

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini terkait dengan strategi promosi PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan dalam menarik minat jemaah umrah tahun 2022 maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi promosi PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan telah memakai elemen-elemen bauran promosi dan disetiap elemen tersebut PT Ameera Mekkah Travel mempunyai cara tersendiri dalam promosinya. Hasil promosi dari elemen-elemen itu banyak memperoleh jemaah untuk PT Ameera Mekkah Travel yaitu sekitar 775 orang. Adapun elemen-elemen bauran promosi yang dipakai tersebut adalah periklanan, *personal selling* (penjualan perorangan), *sales promotion* (promosi penjualan), hubungan masyarakat, *direct marketing* (pemasaran langsung), *internet media* dan informasi dari mulut ke mulut. Dari tujuh elemen tersebut yang lebih dominan adalah strategi promosi yang ada dalam penjualan perorangan karena lebih banyak mendapatkan jemaah dengan strategi tersebut. Adapun strategi yang lain masih kurang dalam menarik minat jemaah umrah dan perlu dioptimalkan dan dikembangkan dengan baik.

2. Faktor pendukung dalam promosi PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan diantaranya adalah Lokasi yang strategis, terakreditasi A, visa dicetak sendiri oleh PT Ameera Mekkah, banyak testimoni kepuasan jemaah terhadap pelayanan yang diberikan PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan, telah memiliki izin resmi dari kementerian agama sehingga calon jemaah tidak takut lagi dengan travel bodong, pembimbing yang disiapkan telah berpengalaman di bidangnya, mempunyai agen-agen yang tersebar di seluruh kalsel sehingga tidak susah payah untuk ke kantor untuk mendaftar.

Sedangkan faktor penghambat promosi PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan adalah banyaknya travel yang melakukan promosi serupa, adanya persaingan harga serta fasilitas yang diberikan, kurangnya respon masyarakat ketika promosi sehingga perlu usaha lebih ekstra dalam promosi agar diterima oleh masyarakat.

B. Saran-saran

Setelah melakukan penelitian di PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan tentang strategi promosi PT Ameera Mekkah Travel dalam menarik minat jemaah umrah tahun 2022, kemudian peneliti memberikan saran yang dapat dimasukkan baik kepada pihak pimpinan

travel atau tim pemasaran PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan, antara lain sebagai berikut :

1. Kepada pihak travel, promosi yang telah digunakan dalam menarik minat jemaah umrah harus dioptimalkan dengan baik. Mungkin saat ini strategi yang dipakai melalui agen merupakan cara yang efektif dalam menarik minat jemaah umrah akan tetapi seiring berkembangnya waktu dan perubahan zaman strategi promosi itu akan mengalami penurunan. Sehingga diperlukan lagi strategi yang lain yang laku sesuai zaman. Maka dari itulah pengoptimalan strategi promosi lain sangat diperlukan untuk mengantisipasi kemungkinan yang akan terjadi di masa yang mendatang.
2. Dalam promosi yang dilakukan, setiap promosi di harapkan bisa dibenahi, pembenahan yang perlu dilakukan adalah dari segi cara promosinya yang masih kurang rapi dan manajemen dalam promosi serta penanggung jawaban setiap promosi harus lebih jelas agar sistematika promosi dari awal lebih terorganisir sehingga menciptakan promosi yang lebih berkualitas. Karena kualitas juga menentukan minat seseorang untuk bergabung atau tidaknya dengan PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan. Semakin baik promosi yang digunakan maka semakin banyak pula minat calon jemaah umrah untuk bergabung bersama PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan.

3. Untuk peneliti yang akan melakukan penelitian serupa agar menambah periode waktu penelitian yang digunakan. Sehingga hasil yang didapatkan bisa jauh lebih berkualitas dan lengkap. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat meneliti lebih detail di antara enam elemen bauran promosi dan dapat mendapat informasi lebih mendalam tentang strategi promosi PT Ameera Mekkah yang belum sempat dibahas dalam penelitian ini.