

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian dan pengamatan mengenai strategi pemasaran yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) KBIH NU Jepara disimpulkan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran KBIH NU di Kabupaten Jepara dalam meningkatkan jumlah jamaah haji tahun 2016 adalah 1) Memanfaatkan jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH NU cabang Jepara, 2) Mengerahkan pengurus untuk mendata calon jamaah haji, 3) Menggunakan media pamflet atau brosur, 4) Bekerjasama dengan Radio Erlisa.
2. Adapun faktor pendukung dalam strategi pemasaran KBIH NU Jepara ini adalah 1) Faktor Pendukung: Hubungan komunikasi yang baik dengan jamaah haji yang telah melakukan bimbingan, Kekompakan antar pengurus KBIH NU cabang Jepara, baik pengurus pusat maupun pengurus cabang dalam memperoleh calon jamaah haji, Sarana dan prasarana yang dimiliki KBIH NU cabang Jepara memadai, Kemampuan dan pengalaman pembimbing di KBIH NU cabang Jepara. 2) Faktor Penghambat: Banyaknya KBIH lain di kabupaten Jepara sehingga menambah persaingan usaha, Terbatasnya kuota haji,

Pendidikan calon jamaah yang rendah, Usia calon jamaah yang sudah usia lanjut.

## **B. SARAN-SARAN**

Setelah melalui berbagai macam kegiatan penelitian dan sehubungan dengan telah selesainya penulisan Skripsi ini, tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak, ada beberapa hal yang hendak penulis sarankan :

1. Hendaknya KBIH NU cabang Jepara terus meningkatkan pemasarannya dengan menonjolkan keunggulan apa yang ditawarkan sebagai pembeda dari KBIH lain sehingga dapat mencapai target sesuai yang lebih tinggi.
2. Diharapkan KBIH NU cabang Jepara menggunakan strategi pemasaran yang sesuai dalam meningkatkan dan memajukan organisasi tersebut. Dapat diimbangi dengan proses pengelolaan yang baik yaitu dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan para calon jamaah haji sehingga calon jamaah haji tersebut bisa merasakan kepuasan dalam pembimbingan dan dapat berdampak positif untuk kemajuan organisasi atau lembaga tersebut.
3. Hendaknya strategi pemasaran yang dilakukan saat ini jangan hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut tetapi juga memanfaatkan semua media dan teknologi. Dengan demikian Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) NU Jepara akan bisa

memenuhi target jamaah setiap tahunnya. KBIH NU cabang Jepara agar lebih mengoptimalkan sosialisasi program-program haji pada media cetak, media elektronik maupun internet.

4. Hendaknya perlu dilakukan upaya-upaya untuk meningkatkan profesionalisme KBIH baik menyangkut manajemen organisasi KBIH maupun penanganan bimbingan ritual ibadah haji. Bagi para calon jamaah haji diharapkan dapat memilih KBIH yang benar-benar bisa membimbing dan melayani dengan baik dalam melakukan bimbingan sejak mulai di tanah air hingga di tanah suci.

### **C. PENUTUP**

*Alhamdulillah* segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan taufik, hidayah serta inayahnya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penulisan Skripsi ini. Sebagai manusia yang tentunya tak lepas dari kekhilafan, penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini belum maksimal dan masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca sekalian demi terciptanya sebuah Skripsi yang lebih baik dan sempurna.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat membawa manfaat khususnya bagi penulis dan para pembaca lainnya. Amin.