

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pemasaran (*marketing*) memiliki fungsi strategis yang melibatkan segala upaya untuk membangun kesesuaian antara organisasi dan lingkungannya, diantaranya yaitu: Pertama, pertimbangkan operasi perusahaan saat ini dan usaha bisnis potensial di masa depan. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, *price*, promosi, *place*, *people*, proses, serta *physical evidence* untuk melayani pasar sasaran.

Hasil dari penelitian ini yaitu: Produk yang ditawarkan oleh PT. Ipah Mandiri Utama cukup beragam, akan tetapi perlu ditambahkan lagi, *Price* yang tawarkan PT. Ipah Mandiri Utama kepada konsumen cukup bersaing, Promosi yang telah dilakukan PT. Ipah Mandiri Utama sangat baik dan kreatif, *Place* yang disediakan cukup representatif, *People* atau *staff* profesional yang berpengalaman perlu ditambah, Proses yang dilakukan untuk pelayanan produk hingga sampai kepada konsumen telah dilaksanakan dengan baik, *Physical Evidence* perlu ditambahkan dan ditingkatkan agar dapat menarik minat serta memberikan kesan mendalam kepada konsumen baru maupun konsumen lama.

Kesimpulan dari penelitian ini, yaitu Strategi Bauran Pemasaran sangat baik digunakan dalam Strategi Bisnis sebuah perusahaan jasa pelayanan, Khususnya Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan ibadah travel haji dan

umrah, akan tetapi strategi bauran pemasaran memerlukan manajemen yang baik dari manajer atau direktur perusahaan agar hasil yang diinginkan maksimal. Dengan menerapkan strategi bauran pemasaran, perusahaan akan dapat menjaga kepercayaan dan meninggalkan kesan yang baik kepada konsumen.

B. Saran

Penulis berpikir bahwa temuan penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman kita tentang, kemampuan untuk menjelaskan, dan kemampuan untuk menawarkan arah penggunaan pendekatan bauran pemasaran. Saran dari penulis kepada PT Ipah Mandiri Utama selaku perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan ibadah haji dan umrah, hendaknya menjaga dan meningkatkan lagi strategi promosi, terutama strategi promosi mereka dalam melakukan komunikasi atau *personal selling* terhadap jamaah mereka dengan lebih baik, dan saran dari peneliti agar PT. Ipah Mandiri Utama dapat mencari pegawai yang memiliki pengalaman lebih lama di bidang promosi dan pemasaran, karena kemampuan mempromosikan sebuah produk dengan baik akan memberikan efek yang baik kepada kelangsungan sebuah perusahaan, dan promosi merupakan salah satu point yang penting menurut penulis dari sekian banyak *point* dalam *marketing mix*.

Untuk peneliti selanjutnya, penulis berharap agar bagi mereka yang ingin meneliti tentang bagaimana penerapan strategi *marketing* khususnya *marketing mix* dalam sebuah jasa pelayanan ibadah, agar mereka dapat meneliti Kembali lebih dalam dan tentunya lebih baik daripada penulis sendiri.