

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Live streaming TikTok merupakan media promosi yang blum efektif dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh. Penggunaan fitur dari aplikasi live streaming dapat mempermudah dalam proses promosi ibadah umroh memberikan informasi yang jelas. Hanya dengan menggunakan fitur live streaming tik tok serta dengan adanya influencer sebagai tempat untuk bertanya masyarakat bisa dengan mudah yakin tanpa harus ragu untuk mendaftar umroh tanpa harus jauh-jauh datang ke Kantor BSTravel untuk bertanya.
2. Respons audiens terhadap konten live streaming umroh PT BSTravel Bengkulu dapat dikategorikan menjadi tiga pola utama yakni Penerimaan Positif, Penerimaan Bersyarat, dan Penolakan/Skeptis oleh karena Influencer memiliki peran kunci dalam membangun kepercayaan dan menarik minat audiens pada saat live streaming agar audiens mau menetap dan menontong berbagai hal yang di sampaikan pada saat live berlangsung.

B. Saran

1. Sebaiknya penerapan Aplikasi tik tok dalam peromosi elektronik disosialisasikan tidak hanya di feeds intagram atupun tiktok namun perlu adanya petugas khusus dalam melakukan promosi umroh melalui aplikasi tik tok secara langsung dan berkala baik pada platform media sosial, terjun langsung agar lebih aktif lagi dalam menyebar luaskan era baru promosi digital live streaming, agar masyarakat mengetahui pendaftaran umroh dapat dilakukan secara elektronik pada aplikasi tik tok. Sehingga banyak audiens yang hadir pada saat siaran live berlangsung
2. Tampilkan secara konsisten dokumen legalitas (PPIU, Kemenag, ASITA), alamat kantor cabang Bengkulu, dan testimoni video autentik jamaah selama live streaming untuk mengurangi persepsi risiko audiens, Lakukan pelatihan komunikasi persuasif dan regulasi umroh terbaru untuk host/admin; sediakan perangkat backup (modem, mic, lighting) untuk meminimalkan gangguan teknis, Pantau metrik engagement (retention rate, CTR, conversion rate) dan lakukan A/B testing terhadap variasi waktu siaran, durasi, format host, dan jenis promo untuk optimasi ROI. Influencer adalah kunci utama pada saat live streaming berlangsung dalam membangun kepercayaan dan menarik minat audiens pada saat live streaming agar audiens mau menetap dan menontong berbagai hal yang di

sampaikan pada saat live berlangsung sehingga influencer harus tampil optimal agar kepercayaan audiens makin meningkat.



DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, Lulu Rahma, *'Efektivitas pemasaran digital dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh haqeen travel'* (skripsi universitas islam negeri ar-raniry hidayahatullah jakarta,2024)h.1
- Ardila, *Value for Money: Konsep dan Aplikasi dalam Pengukuran, Efektivitas Program Sektor Publik* Edisi 1 (Depok: , Universitas Indonesia Press 2015), h. 28-32.
- Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: , Rineka Cipta, 2020).h 121
- Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahan, Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fahd, 1418 H.
- A. Sonny Keraf dan Robert Haryono Imam. 2024. *Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius
- Abdullah, Johari Bin, Jamil Haji Hamali, and Firdaus Abdullah. 2015. *"Success Strategies in Islamic Marketing Mix."* Journal of Islamic Marketing 16 (3): 480– 99.
- Coviello, N., Milley, R., Marcolin, B, *"Understanding IT-enabled , interactivity in contemporary marketing"*. Journal of Interactive Marketing, (Vol.15 No. 4, 2001) hal. 18-33
- Davent, Hendra, Riofita, *'strategi pemasaran dengan memanfaatkan fitur tiktok live streaming sebagai media promosi untuk menarik konsumen'*,pediaqu : jurnal pendidikan sosial dan humaniora1.1(2025)501-506(h.501
- Effendi, M. *Strategi pemasaran dalam Era New Normal* (Jakarta: Grsmedia.2020)

