BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Implementasi kebijakan pada PT. Arofahmina Tour and Travel Surabaya, secara keseluruhan hasil dan tujuannya untuk meningkatkan volume penjualan yang telah tercapai melalui strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Berdasarkan teori yang telah dijelaskan dalam bab dua, marketing mix terdiri dari 9P yaitu: *product, price, place, promotion, people, process, physical evident, packaging, payment,*. Semua strategi yang dijelaskan diatas sudah diterapkan oleh PT. Arofahmina yaitu strategi *product, price, place, promotion, people, process, physical evident, , packaging, payment*. Strategi tersebut telah banyak memberikan kekuatan dan pengetahuan untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu strategi produk yang ditawarkan bermutu, variatif dan menyesuaikan kebutuhan masyarakat dari tahun ke tahun, yakni produk umroh dan haji plus sesuai dengan kebutuhan rohani/religius penduduk indonesia yang mayoritas muslim. Mengenai harga yakni sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan. Promosi yang efektif menggunakan periklanan dengan internet, brosur, spanduk, dan lain-lain. Publisitas dengan presentasi pada kegiatan yang bersifat keagamaan seperti pengajian, reuni jamaah, dan lain-lain. Promosi penjualan (*sales promotion*) yakni melalui sistem *networking*/ jaringan kemitraan dengan cara memberi komisi apabila agen mendapatkan jamaah dan berdasarkan informasi dari mulut ke mulut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(*word of mouth*). Mengenai SDM yang mempunyai kualitas yang baik sehingga dapat melayani jamaahnya secara baik. Proses yang dilakukan oleh perusahaan juga merupakan proses kegiatan yang dilakukan dimulai dari jamaah masih berada di Tanah Air hingga jamaah berada di Tanah Suci.

B. Saran

Hasil dari implementasi strategi ini belum dapat dijadikan garis finish dari suatu pertumbuhan perusahan. Kemajuannya harus terus dipantau dan ditingkatkan. Para pesaing juga tidak akan tinggal diam melihat perkembangan ini. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan usahanya, mempertahankan keunggulannya dan terus memperbaiki kondisi yang sudah ada. Hubungan dan kedekatan dengan pelanggan harus tetap dijaga.

Beberapa rekomendasi yang perlu disampaikan sehubungan dengan kebijakan manajemen untuk bekal di masa datang bagi PT. Arofahmina Tour and Travel Surabaya adalah sebagai berikut :

1. Melanjutkan strategi perluasan wilayah pangsa pasar mengingat masih sangat banyak calon jamaah potensial yang ada dan belum dijangkau oleh perusahan, ini berarti masih ada peluang dan kesempatan yang bisa dimanfaatkan oleh perusahan.
2. Melakukan riset dan penelitian melalui survei pada customer tentang kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa yang diberikan, serta untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengumpulkan informasi trend pasar yang memberikan prospect atau peluang di masa depan.

3. Meningkatkan kualitas hubungan dengan agen kemitraan agar tetap mendapat prioritas dan dukungan kerja sama yang baik terutama dari sisi promosi penjualan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id