# BAB IV

# HASIL PENELITIAN

## A. Gambaran Umum Objek Penelitian

### 1. Sejarah Berdirinya KBIH Bryan Makkah

Pada tahun 2001 Muncul Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dengan nama "BRYAN MAKKAH" yang berada dibawah naungan Yayasan Al-Jihad Surabaya adalah bermula dari sebuah persahabatan yang terjalin dengan diliputi suasana penuh keakraban antara Bapak Drs. KH. Moch. Imam Chambali dengan Bapak Brigjend H. Gunawan yang waktu itu beliau masih menjabat sebagai Wakapolda Metro Jaya. Persahabatan tersebut semakin akrab bahkan sudah menjadi hubungan kekeluargaan yang sangat dekat. Sehingga terjalin hubungan batin dan emosional yang sangat kuat.[67]

Ketika Bapak Drs. KH. Much. Imam Chambali menyampaikan beberapa ide dan pikirannya kepada Bapak Brigjend. H. Gunawan, bahwa Yayasan Al-Jihad Surabaya akan mengembangkan beberapa program, diantaranya: Majelis Dzikir satu bulan sekali, mendirikan Panti Asuhan Yatim Piatu, Taman Pendidikan Al Qur'an (TPQ), mendirikan Pondok Pesantren Mahasiswa dan sebagainya. Ternyata beliau sangat antusias dan mendukung penuh secara lahir dan batin, bahkan beliau

[67] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah, sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjadi salah satu penyandang dana dari semua program kegiatan Yayasan Al-Jihad Surabaya.[68]

Pada suatu hari Bapak Brigjend. H. Gunawan sekeluarga mendapat ujian dari Allah SWT yakni dengan meninggalnya seorang putra tercinta yang bernama "MUHAMMAD BRYAN", yang akhirnya terbentuklah sebuah pemikiran bahwa untuk mengingat dan mengabadikan segala kebaikan dan pengorbanan yang diberikan oleh Bapak Brigjend. H. Gunawan sekeluarga dengan ikhlas, maka didirikanlah sebuah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dengan nama "BRYAN MAKKAH". Dengan demikian nama "BRYAN MAKKAH" adalah sebuah nama yang monumental yang bermula dari proses perjalanan rohani dua insan yang mempunyai kesamaan visi dan misi untuk membimbing dan mendidik manusia untuk mengenal jati diri yang sejati, yakni dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Demikian sekilas sejarah KBIH Bryan Makkah Surabaya, semoga siapapun yang menggabungkan diri dengan KBIH Bryan Makkah senantiasa diberi hidayah dan mendapat ridlo serta dibarokahi Allah SWT, baik di dunia dan akhirat. Amiin.[69]

---

[68] Hasil dokumentasi KBIH pada buku kenang-kenangan jamaah, pada tanggal 19 Juli 2016

[69] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## 2. Visi dan Misi KBIH Bryan Makkah

Adapun visi dan misi KBIH Bryan Makkah Surabaya sebagai berikut :

a. Visi

1) Mendarmabaktikan seluruh aktifitas sebagai hamba Allah dalan memberikan bimbingan kepada kepada jamaah semata-mata karena ibadah Allah SWT. Dan terhadap ridhanya (dipraktekkan dalam sikap tawaddlu', tunduk dan patuh kepada Allah SWT).
2) Mengimplementasika nfungsi khalifah Allah di muka bumi, diwujudkan dalam sikap proaktif, inovatif dan kreatif yang di bangun atas dasar keikhlasan dan akhlakul karimah.

b. Misi

1) Mengutamakan kepuasan pelayanan bagi calon jamaah haji
2) Meningkatkan mutu SDM yang berkesinambungan sesuai dengan perkembangan zaman
3) Melengkapi sarana dan prasarana
4) Meningkatkan suasana yang harmonisa antara pembimbing dengan jamaah haji
5) Memperbaiki sistem kerja secara profesional.[70]

[70] Hasil dokumentasi dari brosur KBIH Bryan Makkah Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

### 3. Letak geografis KBIH Bryan Makkah

Secara geografis KBIH Bryan Makkah pondok pesantresn Al-jihad Surabaya berlokasi di jalan Jemursari utara III/9 kelurahan Jemurwonosari kecamatan Wonocolo kota Surabaya.[71] Lokasi KBIH Bryan Mekkah ini sangat strategis dan mudah dijangkau karena posisinya berdekatan dengan jalan raya. Untuk lebih jelasnya letak geografis KBIH Bryan Makkah pondok pesantren Al-jihad Surabaya adalah[72]:

a. Sebelah utara batasan dengan Wonocolo
b. Sebelah timu batasan dengan jalan raya Jemursari
c. Sebelah selatan berbatasan dengan jalan raya Ngawinan
d. Sebelah barat berbatasan dengan jalan Jemurwonosari.

### 4. Tujuan

Memiliki arti sangat penting sebagai dasar untuk melakukan aktifitas dalam memberikan dan membantu para jamah haji Bryan Makkah dengan pelayanan prima, baik urusan administrasi haji, materi manasik, bimbingan manasik, layanan sebelum berangkat, dalam perjalanan, masa perjalanan, masa pelaksanaan ibadah haji, dan membimbing jamaah menjadi haji yang mabrur.[73]

---

[71] Hasil dokumentasi KBIH Bryan Makkah pada browsur, pada tanggal 20 Juli 2016
[72] Hasil observasi pada kantor KBIH Bryan Makkah pada tanggal 18 Juli 2016.
[73] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah pada tanggal 20 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**5. Motto**

Amanah dan Profesional dalam Memberikan Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh.[74]

**6. Strukur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan kerangka yang menunjukan segenap tugas pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi, hubungan antara fungsi-fungsi serta wewenang dan tanggung jawah setiap tugas pekerjaan itu. Dengan demikian struktur organisasi mempunyai unsur-unsur sebagai berikut:

a. Adanya kerangka yang menunjukkan tugas pekerjaan untuk mencapai tujuan organisasi.
b. Adanya hubungan antara fungsi fungsi organisai.
c. Adanya wewenang dan tanggung jawab.

