

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan data yang sudah dianalisis pada bab diatas, maka peneliti menyimpulkan strategi bauran pemasaran travel dalam meningkatkan daya tarik calon jamaah umrah pada PT. Salfany Safanusa Kota Banjarmasin yang menggunakan strategi bauran pemasaran atau *marketing mix*, yaitu sebagai berikut :

1. Bauran pemasaran yang dikembangkan PT. Salfany Safanusa adalah pengembangan produk seperti memperbanyak opsi dan variasi paket perjalanan. Adapun pengembangan kegiatan promosi seperti mengoptimalkan brand promotion melalui partisipasi dalam pameran-pameran, media sosial, website serta advertising, dan strategi penetapan harga yang digunakan ialah prinsip Value for money.

2. Strategi bauran pemasaran PT. Salfany Safanusa

produk umrah yang ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa ialah umrah plus dan umrah reguler. Harga pada PT. Salfany Safanusa dengan menentukan harga berdasarkan segmen pasar menengah ke atas, Adapun tempat PT. Salfany Safanusa melakukan pendistribusian pasar melalui penjualan langsung saat calon jamaah datang ke perusahaan. PT. Salfany Safanusa dalam mempromosikan produknya kepada konsumen yakni *personal selling*, periklanan, Publisitas, *Advertising*. Proses pada PT. Salfany Safanusa memberikan pelayanan kepada jamaah dari proses pendaftaran, keberangkatan sampai kepulangan ke tanah air. Orang pada PT. Salfany Salfanusa ini menyeleksi orang yang akan melayani konsumen sehingga para calon jamaah merasa tertarik dan ingin menggunakan jasa travel mereka. Tampilan fisik ialah pada kondisi fisik ditempat usaha termasuk daerah sekitarnya.

Adapun PT. Salfany Safanusa memiliki tempat perusahaan yang bagus dan nyaman serta terbukti dari cara pelayanan.

3. Dampak dari strategi bauran pemasaran yang dijalankan sangat berpengaruh terhadap jumlah calon jamaah yang pada setiap keberangkatan mengalami jumlah yang tidak stabil

B. Saran

Berikut adalah beberapa rekomendasi yang semoga dapat bermanfaat berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di PT. Salfany Safanusa:

1. travel perlu cabang pembantu diberbagai tempat untuk bisa menjangkau sasaran pasar yang lebih luas, serta selain menggunakan promosi secara eksternal PT. Salfany Safanusa perlu menggunakan promosi secara internal Di satu sisi, itu juga harus ditingkatkan dengan menggunakan pendekatan anggota-dapatkan-anggota untuk pemasaran ulang kepada peziarah, yaitu dengan memberi penghargaan kepada mantan jamaah umrah yang merujuk penumpang umrah baru. Kedua belah pihak akan mendapatkan keuntungan dari ini, dan lebih banyak wisatawan umroh akan datang untuk beribadah bersama PT. Salfany Safanusa.
2. Meningkatkan dan menjunjung tinggi standar layanan yang ditawarkan kepada peziarah.