BAB IV

ANALISIS SISTEM DIRECT MARKETIG KBIH AL-ICHSAN DALAM

MENJALIN HUBUNGAN DENGAN CALON JAMA'AH

A. Gambaran Umum KBIH Al-Ichsan Sidoarjo

1. Sejarah dan Profil KBIH Al-Ichsan

KBIH Al-Ichsan merupakan salah satu lembaga yang menyelenggarakan

bimbingan ibadah haji dan umroh. KBIH Al- Al-Ichsan Rahmah didirikan oleh H.

Ach. Khusaini, AQ pada tahun 2005. Sebelum mendirikan KBIH Al-Ichsan, sejak

tahun 1997 Abah khusaini telah berkecimpung di dunia pelayanan haji bersama

rekan kerjanya.

Setelah dirasa siap dan mampu barulah beliau meminta restu kepada ulama'

untuk mendirikan KBIH dan restu tersebut tlah didapat asalkan dengan catatan

mampu dalam segala hal, baik dari segi ilmu, visi dan Harta benda. Pada tahun 2005

KBIH Al-Ichsan lulus izin operational. KBIH Al-Ichsan telah mendapat izin resmi

dari Kementerian Agama Sidoarjo sesuai dengan surat surat keputusan No.1614

Tahun 2014. Saat ini dengan perubahan zaman, makin banyak muncul Kelompok

Bimbingan lain. Saat ini jumlah dari KBIH Provinsi Jawa Timur Tahun 2015 sekitar

223 KBIH tersebar di beberapa kota di Jawa Timur.⁶⁶

Akta izin KBIH Al-Ichsan:

a) Akta pendirian yayasan al-Ichsan

Nomer: 01, Notaris. Bintarto Triatmodjo, SH

Tanggal: 02 Mei 2005

b) Izin haji (KBIH)

⁶⁶Departemen Agama, Daftar jumlah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Provinsi Jawa Timur

Tahun 2015 (Sidoarjo, November 2016)

41

Nomer: Kw. 13. 3/1/Hj.01/1355/2005

Tanggal: 8 Juni 2005

c) Izin operasional KBIH Kemenag RI

Nomor: 1614 tahun 2014

Tanggal: 29 Desember 2014

2. Letak Geografis KBIH Al-Ichsan Sidoarjo

Lokasi KBIH Al-Ichsan yang berada di Jl. Ngemplak Rt. 22 Rw. 05 Desa Pagerwojo Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo. KBIH ini berada ditengah pemukiman yang tidak jauh dari jalan raya. Dengan batasanbatasan sebagai berikut:

a. Sebelah Utara berbatasan dengan desa Pagerwojo

b. Sebelah Selatan berbatasan dengan makam mbah Ali Mas'ud

c. Sebelah Timur berbatasan dengan Jl. H. Ali Mas'ud

d. Sebelah Barat berbatasan dengan desa Pagerwojo

3. Visi dan Misi

Visi: Menyelenggarakan bimbingan haji agar dapat menyempurnakan ibadah haji dan umrah semata karena Allah SWT menuju cita-cita haji mabrur.

Misi:

 Membimbing jamaah haji dan umrah untuk mencapai ibadah yang sempurna.

 Mengantarkan jamaah haji dan umroh yang berwawasan islami dan menjadikan haji yang mabrur.

- 3. Sebagai mitra pemerintah yang ikut serta mensukseskan penyelenggaraan ibadah haji.
- Menyelenggarakan Perjalanan Umrah yang berkualitas dan berstandar Syari'at Islam.
- Menjadikan Jama'ah yang berwawasan Islami dan dapat menjaga kemabruran Umrah.
- 6. Peningkatan ibadah dan kepuasan Jama'ah sebelum, waktu dan setelah umrah adalah cita-cita kami.

Produk yang ditawarkan

a. Haji Reguler

Syarat pendaftaran:

- 1) Mengisi formulir pendaftaran dengan melampirkan:
 - (a) Foto copy bukti lunas setoran awal BPIH dari Bank (2 lembar)
 - (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,-
- b. Badal Haji (Haji Amanah)

Syarat pendaftaran:

- 1) Identitas diri yang akan di badalkan
 - (a) Nama bin/binti

- (b) Alamat
- 2) Foto (1 lembar)
- 3) Biaya Rp. 7.500.000
- c. Fasilitas bimbingan KBIH Al-Ichsan
 - 1) Buku Materi Manasik Haji
 - 2) Buku Do'a Manasik Haji
 - 3) Pakaian Seragam Bryan Makkah
 - 4) Buku Kenangan Atau Memory Haji
 - 5) Membantu Pelaksanaan Haji Amanah Dan Dam (Denda)
 - 6) Syahadah Atau Piagam Haji dan Badal Haji
 - 7) Foto Kenangan.
 - 1. Jumlah jama'ah KB<mark>IH</mark> Al-Ichsan



2. Struktur Organisasi KBIH Al-Ichsan

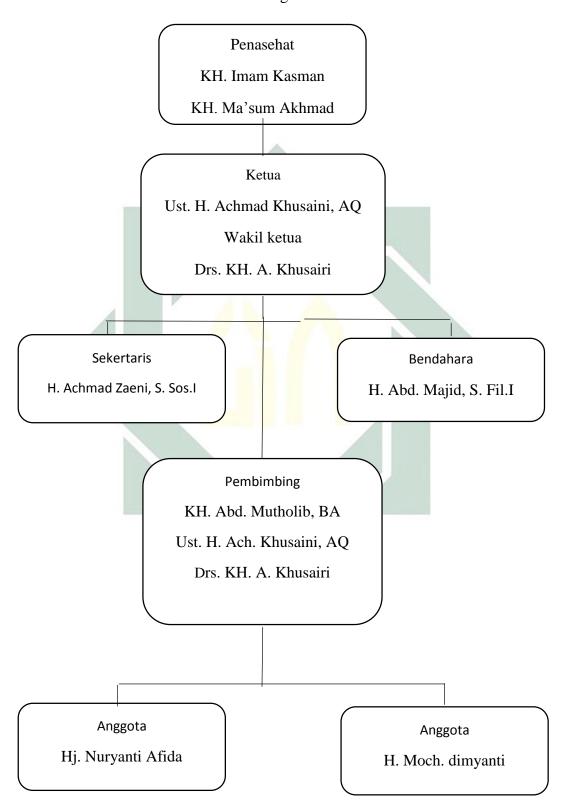
Dalam menjamin kelancaran kegiatan operasional, diperlukan suatu koordinasi diantara semua jenjang agar kegiatan-kegiatan dapat terlaksana dengan tertib sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Untuk mengatur

mekanisme penyelenggaraan aktivitas yang ada di KBIH Al-Ichsan, dibentuk suatu struktur organisasi yang mengklasifikasikan bidang-bidang pekerjaan dan tugas masing-masing anggota. Struktur organisasi diharapkan dapat meminimalisir kemungkinan-kemungkinan komunikasi yang kurang baik yang bisa mengakibatkan beberapa hal yang saling tumpang tindih dalam melaksanakan aktivitas kerja KBIH Al-Ichsan. Adapun struktur organisasi KBIH Al-Ichsan dapat dilihat pada gambar berikut :



Susunan Pengurus

Bagan 3.1



Keterangan susunan struktur lembaga KBIH Al-Ichsan:

1. Penasehat : KH. Imam Kasman

KH. Ma'sum Akhmad

2. Ketua : Ust. H. Achmad Khusaini, AQ

3. Wakil ketua : Drs. KH. A. Khusairi

4. Sekretaris : H. Achmad Zaeni, S. Sos.I

5. Bendahara : H. Abd. Majid, S. Fil.I

6. Anggota : Hj. Nuryanti Afida

: H. Moch. Dimyanti

7. Pembimbing Manasik: Ust. H. Ach. Khusaini, AQ

KH. Abd. Mutholib, BA

Drs. KH. A. Khusairi

Masing-masing unit memiliki tugas, tanggung jawab dan fungsi yang berbeda-beda. Secara terperinci, tugas dari masing-masing unit dalam struktur organisasi KBIH Al-Rahmah adalah :

1. Penasehat

- a. Bertugas untuk mengawasi kegiatan organisasi, dan bersifat tidak langsung.
- b. Bertugas sebagai penasehat di dalam KBIH.