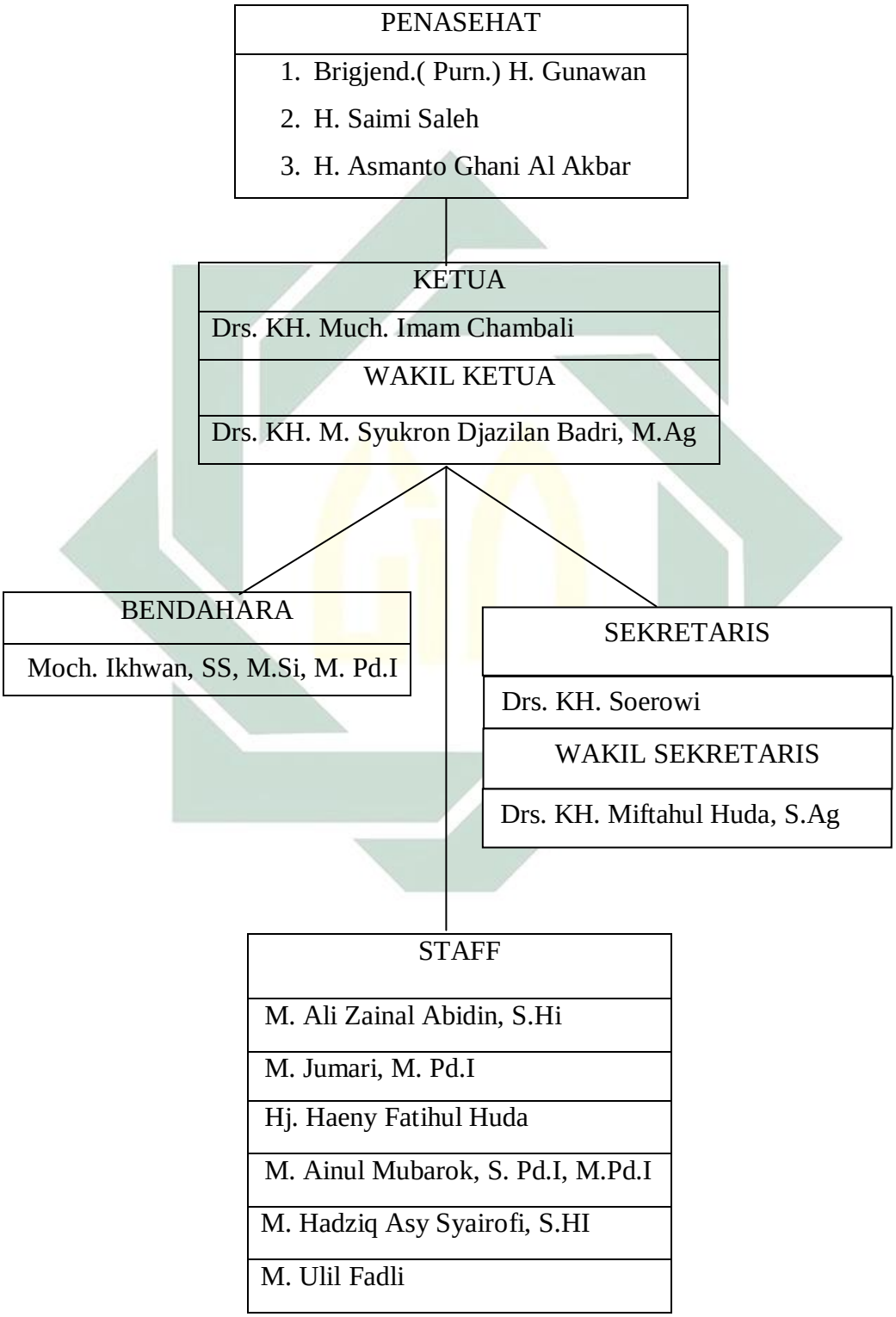
Adapun struktur organisasi yang dipakai oleh KBIH Bryan Makkah adalah sebagai berikut:[75]

[74] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah pada tanggal 13 Juni 2016.
[75] Observasi dan hasil dokumen KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 13 Juni 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

STRUKTUR KEPENGURUSAN KBIH BRYAN MAKKAH

SURABAYA




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| |
|---|
| M. Sholihin, S.HI, M.HI |
| H. Abdul Wafi Ali, S.Pd.I, M.Pd.I |
| Fajar Aris Saputra, S.Pd.I |

| STAFF SKRETARIAT |
|---|
| Ali Mashudi, S.HI |
| Samrotul Kholilah |
| Zahrotul Jannah, S.Psi |
| Lutfiyah Hanum Faridah, S.Th.I |

Penasehat :

1. Brigjend.( Purn.) H. Gunawan
2. H. Saimi Saleh
3. H. Asmanto Ghani Al Akbar

Ketua : Drs. KH. Much. Imam Chambali

Wakil ketua : Drs. KH. M. Syukron Djazilan Badri, M.Ag

Sekretaris : Drs. KH. Soerowi

Wakil sekretaris : Drs. KH. Miftahul Huda, S.Ag

Bendahara : Moch. Ikhwan, SS, M.Si, M. Pd.I

Anggota/staff :

1. M. Ali Zainal Abidin, S.Hi
2. M. Jumari, M. Pd.I
3. Hj. Haeny Fatihul Huda

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. M. Ainul Mubarok, S. Pd.I, M.Pd.I
5. M. Hadziq Asy Syairofi, S.HI
6. M. Ulil Fadli
7. M. Sholihin, S.HI, M.HI
8. H. Abdul Wafi Ali, S.Pd.I, M.Pd.I
9. Fajar Aris Saputra, S.Pd.I

Staff Skretariat :

1. Ali Mashudi, S.HI
2. Samrotul Kholilah
3. Zahrotul Jannah, S.Psi
4. Lutfiyah Hanum Faridah, S.Th.I

Pembimbing :

1. Drs. KH. Much. Imam Chambali
2. Nyai Hj. Luluk Khumaidah Chambali, SH, S.Pd.I
3. Drs. KH. M. Syukron Djazilan Badri, M.Ag
4. Drs. KH. Miftahul Huda, S.Ag
5. Dr. KH. Saiful Jazil, M.Ag
6. Dr. KH. Jaenuddin, M.SI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pembentukan struktur juga dibentuk tugas dan tanggung jawab dari struktural tersebut, adapun tugas dan tanggung jawab dari struktur kelembagaan KBIH Bryan Makkah adalah sebagai berikut:

1) Penasehat bertugas untuk mengawasi kegiatan organisasi, dan bersifat tidak langsung.
2) Ketua bertugas melaksanakan tugas harian dan mengawasi secara langsung dilapangan proses kerja organisasi.
3) Wakil ketua menggantikan posisi ketua ketika dibutuhkan.
4) Sekretaris bertugas menjalankan proses administrasi organisasi.
5) Bendahara bertugas sebagai manajer keuangan yang mengerjakan dan mengatur keuangan organisasi.
6) Anggota bertugas membantu pengurus terstruktural untuk menjalankan tugas-tugas organisasi.
7) Tim Pembimbing adalah pelaksana lapangan yang bertanggung jawab untuk membimbing jamaah haji mulai dari manasik haji sampai dengan ditanah suci.[76]

**7. Produk yang Ditawarkan**

1. Haji Regular

Syarat pendaftaran:

1) Mengisi formulir pendaftaran dengan melampirkan:
   a. Foto copy bukti lunas setoran awal BPIH dari Bank (2 lembar)

[76] Hasil dokumen dan observasi KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 13 Juni 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Foto copy bukti pendaftaran dari Departeman Agama (SPPH) (2lembar)

c. Foto copy KTP yang masih berlaku (2 lembar)

d. Pas photo berwarna ukuran 3x4 (10 lembar)

e. Foto copy KSK

f. Foto copy surat nikah / ijazah / akte kelahiran

2) Buku tabungan haji dengan saldo Rp. 25.100.000,-

2. Umroh

a. Paket 10 hari umroh maulid, umroh regular $ 2.250, hotel di Madinah (sanabeel), Makkah (Azka As Ashofa). Umroh VIP $ 2.500 hotel di Madinah (sanabeel), Makkah (Grand Zam-zam).

b. Paket umroh bengkel hati, 9 hari $ 2.150, hotel di Madinah (sanabeel), Makkah (Fajar Badee). Gratis ziarah wali lomo, undian umroh gratis tiap tahun.

c. Paket umroh barokah $2.500, hotel di Madinah (Mubarok Silver), Makkah (Grand Zam-zam).

d. Paket umroh regular $ 2.149, hotel di Madinah (Firdaus Al Umroh), Makkah (Al Mukhtaroh).

e. Talangan umroh, Rp. 5.000.000, pembiayaan awal Rp. 1.000.000, angsuran Rp. 685.000

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syarat pendaftaran:

1) Foto copy KTP
2) Foto copy KSK
3) Foto copy surat nikah / ijazah / akte kelahiran
4) Paspor
5) Surat kesehatan
6) Foto 3x4 (5 lembar)

3. Badal Haji

Syarat pendaftaran:

