

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya, penulis dapat menarik beberapa Kesimpulan yaitu bauran pemasaran/mix 5p yaitu dari segi produk, harga, tempat, promosi, dan orang (SDM), PT. Sahabat Wisata Iman Sukoharjo menawarkan paket yang bervariasi mulai dari paket promo, regular dan VIP, menetapkan harga yang bermacam-macam untuk dapat dipilih sesuai kebutuhan masyarakat. PT. Sahabat Wisata Iman Sukoharjo memilih tempat yang strategis untuk pembukaan kantor cabang. Menerapkan strategi promosi dengan berbagai cara, yang pertama yaitu memprioritaskan dalam melibatkan banyak tokoh agama atau masyarakat. Kedua, media cetak seperti brosur, dan ketiga, media dan layanan sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube. Memberikan pelayanan prima kepada jamaah. Namun dalam mengoptimalkan strategi pemasaran mix 5P masih perlu ditingkatkan lagi untuk pemasaran pada platform online, meskipun sudah ada akun media sosialnya, tapi belum ada staf khusus bagian media sosial. Sehingga penggunaan teknologi dalam pemesanan dan pembayaran masih terbatas dan belum sepenuhnya efisien.

i. Implikasi

Pemasaran mix 5p memberikan pemahaman mendalam mengenai macam-macam cara/strategi pemasaran, implikasinya, dengan produk

(*product*) yang bermacam-macam, sehingga customer bisa memilih produk sesuai dengan keinginan mereka. Penyesuaian harga (*price*) yang kompetitif dengan biro lain, dan dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat, maka produk akan terjual dengan maksimal. Memaksimalkan promosi (*promotion*) melalui media sosial dan iklan agar mudah dijangkau lebih luas lagi. Untuk tempat (*place*) yang strategis untuk memudahkan akses jamaah. Peningkatan kualitas pelayanan (*people*) melalui pelatihan untuk staf-staf.

ii. Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada PT. Sahabat Wisata Iman Sukoharjo pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah yaitu:

1. Penguatan sistem penjualan online. Dengan meningkatkan fasilitas pemasaran dan pembayaran melalui website dan aplikasi mobile untuk mempermudah calon jamaah dalam melakukan transaksi secara online.
2. Tetap menjaga kualitas pelayanan yang baik antar staff, calon jamaah dan juga alumni jamaah.
3. Diversifikasi paket dan fleksibel harga: Menawarka lebih banyak pilihan paket dengan harga yang lebih fleksibel dan akses mudah untuk kalangan ekonomi.
4. Menambah jumlah SDM yang berkualitas sesuai bidangnya.
5. Optimal promosi digital: Memperkuat promosi melalui media sosial. Menggunakan iklan berbayar, dan melibatkan content creator atau influencer untuk menjangkau lebih banyak calon jamaah.

6. Pelatihan staf dalam teknologi dan pelayanan: Meningkatkan pelatihan bagi staf dalam hal penggunaan teknologi digital serta pelayanan kepada jamaah agar lebih optimal dalam memenuhi harapan pasar.