

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah strategi promosi paket umrah pada PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan melalui periklanan dapat memudahkan jemaah dalam mendapatkan informasi, media online instagram dan website yang sangat mudah diakses terlebih lagi zaman sekarang banyak orang yang senang menggunakan media online sehingga jemaah merasa termudahkan dengan adanya layanan ini, promosi offline melalui pemasangan spanduk juga sangat berpengaruh pada promosi yang dilakukan terutama bagi orang-orang yang tidak menggunakan atau kurang memahami alat elektronik, agen *marketing* setiap jemaah yang sudah melaksanakan umrah bersama PT. SAMIRA ALI WISATA merasa lebih diuntungkan lagi karena bisa mendapatkan peluang usaha menjadi agen *marketing*, WoM (dari mulut kemulut) atas kepuasan atas pelayanan yang diterima oleh jemaah sehingga mereka saling menyampaikan informasi atas kepuasan atas pelayanan yang diberikan maka dari itu informasi berkembang dengan cepat tentang keunggulan PT. SAMIRA ALI WISATA semakin meluas, *brand ambassador* yang terkenal dan menarik dapat meningkatkan minat jemaah untuk bergabung menggunakan jasa PT. SAMIRA ALI WISATA, dan pemasaran langsung membuat konsumen merasa nyaman dan mudah mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk atau jasa yang ditawarkan

secara langsung diberbagai tempat oleh agen atau pimpinan PT. SAMIRA ALI WISATA.

B. Rekomendasi

- 1 Dalam kegiatan promosi penjualan PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan harus selalu melakukan promosi setiap saat agar jumlah jemaah setiap tahunnya mengalami peningkatan.
- 2 Pelayanan dan kemudahan proses umrah harus menjadi prioritas dalam melayani jemaah.
- 3 Inovasi kemasan strategi promosi yang unik, dengan kemasan yang menarik jemaah maka juga perlu adanya daya tarik yang lebih dari itu seperti umrah bersama dengan salah satu alim ulama yang ada di Kalimantan Selatan dan juga kemasan produk yang mudah dipahami oleh masyarakat.