Fuad Akhmad, syahmardi yacob, 'Pengaruh media sosial dan daya tarik dalam meningkatkan minat umroh terhadap keputusan berkunjung ke tahah suci pada generasi milenial di kota jambi', manke u : jurnal manajemen terapan dan keuangan, 4.12(2022)845-849(h.845)

Fitriani , ''perkembangan teknologi , informasi dan komunikasi'' , 09Desember 2022. <
<https://acehprov.go.id/berita/kategori/serba-serbi/80-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi/>>
[Diakses, 22 oktober 2025]

Fadahunsi, Akin, and Samia Kargwell. 2025. "Social Media, Consumer Behavior and Marketing Strategy: Implications of 'Halal' on Islamic Marketing Operations." *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development* 3 (1): 36–43. <https://doi.org/10.15640/jsbed.v3n1a4>.

Gus Arifin, Tips & Trik Ibadah Haji Dan Umroh (PT Alex Media Komputindo, 2010).h.32.

Hermawan Kertajaya dan Syakir Sula. 2020. *Syariah Marketing*. , Bandung: Mizan, hl 17

Hafida Firdaus, Abd Aziz, and Abd Ghafur, 'Efektifitas Sistem Pelayanan Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Di PT. Safara Layanan Utama Probolinggo', *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 7.1 (2023), pp. 61– 72, doi:10.30631/iltizam.v7i1.1795.

Indrawan, R., & Yuniar, E. *Digital marketing communication strategy on social media*. (bandung:, Alfabeta.2019)

Kemenag.co.id, “*menag harap kouta kuota haji indonesia naik di 2023*”, juli 2022. <
<https://kemenag.go.id/internasional/menag-harap-kuota-haji-indonesia-naik-di-2023-v94lbu/>> [diakses, 22 oktober 2025]

Kotler, P. (2019). *Principles of marketing (16th ed.)*. pearson , education.

Marlena, '*audit manajemen fungsi pemasaran pada pabrik Steel , Steel & Constructions Ud. Trika Jaya Tulungagung*' , ,
LP2MUNITA : Jurnal Nusamba, 2.1 (2017), 10-20 (h.18)

Muhammad Noor, ‘Haji Dan Umrah’, *Jurnal Humaniora , Teknologi*, 4.1 (2018), pp. 38–42, doi:10.34128/jht.v4i1.42.

Muhammad Munadi Akhmad Anwar Dani, Mudhofir, ‘Makna Umrah Bagi Muslim Madura’, *Jurnal Reflektika*, 17.1 (2022), pp. 141–86.

noer, Kareena aulia rahma'*Efektivita promosi produk umroh melalui media sosial instagram pada PT.Haji taur travel*'
(Skripsi,uin syarif Hidayatullah jakarta,2024)h1

Nazir,*Metode Penelitian*.(Jakarta: Ghalia Indonesia,2019)h.71

Prasmono,A. *Live streaming marketing :mengoptimalkan siaran langsung sebagai strategi Bisnis*.(Yogyakarta: Andi offset 2021)

Rangkuti, F. *Strategi pemasaran digital di indonesia*.
(Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.2017)

Rizki, M. “Efektifitas Live Streaming dalam meningkatkan minat beli konsumen”. Jurnal ilmu , komunikasi, 18(2) (2020),45-60.

Ramadini,rahman dan putra idad,’Analisi video tiktok untuk mempertahankan perhatian konsumen terhadap layanan online jasa aqidah di media sosial’,ARS : jurnal seni rupa dan desain,27,2 (2024),85-92(h.85)

Santoso, *Manajemen layanan haji dan umroh*. (Surabaya : CV Bintang Timur.2020)

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.h.296

Sapmala Kiki, ‘kesalahan berbahasa pada penulisan media luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah ‘, *jurnal bahasa dan sastra indonesia*, 1.21 (2021), pp. 2775-4693

