

## ABSTRAK

**Muhammad Agus Maulana.** *Strategi Promosi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Dan Umroh (KBIHU) Al Kamiliyyah Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Haji (Studi Deskriptif Di KBIHU Al Kamiliyyah Jl. Sunan Gunung Djati Kp. Cibogo Rt 03/01 Cibarusah-Bekasi 17343).* Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2020.

Keberadaan lembaga non pemerintah yang bergerak dibidang haji yang berada di kabupaten bekasi pada tahun 2020 semakin banyak, namun sedikit yang di ketahui oleh masyarakat karena kurangnya informasi mengenai haji dan bagaimana fungsional lembaga haji. Hal ini menjadi perhatian besar bagi setiap lembaga untuk menunjukkan legalitas dan kualitasnya, agar masyarakat mudah mengenali dan memahami kerja dari lembaga tersebut melalui promosi.

Tujuan dari peneliti kaitannya dengan latar belakang masalah diatas yaitu mengetahui bagaimana perencanaan, keunggulan promosi dan implementasi dari perencanaan yang disusun oleh KBIHU Al Kamiliyyah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui startegi promosi yang diterapkan, sehingga dapat mencapai target dalam meningkatkan jumlah calon jamaah haji.

Pemilihan teori dalam penelitian ini memiliki relevansi dengan apa yang dibahas yaitu teori strategi dari Buzzel dan teori *promotion mix* dari Philip Khotler (dalam manajemen pemasaran, 2001:201) asumsin dasarnya adalah kepuasan dan kepercayaan tergantung pada alat komunikasi yang dilakukan dan strategi yang di terapkan pada saat promosi.

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui pendekatan kualitatif yang tertuju pada pemecahan masalah dengan cara menyusun data,menjelaskan data, menganalisa dan memaparkan perencanaan, keunggulan dan implementasi dari startegi promosi.

Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat dirumuskan strategi promosi yang tepat dalam meningkatkan jumlah calon jamaah haji KBIHU Al Kamiliyyah dilihat dari kekuatan dan peluang (*strengths and opportunities*) yaitu dari strategi yang digunakan dalam perencanaan dan keunggulan promosi pada penjualan personal (*personal selling*) yang kemudian sampai pada pengimplementasian strategi sesuai dengan kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan untuk memamanajemen yang berpengaruh pada peningkatan jumlah jamaah haji.

Dari perkembangan pemesaran di masyarakat yang terjadi pada saat ini, maka dapat disimpulkan bahwa promosi yang tepat untuk diterapkan di KBIHU Al Kamiliyyah dalam meningkatkan jumlah calon jamaah haji yaitu melalui

*personal selling* dengan dibantu alat komunikasi seperti persentasi penjualan, pertemuan penjualan, program intensif dan sampel wiraniaga (*retail selling, field selling, excecutive selling*).

Implikasi dari penelitian ini terbukti adanya hubungan saling menguntungkan antara lembaga KBIHU dengan calon jamaah, karena masing-masing merasakan efek dari penerapan strategi promosi, seperti meningkatnya jumlah calon jamaah haji yang mengikuti bimbingan kemudian keuntungan antara masyarakat dengan lembaga, yaitu kepercayaan masyarakat dan terbantunya atas pelayanan yang dilakukan oleh pihak KBIHU.

