

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelaahan data penelitian atas Strategi Pemasaran Ojek Sahabat Wanita (OJESA) Wilayah Palembang dalam Meningkatkan Pelanggan disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi berbasis komunikasi yang berdasarkan nilai-nilai islami, Memberikan kesamaan dalam melayani, Selalu memberikan pola komunikasi yang simpatik dan menjelaskan, Menggunakan prinsip “tepat waktu”, dan Pemberian tarif sesuai dengan standar yang ada
2. Strategi pemasaran OJESA dalam meningkatkan pelanggan selama ini adalah dengan menjalin silaturahmi, memasarkan dan mengenalkan OJESA ke pelanggan melalui *online* (sosial media) dan *offline* (sebar brosur) dan juga dengan menawarkan banyak jasa, harga yang bersahabat, ramah, sopan, tepat waktu serta taat protokol kesehatan.
3. Dari hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa OJESA Palembang dalam menerapkan pemasarannya dalam kondisi yang cukup kuat dan peluang yang bagus. Dengan meningkatkan SDM dan pelayan yakni keamanan, kenyamanan, sopan dan ramah, harga yang murah dan bersaing serta kemudahan dalam pemesanan tentu akan memberikan OJESA *image* yang baik yang tentunya dapat merebut pasar OJESA lebih luas lagi.

B. Saran

Hasil penelitian ini memberikan beberapa saran dalam upaya meningkatkan strategi pemasaran sebagai berikut:

1. Perlu ada evaluasi dalam pengaturan waktu pemesanan yang lebih efisien, sehingga proses pelayanan sebagai bagian dari strategi dapat lebih efektif dan efisien. Dari sisi ini dibutuhkan standarisasi yang harus dimiliki oleh OJESA
2. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan menilai pada aspek implementasi keadilan pada pelanggan dari sisi usia.

DAFTAR PUSTAKA

- Astutik Y. (2020). *21,7 Juta Masyarakat Indonesia Pakai Transportasi Online*, (CNBC Indonesia). diakses pada 02 Desember 2021 dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200317150135-37-145529/217-juta-masyarakat-indonesia-pakai-transportasi-online>
- Databoks. (2020). *Grab dan Gojek, Layanan Transportasi Online Paling Populer di Masyarakat*, (katadata) diakses pada 10 Januari 2022 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/grab-dan-gojek-layanan-transportasi-online-paling-populer-di-masyarakat>
- Chusna Farisa Fitria. (2019, November 27). *Survei KRPA: 46,8 Persen Orang Pernah Dilecehkan di Transportasi Umum, Mayoritas di Bus*, (Kompas). Diakses pada 02 Desember 2021 dari <https://nasional.kompas.com/read/2019/11/27/13315891/survei-krpa-468-persen-orang-pernah-dilecehkan-di-transportasi-umum?page=all#:~:text=JAKARTA%2C%20KOMPAS.com%20%2D%20Koalisi,acak%20di%20seluruh%20provinsi%20Indonesia>
- Bagas, Soesilo Galih. 2021. *Penegakan Hukum Pelaku Tindak Pidana Pelecehan Seksual terhadap Perempuan di Moda Transportasi Umum Konvensional*. Jurnal Ahmad Dahlan Legal Perspective Volume 01. Issue 02. pp. 145-154
- Fahmi, Irfan. 2015. *Manajemen Strategis*. Bandung: Alfabeta
- Supanto, Fajar. 2019. *Manajemen Strategi Organisasi Publik Dan Privat*. Malang: Empatdua Media
- Basu Swastha Dharmmesta, Hani Handoko. 2014. *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE- Yogyakarta

- Supanto, Fajar. 2019. *Manajemen Strategi Organisasi Publik Dan Privat*. Malang: Empatdua Media
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga
- Herdiana Abdurrahman, Nana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Putaka Setia
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok : PT. RajaGrafindo Persada
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi
- Fadilah, Nur. 2020. *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah*. Jurnal Salimiya Institut Agama Islam Faqih Asy'ari Kediri, Indonesia. Volume 1. Number 2. e-ISSN: 2721-7078
- Triyaningsih, Sri lestari. 2012. *Strategi Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah*. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan. 12 (1)
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Canter for Academic Publishing Service
- Abdullah, Thamri dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Iskandar K. dan Andriyani W. 2014. *Pengaruh strategi pemasaran terhadap penjualan batubara pada PT. Cahaya Mantingan Nusantara Jakarta*. Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan 7(1). 44307
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta selatan : Salemba Empat

- Christian. 2015. *Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan Pengembangan Stasiun Kereta Api Tanjung Karang Di Lampung*. Diakses pada 08 Maret 2022 dari <http://e-journal.uajy.ac.id/7732/>
- Ferdila, Merdiana dkk. 2021. *Analisis Dampak Transportasi Ojek Online Terhadap Pendapatan Ojek Konvensional di Kota Jambi*. IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business Volume 6. Nomor 2. 134-142.
- Watung, Mega Putri. Dkk. 2020. *Analisis Perbandingan Pendapatan Ojek Konvensional Dan Ojek Online Di Kota Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sam Raturangi, Manado Volume 20 No. 03.
- S. Wuisan, Hestiani. Dkk. 2020. *Pengaruh Transportasi Berbasis Online Terhadap Mobilitas Masyarakat Di Kota Manado*. Universitas Sam Raturangi.
- Kurniasih, Yuli. 2022 Februari 7. *Personal Interview*
- Lim, Andry Lindi. Analisis SWOT dalam Menentukan Posisi Kompetitif (Studi Kasus PT Wahana Prima Anugerah di Pontianak) Skripsi 2020.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*.
- Bilung, Septinor. 2016. *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda pada CV.Semoga Jaya di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur*. Ejournal Administrasi Bisnis, 116-127
- Farida, Ida, Achmad Tarmizi, dan Yogi November. 2016. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7p Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Gojek Online*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis . Vol.1, No.1,; 31-40 ISSN 2527 – 7502.

- Yunita, Vicky Brama Kumbara, dan Ronni Andri Wijaya. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Gojek Indonesia*”, Jurnal Ilmu Manajemen Terapan. Vol 1, No 6 (2020): E-ISSN : 2686-4924, P-ISSN : 2686-5246.
- Mulyati, Yufina dan Miko Afrianto. 2018. *Analisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap minat berkunjung kembali pada destinasi wisata pantai carocok painan kabupaten pesisir selatan (studi kasus pada wisatawan domestik)*. Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Vol 6, No 2: 191-200 E-ISSN: 2548-9836
- Humaidi, Muchtim. 2019. *Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada usaha furniture di some randers madiun*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.
- Noor, Syamsudin. 2014. *Penerapan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio Di Malang (Studi Kasus Pada Pt. Astra International Tbk. – Daihatsu Malang)*. Jurnal Intekna, Tahun XIV, No. 2,; 102 – 209.
- Mubarok , Nurul. 2017. *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*. Jurnal I-Economic. Vol.3, No 1.
- Puspaningtyas, Meinarti. 2012. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa*. Jurnal Dinamika Dotcom Vol 2. No 1
- Rizal, Moch. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Go-Jek Indonesia Pasca Keluarnya Uber Dari Pasar Transportasi Daring Indonesia*. Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen Volume 8. Nomor 2. EISSN : 2716-3830 ISSN : 2088- 219X.
- Fuadi, Dio Ahmad. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Transportasi Bus Damri Dalam Menghadapi Persaingan Pt. Kereta Api Indonesia Trayek*

Medan-Binjai. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.

Jelitasari, Tiara Nenny. 2018. *Penerapan Strategi Pemasaran Pada Transportasi Berbasis Aplikasi Digital “Omjek” Ojek Online Tulungagung Ditinjau Dari Perspektif Bisnis Islam (Studi Melalui Pendekatan Analisis SWOT)*. Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

A.Sombang, Carlos. Dkk. 2018. *Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Minahasa Utara dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah*. Jurnal: Jurusan Ilmu Pemerintahan. Volume. 1. No. 1. ISSN : 2337-5736

Hanny, Setyorini. Dkk. 2016. *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (studi kasus Restoran WS. Soeakrno Hatta Malang)*. Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri. Volume 5. No. 1. ISSN : 46-53.

Afrinantica, Cindy. 2022 Maret 14. *Personal Interview*

Supanto, Fajar. 2019. *Manajemen Strategi Organisasi Publik Dan Privat*. Malang: Empatdua Media

Sundalangi, Marchelyno. Dkk. 2014. *Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado*. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi. Vol. 2. No. 1

David, Fred R. dan David, Forest R. 2017. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat

- Cahyani, Utari. 2016. *Strategi Bersaing dalam Berbisnis Secara Islami*. At-Tijarah : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam. Volume 2. Nomor 1
- Ruswinda, Eva. Dkk. 2019. *Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kenyamanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Ekonomi AC Penetaran Jurusan Surabaya-Malang-Blitar*. Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang
- Tresiya, Dhita. Dkk. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Gojek Di Kota Kediri)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi. Vol. 1. No. 2 208-224
- Samsuni, Samsuni. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Al-Falah : Jurnal Ilmiah Keislaman Dan Kemasyarakatan. Vol. 17 No 1. 113-124