

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berupa data-data dari observasi, wawancara serta dokumentasi sehingga diperoleh hasil seperti yang dikemukakan pada bab sebelumnya dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Penerapan strategi pemasaran pada Himmah Trans Surabaya berjalan dengan baik, berfokus pada 4 strategi (*product, price, promotion, dan place*) yang dapat menarik minat konsumen yang akan menggunakan jasa travel tersebut . Produk yang beragam yakni paket wisata, ziarah wali,acara keluarga maupun acara sekolah. Harga yang sesuai dengan harga sewa dan tempat tujuan atau dapat menyesuaikan dengan *budget* konsumen, selain itu juga memberikan layanan potongan harga dan paket promo terhadap pelanggannya. Promosi yang efektif baik secara langsung maupun secara tidak langsung, sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan. Lokasi yang cukup strategis, namun masih kurang pada pemahaman mengenai keputusan mengenai dimana Himmah Trans harus didirikan dan saluran distribusinya karena masih menumpang di Yayasan Himmatun Ayat Surabaya.
2. Peran dari penerapan strategi pemasaran pada Himmah Trans Surabaya yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu (*product, price, promotion, dan place*). Strategi promosi yang diterapkan pada Himmah

Trans yaitu keberagaman produk yang dimiliki yakni paket wisata seperti ziarah makam wali dan wisata lainnya untuk acara keluarga maupun acara sekolah sehingga ditargetkan untuk semua kalangan. Dari keberagaman produk tersebut memberi kesempatan bagi semua kalangan untuk menggunakan jasa Himmah Trans.

Strategi harga yang diterapkan oleh Himmah Trans yaitu sesuai dengan harga sewa dan tempat wisata atau tujuan dan juga bisa dengan menyesuaikan budget yang dimiliki konsumen dan keinginan konsumen, dengan begitu Himmah Trans berperan memberikan kesempatan bagi masyarakat yang lemah dan semua kalangan dapat menggunakan jasa Himmah Trans

Strategi promosi yang diterapkan pada Himmah Trans yaitu dengan melakukan promosi secara langsung maupun tidak langsung. Dengan cara langsung menggunakan *door to door* atau jemput bola, dengan mendatangi perkumpulan atau organisasi langsung, dengan cara tersebut dapat berperan untuk memberi informasi kepada orang yang tidak mempunyai media sosial. Sedangkan tidak secara langsung itu dengan menggunakan iklan media sosial dan buletin yang diterbitkan oleh Yayasan setiap bulannya, hal tersebut berperan untuk memberikan informasi kepada orang-orang yang kurang berorganisasi.

Strategi tempat/ distribusi pada Himmah masih menumpang di Yayasan Himmatun Ayat tetapi dekat dengan area Kampus Universitas Wijaya Kusuma Dukuh Kupang Surabaya, perumahan elit dan kompleks sekolah, dengan begitu peran Himmah Trans pada strategi

tempat distribusi adalah memberikan kesempatan kepada para mahasiswa ataupun masyarakat sekitar untuk menggunakan jasa Himmah Trans, maka dari itu targetnya sudah sesuai yang diinginkan oleh Himmah Trans, dari mulai masyarakat sekitar hingga pelajar atau mahasiswa dapat menggunakan jasa dari Himmah Trans. dengan target sasaran semua kalangan masyarakat dapat menggunakan jasa Himmah Trans.

Dari peran strategi pemasaran tersebut berdampak adanya pengaruh pada bertambahnya konsumen dalam memilih jasa Himmah Trans. Sehingga perkembangan omzet Himmah Trans pada tahun 2015 hingga 2016 mencapai 11,6% dan pada tahun 2017 mengalami peningkatan prosentase omzet sebesar 12,3% sedangkan pada tahun 2018 perkembangan omzet persewaan Himmah Trans mengalami peningkatan prosentase sebesar 13,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Himmah Trans berperan baik dalam peningkatan pemasarannya.

B. SARAN

1. Strategi pemasaran pada Himmah Trans yakni mengenai strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi tempat sudah menunjukkan peran yang cukup baik, tetapi strategi pada Himmah Trans dapat ditambahkan lagi. Hal ini dimaksudkan untuk dapat lebih meningkatkan jumlah konsumen pada tahun berikutnya yang kemudian berdampak pada peningkatan omzet pada Himmah Trans Surabaya.

2. Pengelola Himmah Trans untuk lebih memahami dan meningkatkan lagi mengenai strategi tempat dan saluran distribusi agar lebih baik lagi.
3. Disarankan untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti pada Himmah Trans Surabaya dapat meneliti strategi tempat supaya biro tersebut dapat memahami dan menerapkan strategi yang belum maksimal tersebut.

