

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 KESIMPULAN

Melalui perolehan hasil penjabaran data, analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulan yang dapat di sajikan penulis sesuai dengan rumusan masalah yang dicari, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden, *Knowledge Management* pada Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung saat ini dapat diasumsikan cukup baik, diukur menggunakan 4 item pernyataan dengan menggunakan 4 indikator. Skor terendah yaitu indikator identifikasi pengetahuan, diindikasikan terdapat permasalahan yang harus diperbaiki pada indikator identifikasi pengetahuan yang masih tergolong kategori cukup baik. Hal tersebut disinyalir tenaga kerja pada Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung yang ditempatkan merupakan *fresh graduate* untuk mempermudah pengaturan penempatan karyawan. Namun, karena kurangnya pengalaman, karyawan kurang mengerti proses dan prosedur yang harus dilalui sehingga tingkat turn over karyawan tinggi dan menghambat produktifitas perusahaan.
2. Berdasarkan tanggapan responden, Inovasi Produk pada Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung saat ini dapat diasumsikan cukup baik, diukur menggunakan 5 item pernyataan dengan menggunakan 4 indikator. Skor terendah yaitu indikator duplikasi, diindikasikan terdapat

permasalahan yang harus diperbaiki pada indikator duplikasi yang masih tergolong kategori cukup baik. Hal ini disebabkan banyaknya pesaing pada Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung, kompleksitas produk berupa jasa yang dihasilkan perusahaan yang berhubungan dengan segmentasi pasar utamanya yang merupakan *business-to-business* serta perkembangan teknologi informasi dan tingginya penggunaan internet mengakibatkan informasi mengenai pariwisata dapat diakses oleh calon pembeli maupun oleh kompetitor sehingga mudah untuk diduplikasi.

3. Berdasarkan tanggapan responden, Keunggulan Kompetitif pada Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung saat ini diasumsikan baik, diukur menggunakan 3 item pernyataan dengan menggunakan 3 indikator. Skor terendah yaitu indikator harga bersaing, diindikasikan terdapat permasalahan yang harus diperbaiki pada indikator harga bersaing yang tergolong kategori cukup baik. Hal tersebut disinyalir karena harga produk yang ditawarkan perusahaan tidak lebih rendah dibandingkan dengan produk serupa yang ditawarkan perusahaan lain. Dengan alasan, perusahaan Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung telah memiliki segmentasi pasar tertentu, sehingga perusahaan menolak untuk menurunkan harga. Namun, kondisi pasar terus berubah, perusahaan kesulitan untuk menjangkau segmentasi pasar yang lain dan tidak mampu membuka segmentasi pasar yang baru karena calon konsumen kurang tertarik dengan harga yang terlalu tinggi, mengakibatkan turunnya jumlah konsumen yang

dimiliki perusahaan dan turunya keuntungan perusahaan akibat produk kalah saing dengan kompetitor.

4. *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, artinya terdapat pengaruh antara *Knowledge Management* terhadap keunggulan kompetitif.
5. *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap inovasi produk. Maka, semakin baik *Knowledge Management* yang dimiliki oleh Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung, akan mempengaruhi inovasi produk yang lebih baik dan sebaliknya.
6. Inovasi produk berdampak positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif.
7. Secara tidak langsung melalui inovasi produk, *Knowledge Management* berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif. Hal ini berarti bahwa, pengaruh *Knowledge Management* terhadap keunggulan kompetitif akan semakin tinggi apabila inovasi produk memediasi.

## **5.2 SARAN**

Berdasar pada kesimpulan yang dipaparkan sebelumnya, selanjutnya penulis akan menuliskan saran dan masukan bagi pihak manajemen yang diharapkan dapat menguntungkan bagi manajemen Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung, sebagai berikut :

1. Rekapitulasi tanggapan responden mengenai *Knowledge Management* pada Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung perlu diperhatikan, terutama pada indikator Identifikasi Pengetahuan yang tergolong kategori cukup baik/sedang. Mempekerjakan tenaga kerja yang cukup berpengalaman patut untuk dipertimbangkan agar tingkat *turn over* pada perusahaan dapat ditekan, sehingga produktifitas perusahaan tidak terhambat dan operasional dapat berjalan dengan lancar.
2. Rekapitulasi tanggapan responden mengenai Inovasi Produk pada Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung perlu diperhatikan, terutama pada indikator Duplikasi yang tergolong kategori cukup baik/sedang. Banyaknya pesaing pada bisnis serupa memang tidak dapat dihindari dan menimbulkan persaingan tidak sehat, akan tetapi menciptakan produk yang lebih unggul dengan melakukan strategi diferensiasi dan inovasi diharapkan dapat menekan celah masuknya pesaing baru dengan membuat paket wisata yang sesuai dengan *seasonal* atau musim liburan sesuai kebutuhan pelanggan. Menerapkan strategi *marketing mixed of 4P's* untuk keunggulan kompetitif perusahaan melalui manajemen pemasaran dengan menempatkan produk yang tepat, dengan harga yang tepat, di tempat yang tepat dan pada waktu yang tepat.
3. Rekapitulasi tanggapan responden mengenai Keunggulan Kompetitif pada Biro Perjalanan Wisata Industri Pariwisata Kota Bandung perlu diperhatikan, terutama pada indikator Harga Bersaing yang tergolong kategori cukup baik/sedang. Dalam hal ini, lebih baik membagi pasar

menjadi kelompok pembeli yang lebih kecil dengan kebutuhan yang berbeda, karakteristik yang berbeda, atau perilaku yang mungkin memerlukan produk atau bauran pemasaran terpisah patut dipertimbangkan mengingat segmentasi pasar pada Biro Perjalanan Wisata dengan pasar utama *business-to-business* dan kemudian *business-to-consumer* yang jelas memiliki kompleksitas produk dan karakter pasar yang berbeda, sehingga perusahaan dapat menjangkau segmentasi pasar yang lain dan mampu membuka segmentasi pasar yang baru.