BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Menara Suci

   Posisi *Tour and Travel* dalam matrix IE berada dalam posisi strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal atau *stability* profit strategi. Dan dijelaskan juga dalam diagram SWOT Menara Suci berada dalam kuadran 3 yang berarti perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar tetapi dilain pihak ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

2. Shafira

   Posisi yang dimiliki Shafira yaitu berada dalam posisi strategi stabilitas pada matrix IE yang berarti merupakan jenis strategi yang diterapkan oleh perusahaan dengan melayani kebutuhan masyarakat dengan menyediakan produk atau jasa untuk mempertahankan posisi perusahaan. Dan untuk posisi dalam diagram SWOT Shafira berada dalam kuadran 1 yang berarti memiliki situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

1. Menara Suci

Sebagai perusahaan dalam bidang jasa disarankan untuk pihak pengelola membuat visi dan misi agar lebih terarahkan dengan jelas bagaimana perusahaan akan berjalan. Karena kurangnya pengembangan usaha maka penulis menyarakan strategi-strategi yang dapat dilakukan yang dapat membantu dalam pengembangan usaha yang dilakukan. Adapun strategi tersebut sebagai berikut :

Tabel 5.1
Strategi Menara Suci

Strategi S-O : 1. Menjalin hubungan kerja sama yang dapat menguntungkan 2. Meningkatkan kinerja perusahaan	Strategi W-O : 1. Merekrut pegawai yang sesuai dengan bidang 2. Melakukan kegiatan promosi guna meningkatkan pangsa pasar
Strategi S-T : 1. Meningkatkan pangsa pasar 2. Meningkatkan promosi	Strategi W-T : 1. Mengembangkan usaha 2. Memberikan SDM penguasaan tentang teknologi

2. Shafira

Shafira *Tour and Travel* sebagai pendatang baru diwilayah GKB Gresik yang mulai berdiri pada tahun 2010. Travel ini sudah cukup baik dalam pengembangan dan juga penataan strategi yang telah dilakukan yang telah dibuat oleh kantor pusat. Sehingga penulis hanya menyarankan beberapa strategi alternatif yang bisa digunakan Travel Shafira cabang GKB Gresik. Adapun strategi tersebut sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 5.2
Strategi Shafira

Strategi S-O : 1. Mengembangkan produk yang sudah ada 2. Memperluas promosi	Strategi W-O : 1. Meningkatkan promosi
Strategi S-T: 1. Membuat strategi promosi baru	Strategi W-T : 1. Mengoptimalkan pemasaran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id