

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang dilakukan dengan fokus mendalam perusahaan pada membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan calon jamaah. Strategi komunikasi *public relations* dan strategi pemasaran yang diterapkan dan dirancang secara cermat dengan menganalisa seluruh aspek dari tahapan awal hingga akhir dengan tepat. Strategi – strategi ini dilakukan dengan melihat dari cara pandang yang menyeluruh, terintegrasi, dinamis untuk mendukung pertumbuhan perusahaan di industri perjalanan umroh yang kompetitif.

Inovasi baru yang dilakukan PT Khaira Berkah Mandiri yaitu berhasil merancang pendekatan yang berfokus pada edukasi dan dakwah sebelum menawarkan produk umroh kepada para calon jamaah. Melalui seminar langsung dan kampanye pemasaran digital yang informatif, perusahaan tidak hanya menjual layanan, tetapi juga memberikan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya perjalanan spiritual. Melalui pendekatan ini, membantu menciptakan hubungan emosional yang kuat antara perusahaan dan calon jamaah dengan menunjukkan bagaimana strategi *public relations* yang terencana dengan baik, layanan pelanggan yang unggul, inovasi pemasaran untuk membangun reputasi dan citra yang kuat dan kepercayaan jamaah yang tinggi.

Selain itu, penggunaan media sosial yang dilakukan secara efektif juga menjadi strategi utama dalam meningkatkan citra baik perusahaan kepada masyarakat. Media sosial merupakan alat bagi perusahaan PT Khaira Berkah Mandiri sebagai sarana komunikasi yang transparan, interaktif, dan juga kredibel. Dalam penggunaan media sosial, perusahaan PT Khaira Berkah Mandiri juga memiliki situs *website* resmi agar memudahkan para calon jamaah mengakses dan mengenal lebih jauh perusahaan ini. Karena pada situs resmi dan akun sosial media perusahaan memberikan transparansi yang diinginkan masyarakat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Strategi *Public Relations* PT Khaira Berkah Mandiri dalam Membangun Citra dan Kepercayaan Jamaah” penulis memiliki beberapa saran untuk memperkuat strategi dalam meningkatkan kinerja dan memperluas jangkauan pasar, dan membantu peneliti lain apabila memiliki pola teliti yang serupa. Saran yang diberikan penulis sebagai berikut :

1. Saran praktis dari penulis adalah perusahaan melakukan pengembangan program edukasi untuk memperluas materi edukasi, tidak hanya tentang ibadah umroh, tetapi juga mengenai manajemen keuangan untuk melakukan perjalanan ibadah umroh agar lebih relevan bagi berbagai segmen pasar.
2. Perusahaan juga diharapkan dapat mengoptimalkan pelayanan digital untuk memperluas layanan customer service berbasis aplikasi untuk meningkatkan kecepatan respons dan kemudahan akses bagi para jamaah.
3. Perusahaan bisa melakukan diversifikasi pada strategi pemasaran yang sudah dilakukan, guna meningkatkan penggunaan platform – platform lainnya bisa dengan menggunakan dan membuat video yang menarik pada aplikasi terbaru seperti Tiktok untuk menjangkau audiens yang lebih muda dan lebih luas lagi.
4. Penelitian ini diharapkan menjadi sebuah acuan atau pembandingan bagi penelitian lain untuk menyempurnakan dan menambah kajian penelitian mengenai strategi *public relations* guna membangun citra yang baik dan menumbuhkan rasa kepercayaan dari para calon jamaah.