

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dalam memasarkan produk/jasa usahanya, Aqiqah Nurul Hayat menggunakan beberapa bauran komunikasi pemasaran, diantaranya produk Aqiqah Nurul Hayat berupa paket aqiqah siap saji, ada yang berupa kotakan, dan ada yang berupa paket daging dan gula saja. Ada beberapa klasifikasi harga untuk menyesuaikan kebutuhan dan kemampuan dari pelanggan.

Selain produk yang bermanfaat, dilengkapi juga dengan promosi yang efektif. Promosi yang dilakukan Nurul Hayat sejauh ini gencar melalui online, melalui instagram, facebook, whatsapp, sampai youtube. Bahkan Nurul Hayat telah membuka Marketplace untuk memudahkan pemesanan dan pembayaran melalui pembayaran online.

Selain untuk promosi produk/usaha, media sosial juga menjadi wadah untuk menginformasikan program lembaga. Program-program sosial dan laporan penyaluran dana oleh Lembaga Zakat Nurul Hayat secara tidak langsung memberi dampak positif untuk keberadaan Aqiqah Nurul Hayat, karena laporan kegiatan sosial tersebut memberi efek peningkatan kepercayaan khalayak kepada Nurul Hayat, sehingga memudahkan dalam beriklan.

Iklan Aqiqah Nurul Hayat gencar diluncurkan di Youtube, Web, dan Instagram Aqiqah Nurul Hayat, maupun web utama Nurul Hayat. Iklan-iklan

Nurul Hayat menampilkan *Public Figure* tanah air, yaitu artis atau tokoh-tokoh agama yang terpercaya. Iklan dibuat oleh kantor pusat, lalu kantor cabang melakukan penjualan langsung.

Pada awal berdirinya pada tahun 2011, bidang yang pertama beroperasi adalah Aqiqah Nurul Hayat Kediri. Selain promosi melalui banner, brosur, dan iklan di media cetak (majalah, koran), pengenalan produk juga dilakukan melalui penjualan langsung. Penjualan langsung yang baik dapat meningkatkan *image* yang baik.

Image building Nurul Hayat terbilang berhasil untuk meningkatkan kepercayaan khalayak. Beberapa pelanggan menggunakan jasa Aqiqah Nurul Hayat hanya karena percaya pada kehati-hatian Nurul Hayat dalam menjaga kualitas dan keshahihan pelayanannya.

Faktor pendukung bauran komunikasi pemasaran Aqiqah Nurul Hayat adalah kualitas produk, manajemen distribusi, pemesanan bersifat fleksibel, baik dengan kontak langsung atau melalui marketplace. Sedangkan faktor penghambatnya adalah harga yang terbilang cukup tinggi, di atas rata-rata paket aqiqah yang lain.

B. Saran

Untuk lebih mengembangkan penjualan produk/jasa bisnisnya, Aqiqah Nurul Hayat perlu mengembangkan wilayah penjualan hingga ke kota-kota pinggiran, dengan cara membuat kantor sub-cabang atau outlet-outlet di daerah sebagai tempat untuk khalayak yang berasal dari kota

pinggiran mencari informasi tentang Lembaga Nurul Hayat, agar tidak terlalu jauh sampai datang ke Kota Kediri. Hal ini juga memudahkan distribusi untuk pesanan produk aqiqah (atau yang lainnya) dan memudahkan untuk distribusi bantuan sosial.

1. Saran Akademis

Memperbanyak adanya referensi-referensi terbaru yang mendeskripsikan mengenai sisi output maupun prosesnya sehingga penelitian dapat dengan mudah mencari sampel dengan karakteristik yang beranekaragam, tidak hanya kemampuan atau motivasi saja yang dapat berpengaruh terhadap lembaga tersebut.

Serta untuk penelitian yang akan datang dalam pengambilan data primer tidak hanya dengan koesioner, perlu dengan observasi lapangan dan wawancara langsung ke responden sehingga hasil analisis yang di peroleh menjadi komprehensif, supaya penelitian yang di kerjakan dapat lebih mudah di fahami.

2. Saran Praktis

Perusahaan harus melakukan pembenahan dengan prioritas utama yaitu menyesuaikan pekerjaan yang di berikan kepada pegawai yang di selesaikan dengan minat dan bakat maupun pengetahuannya. Dan jugak pemberian motivasi kepada pegawai untuk lebih berkreaktifitas dalam melakukan pekerjaannya, serta memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan dalam menyelesaikan masalah apapun sehingga karyawan dapat mandiri dalam menyelesaikan tugas-tugasnya.

Pemberian bonus di luar gaji pokok dalam perusahaan tersebut akan menambah semangat kinerja para pegawai dengan syarat pencapaian program yang telah ditetapkan. Dan juga untuk membentuk sebuah perusahaan harus memiliki keterbukaan dengan masyarakat dan mengkomunikasikan produk tersebut secara jelas dengan cara melakukan tatap muka secara langsung dengan masyarakat agar masyarakat faham mengenai tujuan perusahaan tersebut.