu daftar hotel PT. Go Online Destinations dengan harga yang terbaik, keamanan pelanggan atas pilihan metode pembayaran, antusiasme *loyalty program* serta pelayanan reservasi *offline* yang dimiliki untuk menjawab kebutuhan masyarakat.

Tujuan yang ketiga yaitu untuk mengetahui *communication objective* pada PT. Go Online Destinations dimana sebelum menentukan *communication objective*, PT. Go Online Destinations harus merumuskan arahan pemasaran yang datang dari penyelesaian masalah dan pendayagunaan keuntungan yang dimiliki oleh perusahaan.

Dari hal tersebut dapat ditentukannya tujuan komunikasi PT. Go Online Destinations menjadikan pelanggan mengetahui bahwa “reservasi hotel masyarakat Indonesia yaitu reservasi hotel pada PT. Go Online Destinations sebagai *online travel agent* lokal dengan memberikan harga terbaik dengan berbagai pilihan metode reservasi serta pembayaran yang memudahkan pelanggan” yang selaras dengan tujuan utama PT. Go Online Destinations yaitu “No. 1 *Online Travel Booking* in Indonesia”. Dalam menentukan *communication objective* yang solid dan tajam perlu dilakukan tahapan-tahapan yang menghasilkan data yang dilatarbelakangi dengan fakta yang jelas karena *communication objective* merupakan dasar sebelum strategi komunikasi pemasaran terintegrasi disusun dan dilakukan.

B. Saran

1. Saran Akademis

Penelitian ini bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti model komunikasi pemasaran terpadu Dwi Sapta lebih lanjut dari perspektif model sebagai sebagai sebuah model yang utuh dalam kaitannya dengan implementasi bagi industri bisnis pariwisata.



2. Saran Praktis

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dalam sisi aplikasinya, perusahaan lainnya dapat mengimplementasikan model komunikasi pemasaran terpadu Dwi Sapta sebagai tahapan awal pengembangan suatu strategi komunikasi pemasaran terintegrasi sebelum perusahaan mengeksekusi suatu strategi komunikasi pemasaran terintegrasi.

Bagi PT. Go Online Destinations, peneliti menyarankan untuk melakukan tahapan analisa masalah dan keuntungan yang sudah dilakukan secara periodik pada setiap analisa masalah dan keuntungan yang akan dilakukan selanjutnya untuk memastikan bahwa relevan atau tidaknya hasil analisa yang telah dilakukan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.