

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manajemen pemasaran biro perjalanan haji dan umrah pada PT. Wahdan Sabilana di Banjarmasin.
 - a. Produk adalah barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Adapun Produk-produk umrah yang ditawarkan oleh PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, adalah umrah reguler dan umrah plus.
 - b. Harga merupakan komponen pemasaran yang langsung mempengaruhi persepsi konsumen, berdasarkan harga yang ditentukan PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin Program umrah pada dasarnya bergantung pada fasilitas dan musimnya (waktunya di awal, pertengahan, akhir dan liburan). Jadi yang membedakan tersebut adalah fasilitas yang diterimanya, musimnya, lama perjalanan dan jumlah orang (sendiri, berdua, kelompok dan keluarga).

- c. Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi sehingga barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen, untuk meningkatkan jamaah bisa mendapatkan jamaah baru atau mempertahankan jamaah. Dalam proses distribusinya telah mempersiapkan sistem dan pendukung diantaranya, mempunyai daftar alumni jamaah atau calon jamaah bisa dikatakan referensi alumni dan data profesi pekerjaan jamaah, Data jamaah yang akan ditelfon atau dikunjungi.
 - d. Promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk. Tetap memperhatikan pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan jamaah, karena yang menjadi prioritas adalah kepuasan para jamaah sehingga mereka akan secara tidak langsung memasarkan produknya kepada pasar PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin Mempunyai pemasaran yang berbeda yaitu, melakukan promosi melalui instansi atau dengan alumni dan jamaah PT. Wahdan Sabilana serta para pembimbing dan dengan membuat media elektronik untuk dipromosikan serta ditawarkan kepada calon jamaah.
2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Proses Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umrah pada PT. Wahdan Sabilana di Banjarmasin.
 - a. Faktor pendukung

Kekuatan yang dimiliki PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah terletak pada program solusi yang tidak dimiliki travel lain. Dalam konsep PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin memiliki solusi yang dapat memudahkan orang lain untuk

berangkat umrah. Masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah umrah tidak harus melakukan pembayaran Cash, namun ada program solusi yang diawali dengan Setoran Awal (DP) USD.600 per orang, anda sudah terdaftar sebagai Jamaah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Situasi yang menjadi peluang dan dapat memberikan perkembangan bagi PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin dimasa depan adalah pasar yang berkembang. Sejak PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin menawarkan program umrah kepada berbagai perusahaan dan instansi serta ditambahnya jumlah jamaah umrah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin semakin meningkat khususnya pada umrah reguler by Garuda Indonesia.

b. Faktor penghambat

Kelemahan yang dimiliki PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin saat ini adalah produk yang tidak dapat dibedakan dengan produk kompetitor karena sama-sama menawarkan jasa perjalanan ibadah haji dan umrah, beberapa kelemahan PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin. Travel yang baru berdiri sehingga belum terlalu dikenal oleh konsumen. Karyawan juga tidak memiliki pengalaman dan latar belakang pendidikan dibidang biro perjalanan tour dan travel.

Ancaman datang dari luar perusahaan dan dapat mengancam eksistensi perusahaan dimasa depan. Ancaman yang dimiliki oleh PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin saat ini adalah kompetitor baru di area yang sama, persaingan harga dengan kompetitor, kompetitor mengeluarkan produk jasa baru yang inovatif dan pembatasan kuota dari Pemerintah. Arahan untuk mempertahankan kekuatan dan

menambah keuntungan dari peluang yang ada sekaligus mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.

B. Saran

Dari penelitian yang penulis lakukan pada PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin maka dapat disampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat antara lain:

Bagi PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin disarankan agar selalu membenahi diri dalam pemasaran agar perusahaan menyadari pentingnya pemasaran. Mempertahankan sistem pemasaran dalam merekrut calon jamaah, sehingga perkembangan jumlah jamaah semakin meningkat. Meningkatkan jumlah jamaah dengan pemasaran yang lebih baik untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu produk yang ditawarkan. Meningkatkan hubungan dengan jamaah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan untuk jamaah, agar tetap mendapatkan prioritas dan dukungan kerja sama yang baik terutama dari sisi promosi penjualan produk tersebut.