

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan terhadap strategi pemasaran paket ibadah haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru, maka penulis berkesimpulan bahwa, PT. Sela Express Tour telah melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix*, yaitu melalui:

Pertama, produk, PT. Sela Express Tour memiliki produk yang berfariatif untuk ditawarkan kepada calon jamaah nya. Adapun Produk yang ditawarkan oleh PT. Sela Express Tour yaitu paket umroh promo, paket umroh reguler, paket umroh plus, paket umroh VIP, paket umroh ramadhan dan haji khusus.

Kedua, harga, PT. Sela Express Tour menetapkan harga dengan melihat kompetitor atau bahan perbandingan untuk dapat bersaing dengan kompetitor lain dan melihat fluktuasi dolar kemudian di sesuaikan dengan rupiah.

Ketiga, distribusi, Selatour menetapkan lokasi yang strategis yang berada di tengah kota Pekanbaru dan menggunakan saluran distribusi melalui kantor-kantor cabang yang tersebar di beberapa wilayah seperti Jakarta, Aceh, Padang, Solo dan Bukit Tinggi, untuk memudahkan calon jamaah mendaftar ataupun mendapatkan informasi mengenai produk layanan dari PT. Sela Express Tour.

Keempat, promosi, PT. Sela Express Tour melakukan promosi melalui iklan pada koran, televisi, radio dan billboard. Kemudian melakukan penjualan secara langsung melalui brosur dan agen. Selanjutnya melakukan promosi penjualan melalui pameran dan terakhir melakukan pubhlisitas melalui jejaring sosial berupa website dan sosial media.

Strategi pemasaran PT. Sela Express Tour berpengaruh dalam merekrut jamaah umroh dan haji plus, hal ini dibuktian dengan melihat perkembangan jumlah jamaah dari lima tahun terakhir. Dari penerapan strategi *marketing mix*, PT. Sela Express Tour berhasil merekrut jamaah umroh maupun haji plus dan meningkat setiap tahunnya.

B. Saran

Dari penelitian yang penulis lakukan pada PT. Sela Express Tour kota Pekanbaru, maka dapat disampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat antara lain:

Pertama, hendaknya PT. Sela Express Tour lebih mengoptimalkan sistem pemasaran dalam merekrut calon jamaah umroh dan haji plus, sehingga perkembangan jumlah jamaah akan semakin meningkat.

Kedua, dalam melakukan kegiatan pemasaran, hendaknya PT. Sela Express Tour perlu melakukan pembentukan tim khusus, sehingga kegiatan pemasaran yang akan dilakukan lebih terfokus dan lebih efektif lagi kedepannya.

Ketiga, kepada seluruh staff dan karyawan PT. Sela Express Tour tetap selalu menjaga solidaritas dan konsistensi sehingga kerjasama tim dalam mencapai target yang maksimal dan sesuai harapan.