Syafril, Syafwendi, and M Fuad Hadziq. 2021. “Islamic Principles in Marketing : An Overview of Islamic Marketing Mix in Social-Media Campaign” 1 (1): 69–82. <https://doi.org/10.33830/elqish.v1i1.1568.2021>.

siti, ‘Pengaruh Live Streaming, Brand Awareness, Desain Web Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Di Jakarta Pusat’(skripsi: sekolah tinggi ilmu negri wiyatamandala,2021), h. 15

Suci Wulandari, Salman Daffa Nur Azizi, and Rifqi Thariq Hidayat, ‘Paradigma Ibadah Haji Dan Umroh Ditinjau Berdasarkan Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif Di Indonesia’, *Komparatif: Jurnal Perbandingan Hukum Dan Pemikiran Islam*, 3.2 (2024), pp. 171–88, doi:10.15642 / komparatif.v3i2.2137.

Timoty agustian berutu, 'pengaruh teknologi digital Terhadap perkembangan bisnis modern', Neptunus: Jurnal ilmu komputer dan teknologi informasi, 2.3 (2024), 358-370 (h. 359)

Tsurvey.co.id, "manfaat penelitian, pengertian, jenis dan contoh". 29 November 2024. <
<https://tsurvey.id/portal/manfaat-penelitian-pengertian-jenis-dan-contoh/>> [diakses 22 oktober 2025]

Undang-undang RI No 8 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan , ibadah haji dan umroh.

Uptjurnal.co.id, "Teknik analisis data: pengertian, jenis dan cara memilihnya". 13 April 2023. <
<https://uptjurnal.umsu.ac.id/teknik-analisis-data-pengertian-jenis-dan-cara-memilihnya/>> [diakses, 11 desember 2025]

W. Handayani, Fatchurrohman, I. Supriadi, and F. D. , Puspitasari, "Strategi Pemasaran Travel Umrah Dan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah", RIGGS, vol. 4, no. 2, pp. 6350–6354, Jul. 2025.

Wahyu handayani , 'strategis pemasaran travel umroh dan haji dalam menikatan kepuasan jamaah' sinta s5 : journal of artificial intelligence and digital busines 4.2(2025) 6350-6354(h.6352)

Wawancara Pribadi dengan ibu rika apriani , audiens live streaming tik tok , Pada Tanggal 4 mei 2026 Pukul 09.36 , WIB

Wawancara Pribadi dengan Bapak luthfi nur fadullah, Selaku
influencer live streaming tik tok , Pada Tanggal 4 mei ,
2026 Pukul 09.36 WIB

Wawancara Pribadi dengan ibuk lensi lita, jamaah pendaftar
melewati aplikasi live streaming tik tok, Pada Tanggal
mei , 2026 Pukul 15.50 WIB

Wawancara Pribadi dengan Bapak satrya budi utama , Selaku
Perwakilan Kepala Kantor BSTravel kota bengkulu ,
Pada , Tanggal 4 mei 2026 Pukul 09.36 WIB

Wawancara Pribadi dengan Bapak iswandi idris, Selaku jamaah
atau audiens live streaming tik tok , Pada Tanggal 6 juni ,
2026 Pukul 15.00 WIB

Wawancara Pribadi dengan ibuk Luha , Selaku calon jamaah atau
, audiens live streaming tik tok , Pada Tanggal 6 juni ,2026
, Pukul 15.36 WIB

Wawancara Pribadi dengan ibuk deti hayati ,Selaku calon ,
jamaah atau audiens live streaming tik tok , Pada Tanggal
, 6 juni ,2026 Pukul 14.00 WIB

Wahbah Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu* (Jakarta:Gema
Insani, 2011).

Zulfirman Rony, *'Implemetasi Metode Outdoor Learning Dalam
Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran
Pendidikan Agama Islam Di Man 1 Medan'* , Homepage :
Jurnal Penelितain, Pendidikan Dan Pengajaran,3.2
(2022),147-153 (h.150)

Zaini Miftach, *Buku Tuntunan Manasik Haji Dan Umrah*, 2018.