

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

1. Manajemen pemasaran PT Ma'ali Wisata *Tour And Travel* Banjarmasin dalam memasarkan produk umroh adalah dengan menerapkan bauran pemasaran yang terdiri dari 4P, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi). Produk yang disediakan oleh PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* Banjarmasin ada umroh plus dan umroh reguler. Harga yang ditetapkan langsung oleh Direktur Utama, pemilik PT Ma'ali Wisata Banjarmasin. Tempat kantor PT Ma'ali Wisata berada di lokasi strategis yakni di pusat Kota Banjarmasin dan berada di jalan besar sehingga mudah di jangkau. Promosi yang digunakan oleh PT Ma'ali Wisata Banjarmasin yang paling utama adalah *Advertising* (iklan) melalui media cetak dan media masa, *sales promotion*, *event marketing*, dan penjualan pribadi.
2. Manajemen pemasaran yang diterapkan oleh PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* Banjarmasin berhasil atau mampu menarik minat calon jemaah umroh karena setiap tahunnya jemaah umroh selalu meningkat.

#### **B. Saran**

1. Bagi PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* Banjarrmasin untuk lebih meningkatkan lagi promosinya di media cetak dengan memasang iklan dikoran-koran yang ada

di Banjarmasin dan lebih gencar lagi melakukan promosi di media massa agar lebih banyak lagi menarik minat calon jemaah umroh serta menjalin kerja sama dengan perusahaan lain.

2. Meningkatkan pelayanan yang lebih maksimal lagi agar jemaah puas dan nyaman dalam beribadah, sehingga mereka ingin kembali menggunakan jasa travel PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* Banjarmasin.