BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan diskusi yang sudah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal, antara lain sebagai berikut:

1. Faktor-faktor penghambat yang dihadapi Salam Tour dalam mengimplementasikan strategi pemasaran terdiri atas faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi keterbatasan sumber daya manusia di bidang pemasaran digital, keterbatasan anggaran promosi, serta sarana pendukung pemasaran yang belum optimal. Sementara itu, faktor eksternal meliputi rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pariwisata halal, tingginya persaingan antar biro perjalanan, perkembangan tren pemasaran digital yang berlangsung sangat cepat, serta kondisi ekonomi masyarakat yang memengaruhi minat berwisata. Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, Salam Tour melakukan upaya melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia di bidang pemasaran, optimalisasi pemanfaatan media digital, serta pemberian edukasi kepada masyarakat mengenai konsep dan manfaat produk pariwisata halal yang ditawarkan.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan Salam Tour dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap produk pariwisata halal dilakukan melalui pemanfaatan media digital, promosi secara online dan offline, pembangunan kepercayaan pelanggan, penyediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim, serta evaluasi strategi pemasaran secara berkala. Penerapan strategi tersebut diwujudkan melalui penyampaian informasi yang jelas mengenai konsep wisata halal, pemanfaatan media sosial dan website sebagai sarana promosi, pendekatan edukatif kepada masyarakat, pemeliharaan kualitas pelayanan, serta penyediaan fasilitas yang mendukung kenyamanan wisatawan muslim. Strategi tersebut mampu meningkatkan ketertarikan, kepercayaan, dan minat masyarakat terhadap produk pariwisata halal yang ditawarkan Salam

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Tour, sekaligus memperkuat daya saing perusahaan di tengah persaingan industri perjalanan wisata yang semakin kompetitif.

B. Saran

Bagian saran ini ditujukan kepada seluruh pihak yang terlibat dan berkontribusi dalam penelitian, dengan harapan dapat memberikan manfaat serta menjadi bahan pertimbangan dan rujukan bagi pelaksanaan penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, rekomendasi yang disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Salam Tour disarankan untuk terus meningkatkan efektivitas strategi pemasaran, khususnya melalui penguatan pemasaran digital dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial secara lebih optimal dan konsisten. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan edukasi kepada masyarakat mengenai konsep dan manfaat pariwisata halal agar pemahaman calon wisatawan semakin baik. Pengembangan kompetensi sumber daya manusia di bidang pemasaran digital, peningkatan kualitas pelayanan, serta inovasi produk wisata halal juga perlu terus dilakukan agar perusahaan mampu bersaing dengan biro perjalanan lainnya dan meningkatkan minat wisatawan terhadap produk yang ditawarkan.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian mengenai strategi pemasaran pariwisata halal dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda atau memperluas cakupan penelitian pada berbagai biro perjalanan dan destinasi wisata halal di daerah lain. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap minat wisatawan. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh dapat menjadi referensi yang lebih luas dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktik pemasaran pada industri pariwisata halal.
3. Bagi masyarakat sebagai calon wisatawan, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai konsep pariwisata halal sehingga tidak hanya memandang wisata halal sebagai perjalanan ibadah semata, tetapi sebagai bentuk layanan wisata yang memberikan kenyamanan, keamanan, dan kemudahan dalam menjalankan aktivitas sesuai prinsip-prinsip syariah. Dengan

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

meningkatnya pemahaman tersebut, diharapkan minat masyarakat terhadap produk pariwisata halal semakin tinggi serta mampu mendukung perkembangan industri pariwisata halal di Indonesia.

4. Bagi pemerintah daerah maupun instansi yang berkaitan dengan sektor pariwisata, disarankan untuk terus memberikan dukungan terhadap pengembangan pariwisata halal melalui program sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta promosi destinasi wisata halal. Selain itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam meningkatkan literasi mengenai konsep pariwisata halal sehingga mampu memperluas pasar wisata halal serta meningkatkan daya saing industri pariwisata, khususnya di Cirebon.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON