

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan paparan hasil penelitian yang peneliti sajikan pada hasil sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasaran yang dilakukan PT Graha Nirwana Wisata Tulungagung merupakan kegiatan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi sangat penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing dari waktu ke waktu yang semakin meningkat, para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya. Untuk itu PT Graha Nirwana Wisata yang saat ini telah memiliki jenis bisnis yang telah dilakukan akan terus melakukan pemasaran kepada masyarakat supaya tidak kalah saing dengan perusahaan sejenis. Pemasaran yang dilakukan mempertimbangkan segala hal termasuk produk harga dan promosi, sehingga kualitas produk juga tetap dijaga dan dipertahankan bahkan dikembangkan. Pada dasarnya, strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Disini PT Graha Nirwana menempatkan usahanya ditempat yang benar-benar telah

diperhitungkan sebelumnya yakni terletak dipusat kecamatan yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat pengguna jasa transportasi.

2. Penerapan strategi pengembangan produk guna meningkatkan daya saing yang dilakukan PT Graha Nirwana Wisata dilakukan dengan memodifikasi produk yang telah ada sebelumnya yang didasarkan pada kebutuhan dan permintaan nasabah yang selanjutnya dikembangkan menjadi produk baru yang lebih menarik dan berkualitas. Dalam menerapkan strategi pengembangan produk dan fasilitas, PT Graha Nirwana Wisata melakukan tahap-tahap penting yakni antara lain tahap pengumpulan gagasan mengenai perkembangan usaha dibidang transportasi seperti bus-bus model terbaru, penyaringan gagasan, pengujian dan pengembangan konsep, pengembangan strategi pemasaran untuk memperlebar usaha dilakukan dengan promosi melalui media sosial untuk mempermudah pelanggan mendapatkan informasi, analisis usaha, pengembangan produk dilakukan seperti halnya fasilitas dalam bus ditambahkan wifi dan lain-lain, pengujian pasar, serta yang terakhir tahap komersialisasi.

B. Saran

1. Bagi PT Graha Nirwana Wisata diharapkan hasil dari penelitian ini sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi PT Graha Nirwana Wisata untuk mengambil langkah dalam perencanaan strategi selanjutnya guna meningkatkan daya saing.
2. Bagi IAIN Tulungagung diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumbangan perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung.

3. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian lanjutan dengan tema yang sama, tetapi dengan model dan teknis analisa yang lain. Sehingga dapat dilakukan proses verifikasi demi kemajuan ilmu pengetahuan.