1) Identitas diri yang dibadalkan
   a) Nama bin / binti
   b) Tempat tanggal lahir
   c) Alamat
2) Foto 3x4 (1 lembar)
3) Biaya Rp. 6.000.000,-

Fasilitas bimbingan Bryan Makkah

a. Buku Dzikir Rahmatan Lil ‘Alamin
b. Buku Materi Manasik Haji
c. Buku Do’a Manasik Haji
d. Pakaian Seragam Bryan Makkah
e. Sticker Bryan Makkah
f. Buku Kenangan Atau Memory Haji
g. Membantu Pelaksanaan Haji Amanah Dan Dam (Denda)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

h. Mengadakan Pengajian Rutin Selama Menjalankan Ibadah Haji

i. Syahadah Atau Piagam Haji

j. Foto Kenangan.[77]

**8. Kelebihan KBIH Bryan Makkah**

Dalam memuaskan jemaah haji KBIH Bryan Makkah terus meningkatkan pelayanan yang baik. Adapun layanan yang diberikan KBIH Bryan Makkah yaitu:

1) Mendapatkan bimbingan secara intensif pada setiap pelaksanaan ibadah haji dan ziarah.
2) Para pembimbing haji membantu apabila ada kesulitan para jemaah haji.
3) Memberikan kemudahan selalu bersama-sama keluarga rombongan dan bimbingan dalam satu kloter.
4) Pembimbing siap membantu jemaah haji 24 jam penuh.
5) Ada pembimbing wanita.[78]

Adapun pelayanan lainnya yang diberikan oleh KBIH Bryan Makkah yaitu:[79]

a) Pembinaan manasik haji

Pembinaan manasik haji dilaksanakan dengan tujuan memberikan fasilitas materi dan pengetahuan tentang tata cara dan

[77] Hasil wawancara dengan Lutfiah Hanum Faridah dan browsur KBIH Bryan Makkah
[78] Hasil dokumentasi KBIH Bryan Makkah berupa browsur.
[79]Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gambaran besar mengenai ibadah haji. Dengan diadakannya pembinaan manasik tersebut, diharapkan para calon jemaah tidak gagap ketika menjalankan ibadah haji.

| Pembinaan/bimbingan | | | |
|---|---|---|---|
| Materi | Jumlah Jam | Metode | Jumlah Jam |
| 1. Kebijaksanaan pemerintah dalam urusan haji<br>2. Teori fiqh Haji I<br>3. Teori fiqh Haji II<br>4. Proses perjalanan haji<br>5. Ziarah<br>6. Bahasa Arab<br>7. Mengenal DAT (istiadat bangsa Arab)<br>8. Kesehatan haji<br>9. Akhlak Tasawuf, makna hakiki haji<br>10. Doa-doa haji | Setiap materi disampaikan 3 jam | 1. Ceramah<br>2. Tanya Jawab<br>3. Demonstrasi (praktek)<br>4. Penugasan<br>5. Diskusi kelompok | 1. Ceramah 15 jam<br>2. Tanya Jawab 5 jam<br>3. Penugasan dirumah<br>4. Diskusi 5 jam |

**Tabel 4.1** Pembinaan/bimbingan KBIH Bryan Makkah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Waktu pembinaan manasik haji[80]

| Waktu Pembinaan | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Gel. I | Gel. II | Gel. III | Gel. IV | Gel. V | Pasca Haji | Pembimbing |
| Ahad, Jam: 09.00-14.00 WIB di Pondok Pesantren Al-Jihad Surabaya | Ahad, Jam: 09.00-14.00 WIB di Pondok Pesantren Al-Jihad Surabaya | Ahad, Jam: 09.00-14.00 WIB di Pondok Pesantren Al-Jihad Surabaya | Ahad, Jam: 09.00-14.00 WIB di Pondok Pesantren Al-Jihad Surabaya | Ahad, Jam: 09.00-14.00 WIB di Pondok Pesantren Al-Jihad Surabaya | Pengajian dan dzikir bersama di pondok pesantren Al-jihad Surabaya setiap akhir bulan dan pembinan di Auditorim Pusat Bank Jatim | 1. Drs. KH. Moch. Imam Chambali<br>2. Drs. Moch Sukron Djazilan, M.Ag<br>3. Drs.KH. Miftahul Huda<br>4. Hj.Luluk Khumaidah Chambali, SH., S.Pd.I |

**Tabel 4.2** Waktu pembinaan manasik haji

[80] Hasil observasi dan dokumentasi buku bimbingan KBIH Bryan Makkah tahun 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pelaksanaan kegiatan bimbingan (di Tanah Suci)[81]

| Jeddah Madinah Airport | Makkah | | Madinah | | Arofah | Muzdalifah |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Maktab | Kegiatan | Maktab | Kegiatan | | |
| 1. Shalat berjamaah<br>2. Shalat sunnah 2 rakaat diteruskan niat umroh<br>3. Dzikir bersama | No. 06 sektor 2 Syisah Roudhah, Qobla Wafaq malik Fahd | 1. Pengajian dua hari sekali<br>2. Tanya jawab keislaman<br>3. Umroh setiapa dua hari sekali<br>4. Tahajjud berjamaah setiap hari<br>5. Penyembelihan DAM dan ziarah | Hotel Assalam Mubarok dan Roehana Mubaro | 1. Pengajian<br>2. Tanya jawab keislaman dan ziarah di kota Madinah.<br>3. Sholat Arba`in di Masjid Nabawi | 1. Pengajian yang disampaikan Drs.KH. Much. Imam Chambali<br>2. Dzikir bersama dipimpin oleh Drs.KH. Syukron Djazilan, M.Ag | Mabit dan mengambil kerikil |

**Tabel 4.3** Pelaksanaan kegiatan bimbingan (di Tanah Suci)

[81] Hasil observasi dan dokumentasi buku bimbingan KBIH Bryan Makkah tahun 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan di Tanah suci

| Kegiatan di Tanah Suci | | | | Pelaksanaan DAM | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Mina | Ziarah | Madinatul Hujjah | Bank Ar-Rojhi | Biaya orang | Dikordinir /sendiri | Biaya orang |
| - | 1. Jabal Rahmah<br>2. Gua Hira<br>3. Gua Tsur<br>4. Jamarrat<br>5. Ji'rona<br>6. Tan'im<br>7. Masjid Jin dan Kucing<br>8. Makam Ma'la<br>9. Tempat kelahiran Nabi<br>10.Pasar seng<br>11.Laut Merah dan sekitarnya<br>12.Tempat penyembelihan DAM<br>13.Istana Abu Jahal<br>14.Masjid Sajaroh<br>15.Masjid Hudaibiyah<br>16.Museum Makam<br>17.Percetakan Al-Qur'an | - | - | 375 Real/orang | Dikordinir | - |

**Tabel 4.4** Kegiatan di Tanah suci

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Bimbingan di Tanah Suci[82]

Selama operasioal haji jemaah dibimbing oleh para pembimbing, disamping juga dilakukan ta'lim dan dzikir untuk menambah hazanah Islam disela-sela waktu yang ada. Adapun program yang direncanakan di tanah suci sebagai berikut :

Program di Makah dan Jeddah :

1) Bimbingan umroh wajib (sejak dari miqot pada hari kedatangan).
2) Bimbingan umroh sunnah dari ji'ronah.
3) Bimbingan umroh sunnah dari tan'im.
4) Ziarah Jabal nur, Jabal tsur, Jabal rahmah dan tempat pemotongan hewan qurban.
5) Ziarah Masjid Apung, Masjid Qishos, Makam Ibu Hawa dan tempat bersejarah di Jeddah.
6) Pembinaan rohani dan istighosah.
7) Pelatihan sholat khusuk.
8) Kajian keluarga sakinah.
9) Kajian bengkel hati.

