# BAB VI
# HASIL PENELITIAN

## A. Kesimpulan

Kesimpulan berikut ini merupakan hasil akhir dalam sebuah penelitian. Adapun kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian berikut ini adalah:

1. Strategi pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung dalam menghadapi persaingan usaha pasca penerapan sistem multi level marketing adalah dengan mengganti sistem tersebut menggunakan sistem referal. Sistem referal merupakan bentuk komunikasi promosi yang dilakukan oleh jamaah melalui kelompok referensi dengan melakukan pembicaraan langsung kepada calon jamaah yang selanjutnya jamaah tersebut akan diberikan insentif dari perusahaan jika berhasil mendatangkan jamaah baru. Sistem referal terdiri dari dua faktor lingkungan yang saling berpengaruh yakni lingkungan ekstrapersonal dan lingkungan intrapersonl. Lingkungan ekstrapersonal yang terdapat pada PT Arminareka Perdana Tulungagung yakni iklim bisnis perusahaan berupa persaingan usaha yang timbul setelah adanya kebijakan Kemenag yang melarang penerapan sistem pemasaran multi level marketing, budaya perusahaan yang selalu menginginkan kepuasan jamaah dalam setiap pelayanannya, jaringan sosial tempat jamaah untuk merekrut calon jamaah baru, serta insentif yang akan diterima jamaah yang berhasil memperoleh jamaah baru. Dan lingkungan intrapersonal yang berupa kepuasan

yang akan diperoleh jamaah setelah bergabung menjadi jamaah PT Arminareka Perdana Tulungagung.

2. Faktor pendukung penerapan strategi pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung dalam menghadapi persaingan usaha pasca penerapan sistem multi level marketing berasal dari fasilitas-fasilitas pelayanan purna jual yang diberikan oleh PT Arminareka Perdana pusat. PT Arminareka Perdana pusat memberikan layanan pendukung strategi pemasaran berupa: pemberian aplikasi khusus kepada jamaah yang menjalankan hak usaha yang berguna untuk mengelola data jamaah yang menghubungkan kantor cabang atau kantor perwakilan dengan kantor pusat, adanya sosialisasi berkala tentang strategi-strategi pemasaran baru yang dilakukan oleh kantor pusat, dan adanya pergantian pemberian komisi jamaah yang melalui pengalihan jamaah menjadi anggota Arminareka Pharmasia Pratama. Sedangkan faktor penghambatnya berasal dari adanya rasa khawatir dalam diri jamaah terhadap perubahan sistem yang baru serta kurangnya sosialisasi yang menyeluruh tentang strategi pemasaran kepada jamaah. Sehingga upaya yang dilakukan PT Arminareka Perdana Tulungagung untuk menghadapi hambatan tersebut yakni dengan menggunakan kekuatan lingkungan internalnya untuk mencari jalan keluar melalui berbagai rapat dan diskusi singkat secara internal.

3. PT Arminareka Perdana Tulungagung memegang teguh prinsip-prinsip pemasaran Islam yakni selalui berpegang teguh pada prinsip kejujuran, amanah, adil, dan tidak curang kepada jamaahnya. Adapun tujuan selalu dipegangnya

prinsip-prinsip tersebut meskipun PT Arminareka Perdana Tulungagung adalah untuk menciptakan layanan yang maksimal bagi jamaahnya.

**B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang terangkum dalam kesimpulan di atas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada Pimpinan PT Arminareka Perdana Tulungagung. Hendaknya pimpinan PT Arminareka Perdana Tulungagung memberikan kejelasan yang lengkap dan memberikan pengertian tentang alasan dihapuskannya sistem pemasaran yang sebelumnya kepada jamaah yang sudah bergabung supaya jamaah tidak merasa khawatir dan bingung tentang pelaksanaan strategi pemasaran yang baru.
2. Kepada Masyarat. Hendaknya masyarakat yang akan melaksanakan ibadah haji atau umroh ada baiknya untuk mengecek terlebih dahulu legalitas serta strategi pemasaran yang dijalankan travel haji dan umroh yang dipilih. Supaya kedepannya masyarakat tidak tertipu dengan adanya travel haji dan umroh yang tidak memiliki legalitas yang sah. Serta supaya kedepannya masyarkat tidak mudah tertipu dengan travel haji dan umroh yang memberikan iming-iming harga murah dengan sistem pemasaran yang malah merugikan masyarakat sendiri.
3. Kepada peneliti yang akan datang. Hendaknya peneliti yang akan datang mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan peranan strategi pemasaran terhadap perubahan sistem pemasaran secara luas. Mengingat secara garis besar penelitian tentang perubahan sistem pemasaran pada PT Arminareka Perdana

Tulungagung dengan sistem referal ini merupakan tahap awal. Sehingga kedepannya dapat dijadikan acuan untuk dikembangkan lebih lajut.