

BAB V PENUTUP

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas mengenai “Strategi Pemasaran Program Umrah Dalam Meningkatkan Jamaah Pada Travel Haji Dan Umrah Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus”. Selanjutnya peneliti akan menyimpulkan hasil dari bahasan yang telah diuraikan di atas.

A. Simpulan

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus dalam mempromosikan produk umrahnya, yaitu:
 - a. Melalui Sosialisasi, sosialisasi program umrah disini dilakukan dengan cara membuat brosur dan menyebarkannya ke masyarakat umum atau calon jamaah, selanjutnya melalui media sosial (instagram, tiktok, facebook, whatsapp, youtube) dengan adanya media sosial tersebut akan semakin mempermudah calon jamaah dalam mendapatkan informasi mengenai produk, jadwal keberangkatan, harga dan lainnya, kemudian sosialisasi terhadap calon jamaah umrah yang datang langsung ke kantor maka akan lebih jelas ketika menanyakan sesuatu mengenai produk umrah dan lainnya.
 - b. Melalui informasi yang dikembangkan lewat alumni jamaah yang disebut *word of mouth*, ini seperti testimoni dari jamaah yang sudah pernah umrah menggunakan travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, yang dengan suka rela mereka bersedia menginformasikan, membicarakan, mempromosikan dan merekomendasikan kepada teman, kerabat, keluarga atau saudara yang memiliki keinginan untuk berangkat umrah sesuai dengan pengalaman yang mereka rasakan. Banyak sekali dari calon jamaah yang datang ke kantor dan bercerita mereka mengetahui PT. Happy Prima Wisata Kudus ini karena mendapatkan informasi dari kerabatnya yang umrah melalui travel ini. Mereka sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Happy Prima Wisata Kudus.
 - c. Sajian Penawaran yang berbeda disini dalam bentuk adanya promo-promo yang diberikan seperti ketika *milad* atau hari ulang tahun Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, dengan adanya promo tersebut maka calon jamaah akan merasa senang dan ingin segera berangkat menunaikan ibadah umrah. Sajian penawaran yang berbeda berupa promo yang diberikan ada juga pelayanan yang terbaik.

- d. Melalui Agen, dengan adanya agen maka akan membantu proses pemasaran produk umrah dan mendapatkan calon jamaah maka dengan adanya agen jamaah akan meningkat.
2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Proses Pemasaran Program Umrah pada Travel Noor El-fata PT. Happy Prima Wisata Kudus diantaranya faktor pendukung seperti adanya kekuatan dari para agen yang memasarkan produk umrah diberbagai daerah itu berpengaruh terhadap peningkatan jamaah, kemudian pelayanan terbaik yang dilakukan oleh travel Noor El-Fata sehingga jamaah merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan tersebut dan faktor pendukung terakhir yakni *word of mouth* testimoni dari alumni jamaah yang secara sengaja dengan sukarela menceritakan dan menginformasikan kepada teman, kerabat, saudara yang mempunyai niat untuk berangkat ibadah umrah mengenai apa saja yang dirasakan setelah mengikuti umrah di Happy Prima Wisata juga bagaimana pelayanan yang diberikan, semua itu terbukti sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah jamaah PT. Happy Prima Wisata Kudus. Adapun faktor penghambat dari proses pemasaran yaitu adanya persaingan harga dan bujukan informasi yang tidak jelas kepada calon jamaah.

B. Saran

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul “Strategi Pemasaran Program Umrah Dalam Meningkatkan Jamaah Pada Travel Haji dan Umrah Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus” terdapat beberapa saran yang disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Kepada Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat terus mempertahankan kualitas pelayanan yang sangat baik guna untuk mengembangkan strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan jamaah.
2. Kepada peneliti yang ingin melakukan penelitian selanjutnya, agar lebih baik lagi melakukan penelitian dan dalam memaparkan data analisis mengenai strategi pemasaran program umrah dengan menggunakan metode penelitian yang lebih komprehensif.