

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teori yang dicantumkan oleh peneliti dalam pembuatan skripsi dilanjutkan dengan penyajian data dan analisis data serta pembahasan hasil temuan, maka skripsi ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Proses Pemasaran yang Digunakan PT Freshnel Kreasindo Perkasa

Dalam upaya meningkatkan daya saing sekaligus menjaga kepercayaan jamaah, PT Freshnel Kreasindo Perkasa menerapkan strategi pemasaran berbasis *marketing mix* (7P) secara menyeluruh. Penerapan ini tidak hanya berfokus pada satu aspek, tetapi mencakup berbagai elemen yang saling melengkapi untuk menghadirkan layanan yang unggul dan konsisten. PT Freshnel Kreasindo Perkasa menghadirkan 26 pilihan paket umrah dengan variasi fasilitas, mulai dari paket ekonomis hingga premium. Diversifikasi ini memberi keleluasaan bagi jamaah untuk menyesuaikan pilihan dengan kebutuhan serta kemampuan finansial mereka. Pada aspek harga, penetapan dilakukan sesuai kualitas layanan dan segmentasi pasar, di mana paket ekonomis ditawarkan dengan fasilitas terjangkau namun tetap berada dalam standar kenyamanan jamaah, sedangkan paket premium menyediakan akomodasi hotel berbintang lima dan maskapai ternama.

PT Freshnel Kreasindo Perkasa menempatkan kantor pusat di Jalan Kemuning No. 20, Baciro, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta. Lokasi tersebut dianggap sangat strategis karena dekat dengan Stasiun Lempuyangan dan Stadion Mandala Krida, menjadikan kantor tersebut sangat mudah diakses serta memperkuat jangkauan layanan melalui tujuh kantor cabang yang tersebar di

berbagai daerah. Dalam kegiatan promosi, PT Freshnel menerapkan strategi offline dengan memanfaatkan syiar jamaah, jaringan agen, serta kantor cabang, dan strategi online melalui Facebook Ads, website resmi, serta media sosial untuk memperluas jangkauan audiens.

PT Freshnel Kreasindo Perkasa menempatkan pengembangan sumber daya manusia sebagai prioritas, melalui program pelatihan atau kelas upgrading bagi seluruh karyawan dan penugasan tim khusus di Arab Saudi untuk memastikan konsistensi pelayanan. Dari sisi proses, seluruh alur keberangkatan jamaah disusun secara sistematis mulai dari pendaftaran, administrasi, pengurusan paspor dan visa, sekolah umrah hingga manasik, sehingga jamaah dapat mempersiapkan ibadah dengan tenang dan nyaman. PT Freshnel juga memperkuat citra profesional melalui desain kantor yang modern dengan sentuhan bangunan klasik sehingga menghadirkan suasana yang elegan dan nyaman bagi jamaah. Kredibilitas PT Freshnel juga diperkuat dengan penghargaan yang diraih seperti, Indonesia Top Agent Award 2022 Saudia Airlines, penjualan tiket nomor satu Garuda Indonesia tahun 2023, dan Second Best Performance Transaction 2025 dari Garuda Indonesia.

2. Strategi Pemasaran yang Digunakan PT Freshnel Kreasindo Perkasa dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Penerapan marketing mix secara konsisten terbukti berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan. Data menunjukkan penjualan naik dari 1.228 paket pada 2022, menjadi 1.517 paket pada 2023 (tumbuh 289 unit), dan kembali meningkat hingga 1.864 paket pada 2024 (naik 347 unit). Hasil wawancara menunjukkan bahwa dari 1.000 leads, rata-rata 50–200 jamaah

melakukan pembelian, dengan rata-rata nilai transaksi Rp27,5 juta per pelanggan. Selain itu, loyalitas jamaah tercermin dari repeat order dan rekomendasi sebesar 10–20%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan, berikut penulis memberikan saran yang dapat dijadikan sebuah pertimbangan bagi pihak yang terkait:

1. PT Freshnel Kreasindo Perkasa perlu melakukan sedikit pemberahan pada website resminya yaitu freshnel.id, yang masih agak berat ketika diakses dan sering mengalami blank ketika digunakan terlalu lama melalui smartphone khususnya ios. Perbaikan ini penting karena website merupakan salah satu sarana utama promosi dan informasi bagi calon jamaah.
2. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar penelitian mengenai strategi pemasaran PT Freshnel Kreasindo Perkasa tidak hanya berfokus pada bauran pemasaran (7P), tetapi juga dikombinasikan dengan analisis kepuasan serta loyalitas pelanggan, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan.