

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil temuan penelitian tentang strategi bauran pemasaran pada PT. Redho Illahi Wisata Cabang Banjarbaru, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Strategi bauran pemasaran 7P pada PT. Redho Illahi Wisata Cabang Banjarbaru telah diterapkan melalui unsur *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Pada aspek *product*, perusahaan menyediakan bermacam paket umrah yang disesuaikan dengan kebutuhan jemaah serta dilengkapi fasilitas pendukung. Pada aspek *price*, perusahaan menetapkan biaya berdasarkan dengan sarana dan layanan yang tersedia serta menyediakan sistem pembayaran yang memudahkan jemaah. Pada aspek *place*, perusahaan memanfaatkan lokasi kantor yang strategis dan media digital untuk mempermudah pelayanan dan penyebaran informasi. Dalam aspek *promotion*, perusahaan menggunakan media sosial, brosur, dan rekomendasi antarkonsumen sebagai sarana penjualan. Pada aspek *people*, layanan diberikan oleh staf dan pembimbing ibadah yang ramah, profesional, dan komunikatif. Pada aspek *process*, pelayanan dilaksanakan secara terstruktur mulai dari pendaftaran hingga kepulangan jemaah. Sedangkan pada aspek *physical evidence*, perusahaan menyediakan

fasilitas fisik berupa kantor pelayanan, perlengkapan administrasi, atribut perusahaan, dan fasilitas pendukung lainnya untuk meningkatkan kepercayaan jemaah terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

2. Faktor pendukung strategi pemasaran pada PT. Redho Illahi Wisata Cabang Banjarbaru meliputi kualitas pelayanan yang baik, ketepatan waktu perjalanan, beserta sarana yang sesuai dengan penawaran, legalitas perusahaan yang jelas, dan tingginya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Adapun faktor penghambat yang dihadapi perusahaan meliputi persaingan harga dengan travel lain, adanya biro perjalanan yang menawarkan harga di bawah standar, serta semakin ketatnya persaingan dalam industri perjalanan ibadah umrah. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan dalam mempertahankan kualitas pelayanan sekaligus menjaga kemampuan bersaing perusahaan dalam industri jasa perjalanan umrah.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan hasil analisis yang sudah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran terkait strategi bauran pemasaran 7P pada PT. Redho Illahi Wisata Cabang Banjarbaru sebagai berikut:

1. Pada aspek promosi, perusahaan perlu lebih memaksimalkan promosi digital melalui media sosial dan *website* karena promosi yang dilakukan masih lebih dominan menggunakan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Pengembangan konten promosi yang lebih aktif dan menarik

dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan daya saing perusahaan.

2. Pada aspek orang dan proses, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, komunikasi, serta pendampingan kepada jemaah agar kepuasan dan loyalitas pelanggan tetap terjaga. Pelayanan yang baik termasuk salah satu faktor pokok untuk membangun rasa percaya konsumen pada jasa travel umrah.
3. Pada aspek bukti fisik, perusahaan perlu mempertahankan kualitas fasilitas, kenyamanan kantor pelayanan, serta kelengkapan atribut perusahaan agar citra profesional dan kepercayaan jemaah tetap terpelihara.
4. Pada aspek produk, perusahaan diharapkan terus melakukan inovasi dan pengembangan variasi paket umrah yang menyesuaikan kebutuhan dan kemampuan masyarakat sehingga dapat meningkatkan minat calon jemaah.
5. Pada aspek harga, perusahaan perlu mempertahankan penetapan biaya yang disesuaikan dengan mutu fasilitas dan layanan yang ditawarkan supaya bisa bersaing dengan travel lain tanpa mengurangi kualitas layanan.
6. Untuk peneliti berikutnya, temuan ini diharapkan bisa dijadikan acuan untuk mengembangkan kajian mengenai strategi bauran pemasaran jasa travel haji dan umrah dengan fokus penelitian yang lebih mendalam.