

dalam meningkatkan jumlah konsumen, mengingat kenaikan konsumen yang terus meningkat dari tahun ke tahun maka, setelah melakukan beberapa perencanaan yang sudah di memiliki selanjutnya adalah melakukan tindakan. Tindakan yang dimaksud adalah tindakan yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran tindakan awal yaitu: menyusun target konsumen. Target yang dimaksud adalah target konsumen yang dituju. Target yang dituju oleh yayasan konsumen adalah dari usia anak-anak sampai dewasa. Hal ini, dikarenakan Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya adalah lembaga yang memproduksi buku tilawati sebagai pedoman untuk pembelajaran tata cara membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar.

Strategi komunikasi pemasaran selanjutnya yang dilakukan Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya adalah melakukan promosi atau penggunaan iklan pada media yang ada. Hal ini dilakukan sebagai sarana pemberian informasi dan pengenalan produk kepada konsumen. langkah selanjutnya yang dilakukan pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dalam melakukan promosi adalah dengan cara memberikan diskon pada pembelian buku yang dilakukan oleh anggota yang sudah bergabung dengan nurul falah, sebagai anggota metode tilawati selanjutnya. Perawatan yang diberikan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya kepada para anggota yang sudah bergabung dengan Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dengan menjadi anggota adalah pemberian pembinaan diharapkan loyalitas lembaga (anggota) dapat meningkat sehingga mempengaruhi peningkatan konsumen.

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya adalah pemberian majalah donatur kepada donatur rutin. Majalah donatur dibagikan tiap bulannya dengan tema dan desain yang baru tiap bulannya. Majalah donatur merupakan sarana yang digunakan oleh pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dalam melakukan perawatan kepada para donatur dikarenakan para donatur merupakan aset penting sebagai penunjang kemajuan program Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya.

Media yang digunakan dalam melakukan promosi adalah media massa seperti brosur, internet, iklan. Media digunakan sebagai sarana memperkenalkan produk yang diproduksi oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya Surabaya. Media yang digunakan yaitu: iklan yang sudah dipasang di internet, internet juga sebagai media untuk memasarkan atau mengupgrade segala informasi yang berhubungan dengan Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya termasuk memasarkan segala yang berhubungan dengan produk nurul Falah.

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengharapkan dapat menjadi masukan bagi Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya Surabaya dalam meningkatkan jumlah konsumen dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen dan melakukan strategi komunikasi pemasaran yang lebih baik dalam meningkatkan jumlah konsumen. Berikut rekomendasi yang dibuat oleh peneliti yang dapat dijadikan sebagai bahan