Program pada saat pelaksanaan haji :

1) Bimbingan menjelang wuquf dipondokan.
2) Bimbingan wuquf di Arofah.
3) Bimbingan mabit di Muzdalifah.

[82] Hasil dokumentasi KBIH Bryan Makkah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Bimbingan melontar jumroh di Mina.

5) Bimbingan towaf ifadhoh, sai dan tahalul tsani.

Program pada saat di Madinah:

1) Ziarah ke Makam Nabi SAW

2) Ziarah berkelompok di makam Baqi'.

3) Ziarah kejabal Uhud, majid Quba, masjid Qiblatain, masjid Bir Ali dan percetakan Al Qur an.

4) Kegiatan ziarah wada'.

5) Pembinaan rohani dan istighosah.

## B. Penyajian Data

1. Perencanaan bauran promosi KBIH Bryan Makkah

Setiap organisasi perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya. Perencanaan adalah menyeleksi dan menghubungkan fakta-fakta serta menyusun dan menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam bentuk visualisasi dan formulasi dari kegiatan-kegiatan terarah yang diyakini perlu untuk mencapai hasil yang dikehendaki.[83] Oleh karena itu, KBIH harus menetapkan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai sebelum melakukan proses-proses perencanaan.

Perencanaan bauran promosi yang dilakukan KBIH Bryan Makkah yaitu menentukan tujuan promosi, mengidentifikasi pasar, menyusun

[83] Zaini Muchrom, 1997, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah*, Al-Amin Pres dan IKFA, Yogyakarta, hal. 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

anggaran, memilih berita, menentukan *promotional mix*, memilih media mix, mengatur efektifitas dan modifikasi kampanye.

Menurut Ali Zainal, dalam mengembangkan proses bauran promosi harus mementukan tujuan terlebih dahulu, tujuan dari KBIH Bryan Makkah adalah bisa dikenal masyarakat, dan produk-produk KBIH bisa diterima oleh masyarakat.[84] Pernyataan Ali Zainal diperkuat oleh Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, bahwa tujuan promosi KBIH Bryan Makkah adalah untuk meningkatkan penjualan dan KBIH Bryan Makkah bisa dikenal masyarakat luas.[85]

Dari beberapa tujuan KBIH tersebut ada tujuan utama yang di prioritaskan oleh KBIH Bryan Makkah yaitu yang sesuai dengan pernyataan Ali Zainal Abidin "...jumlah jemaah kami meningkat setiap tahunnya"[86]. Dengan target yang di datangkan KBIH bisa sampai satu kloter sendiri, karena selama ini masih separuh kloter.[87]

Mengidentifikasi pasar, namun di KBIH Bryan Makkah tidak menerapkan perencanaan ini, karena KBIH Bryan Makkah melayani semua jemaah yang gabung dengan Bryan Makkah, hal ini sesuai dengan pernyataan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah "kita tidak menentukan dari mana dan siapa yang ikut sama kita, tapi kita

[84] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[85] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[86] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[87] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menerima siapa saja yang daftar sama kita meskipun itu dari luar jawa, kita selalu memberikan pelayanan yang terbaik"[88].

Menyusun anggaran, KBIH Bryan Makkah tidak merencanakan anggaran karena dalam melakukan promosi bekerja sama dengan pihak media promosi, hal ini sesuai dengan pernyataan Ali Zainal Abidin "tidak ada anggaran untuk promosi, kami sudah bekerja sama dengan imbalan kita yang mengisi acara mereka, biasanya dari pondok itu mengeluarkan shalawat dan qosidah modern".[89]

Memilih berita, dalam melakukan promosi KBIH Bryan Makkah lebih memperkenalkan produk namun kadang-kadang langsung menjual produk. Hal ini sesuai dengan pernyataan Zahrotul Jannah "memperkenalkan, bisa juga menjual karena yang datang itu biasanya alumni jemaah kita yang mau mencari lagi dan mau ikut lagi".[90] Pernyataan ini di dukung dengan pernyataan Ali Zainal Abidin "memperkenalkan bisa menjual produk, kalau mungkin belum mengerti tentang kami otomatis kami memperkenalkan, tapi kalau sudah tau produk kami kita langsung menjual produk".[91]

Menentukan promotional mix, dalam mempromosikan produk pesan yang disampaiakn KBIH Bryan Makkah itu sama, tidak ditentukan

[88] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[89] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[90] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[91] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

secara rinci, hal ini sesuai dengan pernyataan Zahrotul Jannah "sama, cuman kalau di pameran kita ada video perjalanan yang tahun-tahun lalu, dari video itu orang-orang bisa melihat suasana bimbingan dan bisa membandingkan dengan yang lainnya".[92]

Memilih media mix, promosi KBIH melalui radio, televisi, ceramah-ceramah pembimbing, browsur-browsur, mulut ke mulut dan media sosial. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lutfiah Hanum Faridah "biasanya untuk pemasaran di Bryan Makkah itu satu lewat radio El-victor, yang kedua kadang-kadang lewat TV9, yang ketiga disampaikan lewat ceramah-ceramah para pembimbing, yang keempat lewat browsur-browsur waktu di pameran, dari mulut ke mulut, lewat media sosial, dan lain sebagainya".[93]

Mengatur efektifitas, media paling efektif digunakan oleh KBIH Bryan Makkah adalah melalui ceramah-ceramah pembimbing. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lutfiah Hanum Faridah:

> "ceramah para pembimbing sangat berpengaruh, karena kyai Al-Jihad ini kyai yang luar biasa sudah melintang di media elektronik televisi Nasional, lokal dan sebagainya. Seperti satu KH. Muchammad Imam Chambal, yang kedua KH. Syukron Djazilan yang ketiga KH. Miftahul Huda, keempat KH. Zainuddin, kelima KH. Syaiful Jazil ke selanjutnya Ibu Nyai Hj. Luluk Humaidah Chambali".[94]

---

[92] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[93] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[94] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media yang kedua yang paling efektif dalam promosi adalah getuk tular atau dari mulut ke mulut.[95]

Modifikasi kampanye, dalam melakukan promosi KBIH Bryan Makkah tidak menerapkan perencanaan ini, karena evaluasi yang dilakukan itu pada saat kepulangan jamaah haji dari tanah suci, hal ini sesuai dengan pernyataan Ali Zainal Abidin:

> "evaluasi untuk promosi itu hampir tidak pernah, tapi biasanya pas habis pameran itu ada evaluasi. Tapi untuk kalo rapat rata-rata kita sebelum manasik itu ada rapat, kan manasiknya satu bulan sekali, ituu setiap mau manasik kita rapat, materinya apa, siapa yang menyampaikan itu selalu di rapatkan, kalo evaluasi itu adalah akhir setiap pulang haji, itu nanti kita buat evaluasi dan itu pun kita tertulis juga nanti disampaikan ke Kementrian Agama, kekurangannya apa masukannya apa. Itu semua diakhir setelah pulang haji".[96]

2. Macam-macam bauran promosi

Beberapa variabel bauran promosi yang digunakan oleh KBIH Bryan Makkah adalah:

1) Periklanan

Dalam melakukan promosi periklanan yang dilakukan oleh KBIH Bryan Makkah adalah melalui radio, televisi, browsur-browsur, dan media sosial. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lutfiah Hanum Faridah:

> "biasanya untuk pemasaran di Bryan Makkah itu satu lewat radio El-victor, yang kedua kadang-kadang lewat TV9, yang

[95] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[96] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ketiga disampaikan lewat lewat browsur-browsur waktu di pameran, lewat media sosial, dan lain sebagainya".[97]

Untuk menarik minat jamaah KBIH Bryan Makkah melakukan pelayanan yang baik, dengan memaksimalkan pelayanan pada saat bimbingan di tanah suci maupun di Indonesia, hal ini sesuai dengan pernyataan Zahrotul Jannah "dengan pelayanan, fasilitas, dan pelayanan waktu di tanah suci kita maksimalkan pelayanan, bimbingannya, jadi orang pulang merasa puas, akhirnya cerita kepada tetangga, saudara kalau mereka puas".[98]

Dengan ketokohan para pembimbing, sesuai dengan pernyataan Ali Zainal Abidin "dari ketokohan pembimbing tersebut merupakan cara untuk menarik minat jemaah, mungkin pada saat pembimbing ceramah, seperti abah imam, beliau sudah terkenal, salah satu cara menarik minat jamaah, dan juga pelayanan dari kita".[99]

Bentuk pelayanan KBIH Bryan Makkah tidak hanya pada saat mendaftar, tapi juga pada saat di tanah suci. Hal ini sesuai dengan pernyataan Lutfiah Hanum Faridah "pelayanan di KBIH Bryan Makkah mulai awal jemaah daftar di kantor Bryan Makkah, mengantar ke Bank, pasport kita yang mengurus, setiap kesulitan jemaah itu tanggung jawab pihak KBIH Bryan Makkah. Dan waktu

[97] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[98] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[99] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelaksanaan haji 100% tanggung jawab pembimbing Bryan Makkah".[100]

Dalam melakukan promosi Bryan Makkah melakukan kegiatan *clossing* yang dilakukan melalui ceramah-ceramah pembimbing lewat radio, dan dari mulut ke mulut atau getuk tular, hal ini sesuai dengan pernyataan Zahrotul Jannah "rata-rata yang kesini itu tujuanya mau ikut, karena biasanya sudah dengar dari radio, keluarga, dan tetangga".[101] Pernyataan ini didukung dengan pernyataan dari Ali Zainal Abidin:

> "dari ketokohan pembimbing, biasanya abah Imam ceramah di radio El-victor itu ada promosi melalui radio, dari tetangga yang sudah pernah jadi jemaah kami biasanya bercerita dan mengajak untuk ikut KBIH kami. Dari situ jamaah langsung daftar, karena sudah mendapatkan informasi sebelumnya, dan juga mempercayai pembimbing sebagai pembimbing Bryan Makkah.[102]

2) Promosi penjualan

KBIH Bryan Makkah dalam melakukan promosi penjualan menggunakan sarana seperti pameran. Pameran yang diadakan kurang lebih 3 kali dalam setahun yang bertempat di Cito, Royal dan JMP. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ali Zainal Abidin "pameran haji dan umroh kita selalu ikut, seperti yang diadakan oleh Nurani itu setiap

[100] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[101] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[102] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

event kita diajak kerja sama".[103] Pernyataan ini didukung dengan pernyataan dari Lutfiyah Hanum Faridah " kalau pameran itu kita satu tahun biasanya dua sampai tiga kali, pameran di Cito, JMP. Biasanya kerja sama dengan Nurani yang mengadakan expo haji dan umroh dan kita diundang gantian jadi pesertanya, dan dari pondok untuk mengisi acara tersebut".[104]

KBIH Bryan Makkah dalam melakuakn promosi penjualan dengan menggunakan beberapa cara yang menarik dan komunikatif, diantaranya melalui ceramah-ceramah pembimbing dan menceritakan kelebihan KBIH kepada jemaah. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin "dengan adanya ceramah-ceramah pembimbing, dengan menceritakan program-program kita yang di Indonesia satu bulan sekali dengan bimbingan manasik, membimbing mulai dari proses pendaftaran sampai manasik haji sampai bimbingan di tanah suci sampai pulang ke Indonesia".[105]

Dengan menceritakan kelebihan kepada jemaah sesuai dengan pernyataan Zahrotul Jannah "dengan menceritakan kelebihan-kelebihan kita, waktu disana bimbingan kita full, kan ada yang pembimbingnya tidak ikut, terus disana jemaah hanya mutowwif saja, tidak membimbing secara full, kalau kita full dibimbing sama

[103] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[104] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[105] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pembimbing".[106] Hal ini diperkuat dengan pernyataan Lutfiyah Hanum Faridah:

> "pada saat bimbingan ibadah haji diceritakan kelebihan dari KBIH Bryan Makkah, pada saat bimbingan dikasih materi tentang ibadah haji dan umroh, tentang sejarah-sejarah dan doa-doa, nanti ketika pelaksanaan di Makkah Madinah setiap melakukan aktivitas ibadah haji atau umroh dikasih pengentar, dikasih bimbingan, dikasih penjelasan lagi sehingga jamaah ketika melaksanakan ibadah haji sesuai dengan petunjuk-petunjuk fiqh haji dan umroh".[107]

3) Publisitas

Publisitas merupakan hal yang mendukung untuk mencapai penjualan produk KBIH dengan menggunakan media paling efektif seperti getuk tular dan ketokohan pembimbing. Hal ini sesuai dengan pernyataan Zahrotul Jannah:

> "kepercayaan dari orang yang berpengalaman, orang yang sudah pernah ikut kita sudah merasa puas akhirnya disampaikan kepada keluarga, otomatis lebih efektif karena bukan promo dari kita tapi promo dari orang lain yang menyampaikan kelebihan kita, bukan kita yang mengunggulkan diri, ngomong kelebihan kita sendiri, tapi orang lain yang menyampaikan kelebihan kita, jadi bisa lebih dipercaya karena sudah mengalami sendiri".[108]

Melalui ketokohan pembimbing, sesuai dengan pernyataan Lutfiyah Hanum Faridah:

> "karena pembimbing KBIH Bryan Makkah itu sudah dikenal oleh masyarakat luas, salah satunya kyai Moch. Imam Chambali, dalam menyampaikan ceramah beliau bisa menarik jemaah, dann pembimbing KBIH Bryan Makkah itu

[106] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[107] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[108] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> pembimbingnya sudah sangat berpengalaman, disamping tiap tahun itu haji tiap bulan juga umroh, jadi seluk beluk tentang ibadah haji, bicara haji dan perjalanan disana itu sudah sangat berpengalaman, kapan waktunya jemaah diajak thawaf, untuk sa'i, untuk umroh, untuk berangkat kemana itu pembimbing sudah tahu selahnya, disamping itu para pembimbing masih muda tur ganteng-ganteng".[109]

Perkembangan KBIH Bryan Makkah sejak lahir selalu bertambah dan selalu nomor satu jumlah jemaah KBIH se Surabaya, dari kurang lebih 40 sampai 50 KBIH se kota Surabaya.[110]

4) Penjualan tatap muka

KBIH Bryan Makkah tidak melakukan penawaran secara langsung kepada jamaah, karena KBIH Bryan Makkah menerima jemaah yang datang langsung ke kantor. Hal ini sesuai dengan pernyataan Zahrotul Jannah "kita tanpa menawarkan sudah terlalu banyak, kalau langsung perorangan dari kita tidak ada, apalagi rekritmen, cari orang itu tidak pernah".[111] Pernyataan ini diperkuat dengan pernyataan dari Ali Zainal Abidin "karena kita istilahnya duduk manis di kantor orang yang datang ke kita".[112]

---

[109] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[110] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[111] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[112] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi bauran promosi KBIH Bryan Makkah

a) Sifat pasar

Faktor yang mempengaruhi bauran promosi bersifat pemasaran KBIH Bryan Makkah itu tidak ada target wilayah dan sasaran orang yang akan bergabung dengan KBIH Bryan Makkah. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah "untuk target wilayah kita tidak ada batasan bisa se Indonesia, jamaah kita tahun ini paling jauh dari Tanggerang, Kupang dan NTT".[113] Pernyataan ini didukung dengan pernyatan dari Ali Zainal Abidin "kita tidak membatasi siapa saja yang mendaftar sama kita, kita menerima siapa saja yang mendaftar sama kita, entah itu dari luar Jawa maupun sampai ke Indonesia, intinya kita melayani mereka dengan baik".[114] Untuk tempat pendaftarannya di Surabaya dan di Gresik, di Gresik tepatnya di daerah Menganti.[115] Untuk target sasaran KBIH bryan Makkah itu tidak ada batasan, hal ini sesuai dengan pernyataan Zahrotul Jannah "tidak ada batasan, jadi kita cuman menerima jemaah, kita bukan menjemput bola tapi kita nunggu bola dateng. Nunggu bola *alhamdulillah* aja kita uda kuwalahan ngatur untuk keperluannya, apalagi kita harus jemput malah".[116]

---

[113] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[114] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[115] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[116] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Sifat produk

Sifat produk yang dihasilkan KBIH Bryan Makkah adalah jasa yang berupa pelayanan dan bimbingan.[117] Untuk itu KBIH Bryan Makkah menggunkan variabel bauran promosi yang dapat digunakan agar jasa tersebut tertuju pada jemaah yang membutuhkannya. Promosi yang dilakukan diantaranya dengan mengikuti pameran, dan periklanan melalui media internet, komunikasi dan cetak

c) Daur hidup produk

KBIH Bryan makkah dalam memenangkan pasar tidak menaikkan dana untuk kegiatan promosi, karen dana promosi tidak di anggarkan, hal ini sesuai dengan pernyataan Ali Zainal Abidin "untuk dana tidak kami anggarkan, karena kita sudah bekerja sama dengan pihak yang menjadi media promosi kami, dengan timbal balik dari kami mengisi acara yang mereka adakan".[118] Dengan mengisi ceramah, biasanya kyai yang menjadi pembimbing yang biasanya ceramah seperti abah imam dan abah syukron yang mengisi acara di radio El-victor".[119]

d) Dana yang tersedia

Jika penjualan menurun KBIH Bryan Makkah menaikkan promosi dengan cara ceramah-ceramah yang dilakukan pembimbing

[117] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[118] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[119] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk meningkatkan penjualan, hal ini seperti yang dipaparkan oleh Ali Zainal Abidin "menaikkan promosi dengan ceramah-ceramah yang biasa dilakukan oleh pembimbing seperti abah imam, beliau bisa mempromosikan pada saat siaran di radio El-victor".[120]

## C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Dalam analisis data ini, peneliti akan menjelaskan atau mendeskripsikan hasil penelitian di KBIH Bryan Makkah. Setelah melakukan observasi, wawancara dan mengumpulkan dokumentasi, maka data-data yang diperoleh peneliti adalah volume penjualan dan penerapan bauran pemasaran yang dilakukan atau yang dijalankan saat ini.

Kegiatan promosi dalam suatu perusahaan adalah faktor penting dalam perusahaan. Karena promosi merupakan salah satu bagian dari proses komunikasi total. Promosi dapat membantu pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran untuk memperbaiki hubungan pertukaran dengan lainnya. Kegiatan promosi disini menitikberatkan sebuah kesadaran kepada jemaah tentang produk yang ditawarkan sampai akhirnya calon jamaah bersedia melakukan pembelian.

Bauran promosi dikenal juga dengan promotion mix yaitu salah satu cara atau strategi dalam melakukan kegiatan promosi. Menurut Sutisna bauran promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen sasaran

[120] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengenai keberadaan produk dipasar.[121] Sedangkan menurut kotler dan Amstrong bauran promosi adalah ramuan khusus dari periklanan, *personal selling*, publisitas, dan *sales promotion* yang dipergunakan untuk mencapai tujuan dari promosi.[122]

Pada penelitian ini, teori yang digunakan sebagai rujukan utama adalah macam-macam bauran promosi 4 media yang dijadikan rujukan utama dalam bauran promosi milik Philip Kotler. Untuk memperkuat hasil analisis, peneliti juga menggunakan banyak referensi tambahan yang berasal dari berbagai sumber terpercaya, seperti buku, situs terpercaya, jurnal, skripsi, dll.

1. Variabel bauran promosi yang digunakan KBIH Bryan Makkah Surabaya.

   Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Bryan Makkah merupakan lembaga sosial dibawah naungan pondok pesantren Al-Jihad Surabaya yang menangani masalah bimbingan haji dan umroh. Lembaga ini memberikan pelayanan dari mulai bimbingan ditanah air sampai ditanah suci. Dalam pelaksanaannya KBIH Bryan Makkah mempunyai kepercayaan dari masyarakat dalam pelaksanaan manasik Haji, sebagai organisasi atau lembaga yang bergerak dalam bimbingan haji dan umroh, tentunya memiliki strategi tersendiri dalam upaya mengembangkan usaha agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Variabel yang digunakan KBIH Bryan Makkah adalah sebagai berikut:

[121] Sutisna, 2002, *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Rosdakarya, Bandung, hal. 267.
[122] Kotler dan Amstrong, 1997, *Prinsip Dan Kegiatan Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, hal. 77.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Periklanan

Periklanan menurut Philip Kotler adalah segala bentuk penyajian non-personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang memerelukan pembayaran.[123]

Sifat produk yang dihasilkan KBIH Bryan Makkah adalah jasa yang berupa pelayanan dan bimbingan secara intensif. [124] Untuk itu KBIH Bryan Makkah menggunakan media bauran promosi yang dapat digunakan agar jasa tersebut tertuju pada jemaah yang membutuhkannya.

Promosi yang dilakukan diantaranya dengan mengikuti pameran, dan periklanan melalui media internet, dari mulut ke mulut (getuk tular), ketokohan pembimbing, media elektonik dan media cetak. Seperti yang dipaparkan oleh Lutfiyah Hanum Faridah "biasanya untuk promosi di Bryan Makkah itu satu lewat radio El-Victor, yang kedua kadang-kadang lewat TV9, yang ketiga disampaikan lewat browsur-browsur waktu di pameran, lewat media sosial, dan lain sebagainya".[125]

---

[123] Philip Kotler, 1998, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, PT. Prenhallindo, Jakarta, hal. 235

[124] Hasil dokumentasi berupa browsur dan hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.

[125] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Beberapa bentuk periklanan yang dilakukan KBIH Bryan Makkah adalah:

a) Media elektronik

KBIH Bryan Makkah menggunakan media elektronik berupa radio (El-Victor)[126] sebagai alat pemasaran untuk mengembangkan lembaga, dalam prakteknya untuk melakukan pemasaran dilakukan langsung oleh KH. Imam Chambali dan KH. Syukron Djazilan sebelum mengisi tausyiah-tausyiah kepada masyarakat pada umumnya melalui radio El-Victor.

Media elektronik yang digunakan KBIH Bryan Makkah seperti Televisi, yaitu menggunakan televisi yang bekerja sama dengan TV9.[127] sebagai alat pemasaran untuk mengembangkan lembaga, dalam hal ini dilakukan KBIH Bryan Makkah menjelang musim Haji. Kerjasama antara KBIH Bryan Makkah dengan TV9 adalah bentuk simbiosis mutualisme, yaitu KBIH Bryan Makkah Memberikan materi kepada TV9 tentang pengajian-pengajian dan siraman rohani. Sedangkan TV9 memberikan alat komunikasi yang berupa siaran promosi kepada pihak KBIH Bryan Makkah.

