BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan pada halaman sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa KBIH An-Nur Surabaya menerapkan sistem pemasaran melalui pelayanan alumni jama'ah haji dengan cara memuaskan pelanggan. Proses kepuasan pelanggan KBIH An-Nur meliputi 7 elemen utama, yaitu;. Barang dan jasa berkualitas, *relationship marketing*, program promosi loyalitas, fokus pada pelanggan terbaik, penanganan complain secara efektif, *unconditional guarantees*, dan program *pay-for-performance*.

Pertama yaitu barang dan jasa berkualitas, KBIH An-Nur melayani setiap jama'ah sebelum pemberangkatan dan ketika berlangsung ibadah haji itu sendiri. Adapun hal yang dilakukan ialah melalui manasik haji beserta bimbingan ketika berada dimakkah.

Yang kedua ialah, relationship marketing, KBIH An-Nur melakukan relasi marketing terhadap alumni jama'ah. Seperti halnya agenda rutinan pengajian untuk alumni, sholat dhuha bersama, sholat tahajud bersama ini semua dilakukan setiap dua minggu sekali. Selain itu ada juga agenda tahunan yang diselenggarankan yaitu halal bi halal, yang mana melibatkan semua angkatan alumni haji KBIH An-Nur untuk terus bersilaturahmi setiap tahunnya. Serta menyediakan fasilitas untuk alumni, yang berupa

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

penginapan dan aula KBIH An-Nur untuk alumni jama'ah, hal ini untuk memudahkan para alumni jama'ah yang sedang mempunyai hajat.

Yang ketiga, program promosi loyalalitas diterapkan KBIH An-Nur sebagai bentuk terimakasih dari pihak KBIH An-Nur terhadap alumni yang telah mempercayai, melalui dolpres hadiah umrah gratis beserta undian vocer haji.

Ke-empat fokus pada pelanggan terbaik, KBIH An-Nur secara keseluruhan pemasarannya berfokus pada pelanggan. Hal-hal yang meliputi kepuasan pelanggan sangat diperhatikan oleh KBIH An-Nur seperti pelayanan maupun barang dan jasa berkualitas.

Selanjutnya yang kelima ialah, penanganan complain secara efektif, KBIH An-Nur menggunakan media sebagai sarana komunikasih dengan alumni terkait complain alumni yang bisa dilakukan lewat media yang disediakan, adapun media yang disediakan ialah aplikasi whatshap yang dibentuk per-angkatan.

Kemudian yang ke-enam yaitu, *unconditional guarantees*, garansi layanan yang disampaikan kepada pelanggan yang disediakan KBIH An-Nur semacam pengurusan dalam hal visa dan passport, juga ansuran pembayaran haji untuk memudahkan calon jama'ah haji yang ingin melaksanakan ibadah haji.

Adapun yang terakhir yaitu ke tujuh, *program pay-for-performance*, sumber daya manusia KBIH An-Nur yang bertujuan berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka. melalui jasa panggilan tausiyah

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

gratis langsung dari direktur KBIH An-nur yaitu KH. Abu bakar asssegaf, yang mana bertujuan untuk memudahkan para alumni yang membutuhkan.

Dari ke-tujuh elemen tersebut, ialah bentuk dari sistem pemasaran KBIH An-Nur melalui pelayanan alumni jama'ah haji. Yang mana sistem tersebut diterapkan untuk menuai pasar yang diharapkan, melalui pengalaman atau kepuasan alumni terhadap pelayanan KBIH An-Nur. Sehingga hal demikian muncul menjadi persepsi positif bagi konsumen baru dengan adanya pengalaman atau kepuasan alumni yang didapat dari KBIH An-Nur Surabaya.

B. Saran dan Rekomendasi

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, dapatlah penulis memberikan saran dan rekomendasi berikut ini:

1. Pihak KBIH An-Nur telak melalukan fokus pasar yang tepat dan terara, yakni berfokus pada alumni. Sehingga KBIH An-Nur mempunyai titik fokus dalam melakukan pemasaran demi mencapai sebuah tujuan.
2. Untuk koordinasi alumni, KBIH An-Nur bisa menerapkan coordinator setiap angkatan alumni kepada setiap karyawan. Artinya, masing-masing dari karyawan dimintai untuk menjadi coordinator angkatan alumni, sehingga laporan dari setiap angkatan terkoordinir lebih maksimal.
3. Kepada pembaca, diharap untuk tidak mengerti sistem pemasaran KBIH An-Nur melalui pelayanan alumni jama'ah haji saja. Melainkan dapat melihat nilai-

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

nilai agama yang telah dibangun oleh KBIH An-Nur terhadap alumni atau pelanggan.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini, mengalami keterbatasan penelitian dikarenakan pihak KBIH An-Nur Surabaya sedikit sulit untuk diwawancarai. Mengingat jadwal umrah yang mau berangkat, sehingga masing-masing karyawan sudah mempunyai job desc tersendiri yang harus diselesaikan dalam waktu tertentu.

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