

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pemaparan diatas pada pembahasan sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Strategi promosi haji dan umrah dalam meningkatkan jumlah jemaah haji, umroh Travel Wahdan
 - a. Strategi promosi yang digunakan adalah dalam bentuk periklanan yaitu di dalam mempromosikan PT Wahdan adalah dengan cara menggunakan iklan, dalam bentuk pajangan, kata-kata yang berbentuk leaflet, spanduk dan juga papan reklame yang berada di luar kantor maupun di dalam kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.
 - b. Strategi dalam bentuk penjualan pribadi juga dilakukan oleh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah melalui cara yang terjadi secara langsung dengan para jemaah yaitu dengan cara melalui suatu hubungan antara dua orang atau lebih dan menjadikan hubungan yang menjadi lebih akrab. PT Wahdan Sabilana menggunakan strategi promosi penjualan dengan cara melalui keluarga, para agen (dengan nilai plus akan mendapatkan uang sebesar Rp. 500.000 per 1 jemaah dengan catatan tidak ada harga potongan atau harga diskon dan apabila dapat mengumpulkan jemaah di atas 20 orang itu akan

mendapatkan nilai plus berupa dapat berangkat Umrah secara gratis). dan para ustadz yang mempunyai hubungan dengan PT Wahdan Sabilana Banjarmasin. Karena lewat keluarga akan mudah untuk mendapatkan para jemaah.

- c. Strategi promosi yang berbentuk dalam promosi penjualan atau sales promotion ini adalah PT Wahdan dengan cara membuka Restoran yang berada di lantai bawah kantor PT Wahdan. Dan setiap pembelian pada restoran tersebut akan mendapatkan potongan harga sebanyak 500 ribu sampai dengan sekarang dengan minimal pembelanjaan. Dari sini akan mudah menarik para jemaah karena dengan menggunakan potongan harga.
 - d. Kemudian strategi yang di gunakan PT Wahdan adalah bentuk pemasaran online yaitu dengan melalui social media. Karena dengan menggunakan social media akan dapat mempermudah mempromosikan travel haji dan umrah. Strategi ini yang di gunakan oleh Travel Wahdan
2. Adapun yang menjadi bagian yang mendukung juga menghambat promosi PT Wahdan Sabilana Banjarmasin yaitu:

- a. Faktor pendukung

Faktor pendukung proses promosi PT Wahdan adalah dari segi bentuk kekuatan yang dimiliki. PT Wahdan Sabilana mempermudah para jemaah yang ingin pergi haji dan umrah dengan cara program yang di miliki PT Wahdan adalah mereka tidak harus

membayarnya dengan cash melainkan terdapat solusi yaitu dapat membayar setoran pertama. Dan akan telah masuk daftar untuk jadi calon jemaah.

Dari segi promosi PT Wahdan Sabilana menggunakan Ustadz yang memiliki hubungan dengan PT Wahdan yang dapat memberikan penjelasan atau bimbingan yang dapat membantu dan juga melalui keluarga yang pernah menggunakan PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Adapun yang mendukung Travel Wahdan yaitu mempunyai kantor yang berada di Banjarbaru, Kandangan, dan juga di Kota baru sehingga dapat mempermudah masyarakat yang ingin mendaftarkan diri ke PT Wahdan Sabilana akan menjadi lebih mudah karena di daerah sudah terdapat kantor.

Yang menjadi salah satu faktor pendukung PT Wahdan adalah dari segi kantor yang berlokasi di pinggir jalan raya adalah salah satu bentuk lokasi yang strategi sehingga akan mempermudah orang yang akan mendaftar. Dari segi kualitas yang baik dan ramah terdapat juga fasilitas ruangan kantor yang menarik dan sangat bersih.

b. Faktor Penghambat

Faktor yang menjadi penghambat proses strategi promosi adalah dalam hal strategi yang digunakan karena tidak semua kalangan bisa memahami dan menggunakan media atau sarana

sehingga dapat menjadi salah satu faktor Penghambat PT Wahdan Sabilana Banjarmasin dalam mempromosikan.

Dan adapun juga ancaman dari luar perusahaan yaitu competitor, bersaingnya dengan biaya nya dan bahkan juga bisa competitor menambahkan barang atau jasanya juga dibatasi kuots dari pihak pemerintahan juga menjadi salah satu ancaman bagi travel haji dan umroh.

B. Rekomendasi

Adapun rekomendasi penulis agar strategi promosi dalam meningkatkan jumlah jemaah haji dan umroh pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin dapat berkembang lebih baik lagi, agar strategi promosinya terlaksana dan dikelola secara efektif dan efisien adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan dan memperluas strategi promosi di media sosial maupun secara langsung.
2. Mempertahankan hubungan yang sudah terjalin dengan baik dan pada karyawan sehingga terciptanya kerja sama yang baik dan berkualitas.
3. Dalam hal merespon keinginan jemaah perusahaan harus lebih maksimal dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada para jemaah haji dan umroh.
4. Dalam hal bersaing di dalam hal promosi perusahaan harus lebih maksimal di dalam hal pelayanan yang diberikan kepada jemaah

sehingga jemaah merasa nyaman dengan pelayanan yang di telah diberikan.

5. Mengadakan perencanaan strategi adalah menjadi salah satu langkah awal yang baik dalam merencanakan strategi yang akan digunakan . Dan evaluasi adalah langkah yang baik sehingga kedepannya dapat memperbaiki.
6. Lebih meningkatkan strategi promosi untuk di semua kalangan muda ataupun orang tua