BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat strategi optimalisasi pasca penjualan dalam pengembangan bisnis tour & travel PT. Mina Wisata Islami Surabaya. Strategi yang dioptimalkan pada pasca penjualan PT. Mina Wisata Islami Surabaya diantaranya adalah memberikan apresiasi kepada pelanggan yang loyal dengan memberikan potongan harga yang sifatnya perlu dipertimbangkan terlebih dahulu, membedakan diri dengan sales pada umunya melalui sentuhan-sentuhan personal berupa ucapan ulang tahun, tanggal pernikahan, idul fitri dan mengadakan reuni akbar. Mengenal dan mempromosikan bisnis pelanggan dengan cara menyampaikan kepada seluruh jamaah pada saat perjalanan dari laut merah menuju Surabaya, memaksimalkan kegitan tindak lanjut dan umpan balik untuk bahan evaluasi memperbaiki kinerja perusahaan. Tidak adanya pemberian insentif terhadap pelanggan yang merekomendasikan nama perusahaan kepada orang lain, melakukan lebih dari apa yang dibayarkan pelanggan dengan memberikan fasilitas hotel yang jaraknya dekat dengan Masjid Nabawi dan Masjidil Haram. Menjalin silaturrahmi dengan pelanggan atau calon pelanggan dengan berkunjung kerumah-rumah atau kantor pelanggan sekaligus atas keperluan prospek.

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

B. Rekomendasi

1. Dari penelitian ini maka diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat meneliti tentang motif merekomendasikan nama perusahaan kepada orang lain.
2. Fasilitas yang tinggi dan pelayanan yang berkualitas dengan menjunjung silaturrahmi agar tetap dipertahankan berdasarkan harapan pelanggan.
3. PT. Mina Wisata Islami Surabaya agar merencanakan divisi baru yaitu CRM yang fokus pada pertahankan pelanggan lama dan meningkatkan pelanggan.

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