BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari analisis data yang diperoleh peneliti dalam hasil penelitian yang dilakukan peneliti di Travel Alhafiz Jaya Borneo mengenai strategi Travel Alhafiz Jaya Borneo dalam menarik minat jemaah umrah di Kota Banjarmasin maka peneliti menyimpulkan:

1. Strategi Travel Alhafiz Jaya Borneo dalam menarik minat jemaah umrah di Kota Banjarmasin dilakukan melalui tahapan manajemen strategi yang meliputi perumusan, implementasi, dan evaluasi. Strategi utamanya mencakup promosi aktif melalui media sosial, kerja sama dengan tokoh agama, pelayanan yang ramah dan spiritual, serta sistem pembayaran yang fleksibel. Strategi ini efektif dalam membangun kepercayaan dan kedekatan emosional dengan calon jemaah, meskipun promosi masih terbatas karena kendala sumber daya dan anggaran.
2. Peluang dan tantangan yang dihadapi oleh Travel Alhafiz Jaya Borneo meliputi peluang berupa jaringan kerja sama dengan tokoh agama, pemanfaatan media digital, dan dukungan agen lokal. Sementara tantangan utamanya adalah persaingan dengan travel berskala besar, keterbatasan promosi profesional, serta ekspektasi tinggi dari jemaah terhadap pelayanan dan fasilitas.

B. Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada Travel Alhafiz Jaya Borneo, peneliti menyampaikan beberapa saran berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi Travel Alhafiz Jaya Borneo sebagai berikut:

1. Travel Alhafiz Jaya Borneo disarankan untuk terus meningkatkan strategi promosi melalui media digital. Selama ini promosi melalui WhatsApp dan Instagram sudah berjalan dengan baik, namun pemanfaatan platform digital lain seperti TikTok, YouTube, atau Facebook Ads juga dapat menjadi alternatif untuk menjangkau segmen calon jemaah yang lebih luas, khususnya generasi muda.
2. Kerja sama dengan tokoh agama terbukti efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, travel perlu memperluas jaringan kerja sama ini ke berbagai wilayah, termasuk daerah-daerah di luar Kota Banjarmasin. Dengan memperluas cakupan dakwah dan promosi melalui tokoh agama setempat, kepercayaan masyarakat terhadap travel akan semakin kuat.