

BAB V

PENUTUP

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan tentang “Bauran Promosi Penyelenggaraan Umrah PT Sianok Indah Holiday Kota Padang, maka penulis perlu mengemukakan kesimpulan dan saran. Adapun kesimpulan penulis sesuai dengan hasil penelitian ini adalah:

1. Kegiatan dalam bentuk periklanan (*advertising*) yang digunakan PT Sianok Indah Holiday adalah media cetak (Spanduk, koran, baliho), media sosial (Facebook, WhatsApp, Website, Instagram), media audio (radio) tetapi hanya sampai tahun 2016. Tujuan Periklanan PT Sianok Indah Holiday Kota Padang. Iklan merupakan pengenalan atau pemberitahuan mengenai sesuatu, umumnya adalah produk-produk perusahaan, kepada masyarakat umum dengan menggunakan media tertentu dan membutuhkan biaya tertentu. Pemanfaatan media sosial yang baik, akan meningkatkan nilai brand atau layanan, karena dengan media sosial masyarakat bisa mengakses dan berinteraksi melalui internet atau situs-situs baik berbasis website atau aplikasi yang dapat terhubung dengan media internet.
2. Kegiatan promosi bentuk penjualan pribadi (*Personal Selling*) dilakukan Pertama, Para tenaga penjual mencari calon pelanggan lewat catatan perusahaan, pelanggan, teman, saudara, pegawai perusahaan dan asosiasi perusahaan. Kedua, Melakukan pendekatan-pendekatan ke

sekolah-sekolah dan buka stand di acara-acara keagamaan. Ketiga, presentasi. Ke empat, PT Sianok melakukan penutupan dan Follow Up.

3. Strategi promosi dalam bentuk publisitas (*publicity*) yaitu mempromosikan jasa travel umrahnya melalui publisitas. Berdasarkan observasi peneliti bahwa publisitas yang dilakukan ialah dari mulut ke mulut untuk menceritakan kepada orang lain agar perusahaan ini semakin laris dipasaran. Hal tersebut dilihat dari sifat publisitas, yaitu pertama, Tingkat kebenaran atau kepercayaan yang tinggi (*high credibility*), kedua sistem yang percaya (Sistem Sipatuh), ketiga *dramatization*.
4. Kegiatan Promosi penjualan (*sales Promotion*) juga dilakukan. Pertama, pemberian sampel yaitu dengan cara mendirikan stan dan menunjukan dokumentasi perjalanan dan testimoni jamaah yang sudah berangkat, dengan demikian menarik perhatian calon jamaah. Kedua, memberikan potongan harga kepada jamaah yang mendaftar ke Sianok dengan potongan 5% dari harga paket. Ketiga, dan pemberian insentif kepada perwakilan yang mendaftarkan satu jamaah, setiap satu jamaah diberikan Rp. 1500.000,- (*satu juga lima ratus ribu rupiah*).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di PT Sianok Indah Holiday Kota Padang, maka izinkan penulis memberikan saran adalah sebagai berikut:

1. Dalam promosi bentuk iklan sudah baik, akan tetapi akan lebih bagus jika seandainya didalam baliho atau brosur yang disebar tidak

hanya foto pimpinan dan mhutawif saja yang ditampilkan, akan lebih bagus dan lebih meyakinkan jika foto-foto jamaah umrah yang telah berangkat di PT Sianok Indah Holiday juga diperlihatkan dan dibuat sekreatif mungkin, peneliti sarankan untuk iklan radio tetap disiarkan agar bisa meningkatkan pamor perusahaan.

2. Dalam promosi melalui *Personall Selling* peneliti sarankan lebih kreatif lagi, tidak hanya melakukan *personal selling* dengan mempresentasikan. Peneliti menyarankan agar personal selling tersebut diiringi dengan sayembara-sayembara yang menantang. Misal, setiap guru yang mendaftar pertama akan diberikan discount umrah.
3. Dalam promosi publisitas, penulis menyarankan jika terjadi jamaah tidak mendapatkan fasilitas sesuai dengan yang dijanjikan, maka pihak travel harus menjelaskan kepada jamaah sebab terjadinya dengan baik dan sopan, dan melakukan pelayan di bagian depan, jika ada tamu atau calon jamaah yang datang akan lebih menarik apabila staff yang melayani berdiri dan mengucapkan salam, karena hal ini akan berpengaruh terhadap *image* perusahaan.
4. Promosi penjualan (*Sales Promotion*) penulis menyarankan pihak travel sebaiknya tidak hanya dilakukan dengan pemberian insentif, pemberian sampel, dan pemotongan harga, tetapi lakukanlah promosi-promosi menarik lainnya yaitu pemberian kupon, rabat,

peremium, dan perlombaan dan sayembara. Hal ini akan menambah keunggulan-keunggulan PT Sianok Indah Holiday.



UIN IMAM BONJOL
PADANG