

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis implementasi marketing mix syariah yang telah dilakukan oleh PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok yang berdiri sejak tahun 2017, dalam penelitian ini Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) yang dijadikan objek penelitian adalah PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok yang berkantor di Depok. Adapun yang menilai tingkat implementasi marketing mix syariah adalah 83 jamaah umrah dengan berbagai macam latar belakang pendidikan, usia, umur, pendidikan dan pekerjaan. Hasil penelitian dapat disimpulkan di bawah ini :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Implementasi Marketing Mix Syariah Pada Jasa Perjalanan Ibadah Umrah : Studi Kasus pada PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah Depok, menunjukkan implementasi marketing mix syariah masuk dalam kriteria baik. PT. Zahara Tour menerapkan 9P marketing mix syariah dari aspek *product, price, place, process, promotion, people, physical evidence, promise, patients*.
2. Dimensi dengan nilai tertinggi adalah dimensi harga dan sabar mendapatkan nilai rata-rata 5,5 dengan indikator pegawai Zahara Tour mempunyai kemampuan komunikasi yang baik dan mampu mengatasi masalah dengan bijaksana merupakan hal yang sangat penting dan bersifat jangka panjang, apabila dimensi sabar tidak di implementasikan dengan baik maka yang ada di benak jamaah umrah Zahara Tour adalah pelayanan yang tidak ramah dan tidak sopan serta ketidakmampuan pihak travel dalam mengatasi berbagai masalah dengan baik sehingga jamaah umrah enggan untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa travel umrah Zahara Tour.
3. Dimensi dengan nilai terendah adalah dimensi produk, promosi dengan nilai rata-rata 5,2. Rendahnya penilaian dimensi produk, promosi dari penilaian dimensi lainnya menjadi hal yang perlu di tingkatkan lagi dari segi strategi dan pelaksanaannya. Dimensi produk dengan indikator tingkat keberagaman paket umrah yang ditawarkan Zahara Tour dan terjamin kehalalan paket umrah yang diberikan Zahara Tour perlu di tingkatkan lagi dengan menambah pilihan paket umrah yang menarik dan mampu bersaing dengan travel umrah lainnya. Pilihan paket umrah

Salim Abdullah, 2019

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA PERJALANAN IBADAH UMRAH (PT. ZAHARA TOUR MUTIARA BAKKAH DEPOK)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang belum beragam salah satunya disebabkan Zahara Tour adalah travel yang baru berdiri sejak 2017 sehingga banyak aspek yang perlu di tingkatkan kedepannya termasuk promosi yang digunakan Zahara Tour masih terbatas dengan periklanan melalui media sosial menggunakan web, facebook *ads* dan Instagram.

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

Hasil keseluruhan implementasi marketing mix syariah masuk dalam kategori baik, hal ini berimplikasi pada banyaknya jamaah umrah Zahara Tour merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Zahara Tour. Implementasi marketing mix syariah yang diterapkan Zahara Tour telah banyak memberikan memberikan kekuatan dan pengetahuan untuk memanfaatkan peluang yang ada berimplikasi pada kemampuan Zahara Tour dalam dimensi sabar yang mempunyai nilai paling tinggi, apabila dimensi sabar tidak di implementasikan dengan baik maka yang ada di benak jamaah umrah Zahara Tour adalah pelayanan yang tidak ramah dan tidak sopan serta ketidakmampuan pihak travel dalam mengatasi berbagai masalah dengan baik sehingga jamaah umrah enggan untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa travel umrah Zahara Tour.

Berdasarkan pemaparan diatas, adapun rekomendasi yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan strategi produk dan promosi dengan jangkauan pasar yang lebih luas mengingat masih sangat banyak calon jamaah potensial yang ada dan belum dijangkau oleh Zahara Tour, ini berarti masih ada peluang dan kesempatan yang bisa dimanfaatkan oleh Zahara Tour.
2. Melakukan riset dan penelitian melalui survei pada jamaah umrah Zahara Tour tentang kepuasan jamaah atas pelayanan jasa yang diberikan, serta untuk mengumpulkan informasi *trend* pasar yang memberikan peluang di masa depan.