

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan, strategi komunikasi pemasaran kelompok bimbingan ibadah haji Nasrul Ummah sebagai upaya meningkatkan jamaah di Kabupaten Kediri, sebagai berikut:

1. Bentuk komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh KBIH Nasrul Ummah dalam pelaksanaan Periklanan, alat-alat promosi yang digunakan berupa undangan, brosur, kalender, dan televisi. Promosi penjualan melalui pelayanan yang disediakan berupa proses administrasi di bank dan kemenag dibantu, dibimbing baik ketika berada di Tanah Air maupun di Arab Saudi, pelayanan umroh sunnah, fasilitas khusus untuk jamaah yang sakit dan lanjut usia, pembinaan pasca haji. Hubungan Masyarakat melalui beberapa acara berupa pengajian rutin, reuni Akbar, dan halal bihalal. Penjualan personal dengan cara menjalin kedekatan dengan calon jamaah dengan berkunjung ke rumah nya. Pemasaran Langsung dengan menggunakan rumah pembimbing (kantor cabang), nomer telepon, *Facebook*.
2. Kegiatan komunikasi pemasaran dipengaruhi oleh peran figur seorang kiai yaitu KH. A. Zainuddin Djazuli sebagai pengasuh pondok pesantren Al- Falah Ploso dan juga para pembimbing KBIH Nasrul Ummah yang mayoritas merupakan

kiai/tokoh masyarakat. Hal ini dimanfaatkan oleh KBIH Nasrul Ummah sebagai suatu strategi dalam menjalankan kegiatan promosinya dengan mencantumkan identitas kiai dalam setiap alat promosinya.

3. Komunikasi pemasaran terpadu yang telah dilaksanakan oleh KBIH Nasrul Ummah dapat dikatakan sudah maksimal karena peran figur kiai KH.A. Zainuddin Djazuli sebagai Pembina serta tokoh-tokoh kiai pembimbing di KBIH Nasrul Ummah. Selain itu adanya faktor pendukung berupa pelayanan & fasilitas yang memadai seperti adanya ikatan alumni jamaah, tersebarnya koordinator yang cukup merata wilayah Kabupaten Kediri, serta dengan penerapan hubungan masyarakat melalui *word of mouth* yang dilakukan oleh para pembimbing dan alumni KBIH Nasrul Ummah. Semua kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan KBIH Nasrul Ummah berfungsi untuk menunjang program-program kegiatan yang dijalankan serta sebagai pengingat bagi calon jamaah.
4. Kendala yang dihadapi KBIH Nasrul Ummah dalam melaksanakan pemasaran
 - a. Faktor usia dan pendidikan setiap jamaah berbeda. Berbeda pula dalam pemahaman sesuatu, pembimbing harus dengan sabar menjelaskan dan membimbing.
 - b. Keterbatasan dalam menggunakan alat komunikasi untuk orang yang sudah tua, pembimbing akan ke rumah calon jamaah untuk memberikan informasi.

B. Saran

Setelah menganalisa dan melakukan beberapa pengamatan peneliti dapat memberikan beberapa saran, diantaranya:

1. Hendaknya efektifitas yang telah dicapai KBIH Nasrul Ummah dipertahankan kualitas pelayanannya.
2. Hendaknya komunikasi pemasaran melalui media elektronik dan media internet juga dioptimalkan guna menunjang sosialisasi program-program haji.
3. Hendaknya terus membantu aktif sebagai mitra membantu program pemerintah sebagai lembaga bimbingan ibadah haji dalam proses penyelenggaraan ibadah haji.