

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan tentang strategi pemasaran pada KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah Sidoarjo, maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi yang diterapkan oleh KBIH adalah strategi bauran pemasaran jasa yang meliputi produk, distribusi, promosi, harga, bukti fisik, orang, proses dan pelayanan. Selain itu dalam pemilihan strategi, KBIH menggunakan strategi stabilitas. Strategi ini dipakai karena dianggap strategi yang dipakai sudah cukup baik dan sesuai dengan yang direncanakan.

KBIH memposisikan perusahaannya melalui beberapa cara yaitu dengan mengidentifikasi sejumlah keunggulan bersaing yang tepat dan secara efektif mengkomunikasikan serta menyampaikan posisi yang dipilih kepada pasar.

Strategi promosi yang dipakai oleh KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah adalah melalui baliho, media cetak, *personal selling*, penyebaran brosur, mengunjungi para alumni jamaah haji dan umroh, presentasi dipengajian akbar, melalui mitra, lembaga-lembaga yang menjadi pelanggannya menjadi mitra bagi perusahaan untuk mengasumsikan pegawainya.

## **B. Saran**

Mengingat betapa pentingnya strategi pemasaran dalam memacu minat konsumen terhadap perusahaan, maka alangkah baiknya penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi perusahaan, saran penulis sebagai berikut:

1. Hendaknya KBIH terus meningkatkan pemasarannya sehingga dapat mencapai target sesuai yang lebih tinggi.
2. Hendaknya KBIH lebih meningkatkan kualitas pelayanan terutama keramah tamahan kepada jama'ah haji, lebih memberikan perhatian khusus kepada jama'ah haji da terus memberikan yang terbaik bagi pelanggannya karena perusahaan akan maju jika didukung oleh banyaknya para pelanggan/jama'ah.
3. Hendaknya KBIH Rohmatul Ummah An-nahdliyah Sidoarjo dalam melakukan promosi baik melalui surat kabar atau media elektronik diharapkan tidak lupa untuk menginformasikan adanya besarnya diskon yang akan diberikan apabila para konsumen melakukan transaksi dalam jumlah yang besar.