

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari data analisis yang diperoleh peneliti dalam Strategi Promosi PT. Samira Ali Wisata dalam Meraih Rekor Muri pada Masa pandemi adalah:

1. Strategi promosi PT. Samira Ali Wisata dalam meraih Rekor MURI pada masa pandemi menunjukkan pendekatan yang tepat untuk mengoptimalkan dampak positif dari prestasi tersebut, meskipun dihadapkan pada tantangan dari kondisi pandemi Covid-19. Dengan memanfaatkan media sosial, kampanye online, kemitraan strategis, liputan media, acara promosi, dan promosi khusus, perusahaan berhasil meningkatkan eksposur dan reputasinya. Strategi ini tidak hanya meningkatkan citra perusahaan dan daya tarik pelanggan potensial, tetapi juga membuktikan kemampuan adaptasi dalam menghadapi situasi yang sulit seperti pandemi. Dengan demikian, PT. Samira Ali Wisata berhasil menunjukkan komitmen terhadap inovasi dan kualitas dalam industri pariwisata, memperkuat posisinya sebagai pemimpin di bidangnya.
2. Dampak dari strategi promosi PT. Samira Ali Wisata setelah meraih Rekor MURI menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan citra perusahaan dan memperluas pengaruhnya di pasar pariwisata.

Prestasi ini tidak hanya memberikan eksposur luas melalui liputan media dan promosi online, tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan sebagai yang inovatif dan unggul. Strategi promosi yang efektif seperti penggunaan media sosial, kemitraan strategis, dan acara promosi telah membantu menarik perhatian publik dan meningkatkan minat dari berbagai pihak, termasuk pelanggan potensial dan mitra bisnis. Dengan demikian, PT. Samira Ali Wisata telah berhasil memanfaatkan pencapaian Rekor MURI sebagai momentum positif untuk memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisinya di industri pariwisata.

B. Rekomendasi

Dilihat dari penelitian yang sudah dilakukan maka peneliti memberikan rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan dan masukan tanpa mengurangi rasa hormat untuk pihak PT. Samira Ali Wisata yaitu:

1. Bentuk kemitraan dengan influencer atau tokoh industri pariwisata untuk meningkatkan visibilitas perusahaan. Influencer dapat membantu memperluas jangkauan audiens target yang lebih luas dan meningkatkan minat terhadap produk atau layanan wisata.
2. Fokus pada promosi lokal dengan menargetkan audiens di daerah sekitar atau lokal. Ini dapat dilakukan melalui iklan online berbasis geografis, kerjasama dengan media lokal, atau penyelenggaraan acara komunitas.

Dengan mengadopsi strategi-promosi yang berfokus pada inovasi, kreativitas, dan responsif terhadap kondisi pandemi, PT. Samira Ali Wisata

dapat berhasil memanfaatkan pencapaian Rekor MURI sebagai pendorong pertumbuhan dan keunggulan kompetitif di pasar pariwisata.