[126] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[127] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Media internet

KBIH Bryan Makkah menggunakan media internet melalui website Al-Jihad dan pemanfaatan media sosial lainnya seperti facebook.[128] Website dalam periklanan sangat penting karena jangkauan lebih luas dan bisa diakses oleh seluruh dunia.

c) Media cetak

KBIH Bryan Makkah menggunakan media cetak browsur pada saat pameran.[129] Browsur yang menampilkan produk yang dimiliki oleh KBIH Bryan Makkah. Browsur ini bisa disertakan dalam kegiatan pameran, dengan memberikan browsur kepada calon pembeli yang datang dalam pameran. Apabila pengunjung belum sempat melakukan transaksi ditempat maka setidaknya akan menjadi refrensi bagi mereka akan produk dari KBIH Bryan Makkah.

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan menurut Kotler adalah rangsangan jangka pendek untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.[130]

---

[128] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[129] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[130] Philip Kotler yang di kutip oleh Marius P. Anggipora, 1999, *Dasar-dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal. 228.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kegiatan yang berkaitan dengan promosi penjualan yang dilakukan oleh KBIH Bryan Makkah adalah pameran.[131] Pameran yang diikuti KBIH Bryan Makkah merupakan pameran yang berkerja sama atau yang diadakan oleh majalah Nurani. Biasanya diadakan satu tahun dua sampai tiga kali bertempat di Mall-Mall yang ada di Surabaya, seperti Cito, Royal Plaza dan JMP.[132]

Dengan menawarkan ataupun memamerkan produknya agar dapat dilihat pembeli. KBIH Bryan Makkah sedikit banyak memperhatikan siklus daur hidup produk, dengan mengenalkan produk baru yang biasanya lebih ditekankan pada periklanan lewat bworsur yang dibagikan pada waktu pameran, melalui ceramah-ceramah pembimbing pada saat mengisi acara di radio. Sehingga produk dari KBIH bisa dikenal masyarakat luas dan jumlah jemaah mengalami peningkatan. Dengan adanya pameran tersebut dapat membantu KBIH Bryan Makkah dalam mencari pembeli atau jemaah, karena disini jamaah dapat melihat dan memilih produk apa yang akan dicari. Jemaah juga dapat melakukan transaksi atau membeli langsung produk ditempat dengan KBIH Bryan Makkah. Untuk pelaksanaan pameran biasanya dilakukan menjelang musim haji.[133]

---

[131] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[132] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[133] Hasil observasi dari kantor KBIH Bryan Makkah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Promosi dilakukan karena adanya tujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat.[134] Dalam hal ini yang menjadi calon jemaah adalah masyarakat, dengan tidak membatasinya dalam memperkenalkan produk KBIH Bryan Makkah pada masyarakat luas seIndonesia. Pada tahun ini jumlah jemaah ada yang dari Tanggerang, Kupang dan NTT.[135] Pengenalan produk ini dilakukan dengan menggunakan website dan pameran.

KBIH Bryan Makkah dalam promosi penjualan menawarkan langsung produknya pada jemaah yang sudah pernah menjadi jemaah atau alumni KBIH Bryan Makkah. Seperti yang telah dipaparkan Zahrotul Jannah "menjual karena yang datang itu biasanya alumni jemaah kita juga yang mau nyari lagi, yang mau ikut lagi".[136] Menjual produk ini dilakukan dengan menggunakan website dan pameran.

c. Publisitas

Menurut Philip Kotler publisitas adalah suatu stimulasi non-personal terhadap permintaan suatu produk, jasa atau unit dagang dengan menyebarkan berita-berita komersil yang penting mengenai kebutuhan akan produk tertentu disuatu media yang disebarluaskan

[134] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[135] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[136] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di radio, televisi atau panggung yang tidak dibayar oleh pihak sponsor.[137]

Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh KBIH Bryan Makkah adalah dari mulut ke mulut. Strategi pemasaran dari mulut ke mulut (getuk tular) adalah pelanggan membicarakan mengenai suatu produk atau layanan jasa kepada keluarga dan kerabatnya. Sementara itu, KBIH Bryan Makkah tidak perlu memasang anggaran promosi yang mengeluarkan biaya yang mahal dan banyak.

Melalui kepercayaan orang yang berpengalaman, karena merasa puas dengan pelayanan dan bimbingan KBIH Bryan Makkah disampaikan kepada keluarga. Jadi promo yang dilakukan bukan dari KBIH Bryan Makkah tapi dari jemaah yang sudah pengalaman yang merasa puas.[138]

Seorang jemaah haji yang dulu ketika mengikuti bimbingan jemaah haji merasa cocok dan senang dengan bimbingan haji yang diberikan oleh KBIH Bryan Makkah, maka jemaah akan terus berusaha merekomendasikan kepada tetangga dan saudaranya. Oleh karena itu promosi dari mulut ke mulut (getuk tular) pun bisa terjadi, meskipun jemaah tersebut pada saat ini sudah tidak mengikuti bimbingan lagi.

---

[137] Philip Kotler yang dikutip oleh Marius P. Anggipora, 1999, *Dasar-dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal. 229.
[138] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KBIH Bryan Makkah dalam melakukan kegiatan publisitas dengan menceritakan kelebihan-kelebihan dari KBIH Bryan Makkah[139] yaitu pada kegiatan bimbingan dan pelayanan, tidak hanya di Indonesia, dimulai dari daftar sampai pada pembuatan pasport, pada kegiatan manasik yang dilakukan tiap satu bulan sekali, namun pada kegiatan di Makkah Madinah.[140] Kelebihan-kelebihan ini biasanya yang menjadikan jamaah memperhitungkan apakah bergabung atau tidak, selain faktor lain yang diperhitungkan dalam memutuskan pembelian. Dengan adanya kegiatan promosi kelebihan-kelebihan itu dapat diketahui calon pembeli.

Untuk memberitahukan kelebihan-kelebihan dari KBIH Bryan Makkah sering melakukan pameran dengan menampilkan video perjalan jemaah dari tahun ke tahun.[141] Dengan meyakinkan jemaah melalui pameran juga adanya kepercayaan dari orang yang berpengalaman, yang sudah pernah menjadi jemaah KBIH Bryan Makkah yang merasa puas dengan pelayanan dan bimbingan KBIH Bryan Makkah kemudian menceritakan kepada tetangga ataupun keluarganya, sehingga calon jemaah lebih percaya, dan datang langsung pada KBIH Bryan Makkah.

---

[139] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[140] Hasil dokumentasi berupa browsur dan hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[141] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada jemaah haji pada setiap bimbingan, maka memberikan kepuasan jemaah terbangun dari banyak faktor, salah satunya adalah pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang memuaskan meliputi: membantu melaksanakan pendaftaran, melayani pada saat bimbingan diIndonesia dan pada saat di Makkah Madinah, mendengar keluhan, menjalankan saran, memperbaiki kekurangan, menjaga hubungan baik dengan jemaah.[142]

d. Penjualan tatap muka

Penjualan pribadi adalah suatu penyajian (presentasi) suatu produk kepada konsumen akhir yang dilakukan tenaga penjual perusahaan yang representatif. *Personal selling* melibatkan interaksi personal langsung antara seorang pembeli potensial dengan seorang salesman.[143]

Namun dalam hal ini peneliti tidak menemukan penerapan penjualan tatap muka yang dilakukan oleh KBIH Bryan Makkah, seperti yang telah dipaparkan oleh Zahrotul Jannah "kita tanpa menawarkan sudah terlalu banyak, kalau langsung perorangan dari kita tidak ada, apalagi rekruitmen, cari orang itu tidak pernah".[144] Istilahnya nunggu bola datang di kantor. Biasanya ikut event

[142] hasil observasi pada kantor KBIH Bryan Makkah dan dokumentasi berupa browsur.
[143] Philip Kotler, 1989, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Dan Pengendalian Jilid 2*, Erlangga, Jakarta, hal. 152.
[144] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pameran haji di Cito atau JMP yang diadakan Nurani, melalui radio el-victor.[145]

e. Ketokohan pembimbing

KBIH Bryan Makkah dalam melakukan promosi melalui ketokohan pembimbing sesuai dengan yang dipaparkan oleh Lutfiyah Hanum Faridah "ada pengaruhnya ketokohan pembimbing seperti KH. Muchammad Imam Chambali, yang kedua KH. Syukron Djazilan yang ketiga KH. Miftahul Huda, keempat KH. Zainudin, kelima KH. Syaiful Jazil, ke selanjutnya ibu Nyai Hj Luluk Humaidah Chambali, karena merupakan pembimbing yang melintang di media elektronik televisi Nasional".[146] Dari ketokohan pembimbing KBIH Bryan Makkah bisa dikenal masyarakat luas, karena sering ceramah-ceramah di televisi dan radio, salah satunya kyai Moch. Imam Chambali. Kyai Moch. Imam Chambali dalam menyampaikan ceramah bisa menarik jemaah, karena bisa diterima oleh semua kalangan, baik kalangan remaja maupun yang sudah tua.[147] Pembimbing KBIH Bryan Makkah sudah berpengalaman, karena setiap tahun berangkat haji dan setiap bulan umroh, maka seluk beluk tentang ibadah haji dan perjalanan saat haji sudah

[145] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[146] Hasil wawancara dengan Lutfiyah Hanum Faridah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, Pada tanggal 20 Juli 2016.
[147] Hasil wawancara dengan jemaah haji pada tanggal 26 Juni 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berpengalaman, dan tahu kapan waktunya jemaah melakukan thawwaf, sa'i, dan umroh.

Luas pasar secara geografi mempengaruhi kegiatan periklanan apalagi letak geografis berlainan alam dan kondisi lingkunan. Namun KBIH Bryan Makkah dalam melakukan periklanan tidak memberikan batasan pada jamaah yang akan gabung pada KBIH. Hal ini sesuai dengan yang dipaparkan oleh Zahrotul Jannah "gak terbatas, bisa se Indonesia, jemaah kita tahun ini ada yang paling jauh dari Tanggerang, Kupang dan NTT".[148]

Jenis pelanggan juga menentukan penerapan promosi yang dilakukan KBIH Bryan Makkah. Namun dalam hal ini KBIH Bryan Makkah tidak memberikan batasan untuk siapa yang menjadi calon jemaah. Seperti yang dipaparkan oleh Ali Zainal Abidin "kita juga tidak menarget harus orang kaya, orang yang sehat itu tidak, siapa yang daftar itu yang kita layani, siapa saja".[149]

Suatu lembaga dengan dana yang cukup dapat membuat promosi lebih berhasil daripada lembaga dengan sumber dana yang terbatas. Namun dalam hal ini KBIH Bryan Makkah dalam melakukan kegiatan promosi tidak ada anggaran, dalam pernyataan Ali Zainal Abidin "tidak ada anggaran untuk promosi, ya itu tadi,

[148] Hasil wawancara dengan Zahrotul Jannah sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 19 Juli 2016.
[149] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kami sudah ada kerja sama ya istilahnya itu ada imbalan, kita yang mengisi acara mereka, biasanya dari pondok itu mengeluarkan shalawat dan qosidah modern".[150]

Untuk itu KBIH Bryan Makkah melakukan kerja sama dengan media yang dijadikan media promosi, diantaranya radio El-victor dari KBIH yang mengisi acara siraman rohani yang biasanya dilakukan oleh pembimbing KBIH Bryan Makkah, kegiatan pameran yang bekerja sama dengan majalah Nurani, dari KBIH Bryan Makkah yang mengisi acara pameran, seperti shalawatan, rebana dan qosidah modern. Jenis kerja sama yang dilakukan sama-sama menguntungkan, sehingga akan membuat promosi lebih efektif dan efisien sehingga tidak akan banyak mengeluarkan dana yang percuma.

2. Perkembangan usaha KBIH Bryan Makkah

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Bryan Makkah merupakan sebuah lembaga yang bergerak dibidang sosial khususnya dalam hal keagamaan. Lembaga ini memiliki peran untuk membantu calon jemaah haji yang hendak menunaikan ibadah haji ke tanah suci Makkah. Bantuan diwujudkan dalam bentuk bimbingan dan memandu

[150] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

para jemaah calon haji untuk belajar tentang segala hal yang terkait dengan pelaksanaan ibadah haji.[151]

Perkembangan usaha pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Bryan Makkah dari tahun 2010 sampai 2015 sebagai berikut:[152]

a) 274 jemaah haji pada tahun 2010
b) 264 jemaah haji pada tahun 2011
c) 248 jemaah haji pada tahun 2012
d) 236 jemaah haji pada tahun 2013
e) 283 jemaah haji pada tahun 2014
f) 234 jamaah haji pada tahun 2015

Jumlah jemaah Bryan Makkah sejak berdiri sampai sekarang selalu bertambah dan salah satu KBIH yang jumlah jemaahnya banyak dari 40 sampai 50 jumlah KBIH di Surabaya. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Ali Zainal Abidin "...dari jumlah jemaah Bryan Makkah ini *Alhamdulillah* ini sejak lahir itu selalu bertambah bertambah bertambah dan *Alhamdulillah* menjadi salah satu ee jumlah anggota atau jemaah KBIH se Surabaya. terbanyak jemaah KBIH se Surabaya ini yaa Bryan Makkah, dari kurang lebih 40 sampai 50 KBIH se kota Surabaya".[153]

[151] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.
[152] Hasil dokumentasi buku kenang-kenangan KBIH Bryan Makkah 2010-2015.
[153] Hasil wawancara dengan Ali Zainal Abidin sebagai staff KBIH Bryan Makkah, pada tanggal 18 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini menunjukkan bahwa penerapan bauran promosi menentukan kemajuan KBIH. Namun dengan penerapan bauran promosi yang dilakukan KBIH Bryan Makkah jumlah jemaah haji masih bisa mengalami naik dan turun. Meskipun pada pemberangkatan tahun 2015 ada pengurangan kuota jemaah haji dari pemerintah Arab Saudi sebesar 20 persen, karena renovasi masjidil haram belum selesai, namun KBIH Bryan Makkah salah satu KBIH yang mempunyai jumlah jemaah terbanyak se Surabaya.

Langkah selanjutnya adalah berusaha mengelola dan melayani calon jemaah haji dengan baik. Sehingga dari hal ini akan tercipta kondisi yang stabil dan terus meningkat, bukan sebaliknya yaitu jemaah merasa kurang dilayani sehingga banyak yang berpindah ke KBIH lain. Penyelenggaraan komunikasi dengan obyek merupakan suatu syarat mutlak bagi setiap lembaga yang menghasilkan produk yang ditujukan kepada para konsumen yang tidak dikenalnya. Penyelenggaraan komunikasi dengan pasar (calon jemaah haji) juga berarti suatu syarat mutlak bagi suatu lembaga yang ingin menjamin kelangsungan hidupnya dan terus maju berkembang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id