2. Ketua

- a. Bertugas sebagai pengontrol, pengelola, pengawas dan penanggung jawab atas semua kegiatan di KBIH
- Bertugas melaksanakan tugas harian dan mengawasi secara langsung dilapangan proses kerja organisasi.

c. Ketua diperkenankan mengambil langkah otoriter ketika dalam keadaan darurat.

3. Sekretaris

- a. Bertugas mengatur, mengelola dan mengarsipkan semua administrasi yang ada di KBIH
- b. Bertugas menjalankan proses administrasi organisasi.
- c. Memiliki tanggungjawab persoalan administrasi yaitu semenjak pendaftaran hingga pelaporan administrasi.
- d. Bertanggung jawab atas semua arsip yang ada.
- e. Berfungsi sebagai pelaksana tugas-tugas yang bersifat membantu ketua agar ketua dapat melaksanakan tugasnya secara efektif dan efisien.

4. Bendahara

- a. Berfungsi mengatur, mengelola, mencatat semua yang berkaitan dengan keuangan KBIH
- Bertugas sebagai manajer keuangan yang mengerjakan dan mengatur keuangan organisasi.
- c. Berfungsi memegang dan mengelola keuangan setra mengatur keuangan yang masuk dan keluar perusahaan serta Pendistribusikan gaji kepada karyawan.
- d. Bertugas dan bertanggung jawab untuk mengelola keuangan dan membuat laporan keuangan.

5. Anggota

- a. Bertugas sebagai penanggung jawab dalam bidang sosial, seperti pembentukan jamaah yang telah melaksanakan ibadah haji, pengajian untuk menjaga silaturrahim antar jamaah.
- Bertugas sebagai penanggung jawab dalam bidang hubungan masyarakat.
- c. Bertugas membantu jamaah yang ingin menunaikan ibadah haji yaitu membantu proses pendaftaran
- d. Bertugas dalam memasarkan KBIH agar dikenal oleh khalayak.
- e. Berfungsi untuk mencapai tujuan orgaisasi dengan melaksanakan komunikasi dua arah antara organisasi dan masyarakat dengan menumbuhkan pengertian dan pada akhirnya timbul partisipasi.

B. Penyajian data

1. Direct marketing

Haji merupakan sarana dan media bagi umat islam untuk melaksanakan ibadah ke tanah suci. Melaksanakan ibadah haji merupakan sesuatu yang dirindukan oleh semua umat islam, bahkan tidak sedikit umat islam yang melakukan hal itu lebih dari sekali. Hal inilah diperlukan peranan KBIH dalam membimbing jama'ah haji dalam pembinaan serta pelaksanaan ibadah. Hal itulah yang menjadi alasan yayasan untuk memberikan pelayanan pembinaan ibadah haji sebagai produk jasa yayasan. Informan satu menyatakan bahwa dalam pelaksanaan pelayanan dibutuhkan beberapa cara dalam memasarkan dan mencari calon jama'ah.

"ya mencari informasi tentang KBIH mbak. Mana yang bagus mana yang tidak. Soale sekarang kan banyak KBIH yang nawarin program ini itu tapi meskipun gitu kan kadang pemasaran e bagus hasil e ndak sesuai,,⁶⁷

Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan diatas bahwa saat ini terdapat banyak KBIH yang menawarkan jasa bimbingan ibadah haji. Dengan semakin banyak KBIH membuat KBIH satu dan lain berlomba untuk mencari dan mengenalkan KBIH tersebut. Salah satunya adalah KBIH Al-Ichsan. Seperti halya KBIH yang lainnya, KBIH Al-Ichsan juga memiliki cara tersendiri dalam mengenalkan KBIH nya terhadap masyarakat. Hal ini sebagaimana yang diungkap oleh informan satu saat wawancara di yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo yang sekaligus sebagai kediaman beliau sebagai berikut:

.....jalur pendekatan.ya bertamu,silaturahmi kepada orang-orang yang mempunyai keinginan berhaji. Satu ya cara-cara untuk merintis jama'ah..⁶⁸

,,,selalu banyak berd<mark>ek</mark>atan,,,⁶⁹

Selain dari keterangan informan satu, peneliti juga menemukan informasi lain yang memperkuat pendapat dari informan satu sebagaimana terungkap berikut ini :

....kita awalnya 2005 dulu itu kita mencari jamaah itu dengan cara doortodoor ya dari pinti ke pintu..⁷⁰ dari cara doortodoor tadi kita juga bisa tau secara langsung respon dari

orang tersebut,,⁷¹

Dari hasil wawancara peneliti terhadap informan satu dan informan dua bahwa awal mula pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Al-Ichsan menggunakan beberapa cara. Pertama menggunakan jalur pendekatan.

 $digilib.uins by. ac. id \ digilib.uins by.$

⁶⁷ Wawancara dengan jama'ah 1 yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 20 Oktober 2016

⁶⁸ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁶⁹ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

 $^{^{70}}$ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

⁷¹ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

Yang dimaksud dari jalur pendekatan yakni mengunjungi beberapa orang yang memiliki rencana untuk melakukan ibadah haji agar tertarik menggunakan jasa pelayanan KBIH Al-Ichsan. Menurut keterangan yang diberikan oleh informan dua dengan mengunjungi dan mengajak calon jama'ah doortodoor juga bisa mengetahui respon secara langsung. Apakah orang tersebut tertarik dan memiliki minat untuk bergabung dengan yayasan KBIH Al-Ichsan.

Seperti halnya diungkap oleh informan satu sebelumnya yang menyatakan bahwa ada beberapa cara dalam memasarkan jasa KBIH Al-Ichsan. Cara yang petama adalah jalur pendekatan seperti yang telah dijelaskan diatas. Selanjutnya yakni jalur pengorbanan. Maksud dari jalur pengorbanan yang dilakukan oleh pihak KBIH. Pengorbanan yang dilakukan mulai dari tenaga, fikiran maupun harta benda, karena menjalankan yayasan dengan memberikan pelayanan dengan semaksimal mungkin. Dalam menjalankan yayasan KBIH menurut pendapat informan pertama dibutuhkan tenaga yang maksimal. Selain itu juga dibutuhkan pengorbanan dalam harta benda yang dimaksud adalah ketika seorang jama'ah pada saat itu telah mendapatkan giliran untuk berangkat ke tanah suci tetapi masih belum memiliki cukup biaya untuk pelunasan maka akan diberikan pinjaman dari dana milik KBIH sendiri. Meskipun ada juga dana talangan dari pemerintah tetapi menurut informan satu, menyampaikan bahwa dana talangan tersebut mengandung unsur bunga, sehingga ditakutkan dapat memberatkan calon jama'ah yang akan berangkat. Selain itu dengan memberikan dana pinjaman dari KBIH dapat meringankan beban

calon jama'ah hal itu juga dapat menarik simpatik dari calon jama'ah tersebut.

yang kedua Jalur pengorbanan. Artinya itu baik tenaga maupun harta.jadi ringan kaki,entengan.yang kedua melalui harta apabila ada sedikit kekurangan jama'ah bisa di pinjami.....⁷²

"dipinjami dana pribadi.⁷³

Selain dua cara yang telah dijelaskan diatas terdapat juga KBIH juga memiliki cara lain untuk menarik minat calon jama'ah, yaitu dengan menggunakan jalur bimbingan. Yang dimaksud dari jalur bimbingan tersebut adalah penyampaian pembinaan yang dilakukan oleh pihak KBIH terhadap jama'ah dilakukan dengan sebaik mungkin baik-baik dari penyampaian pembinaan dari sebelum keberangkatan, ketika pelaksanaan ibadah haji hingga kembalinya para jama'ah ketika kembali ke tanah air. Karena seperti halnya pada jalur pengorbanan tadi jika pembinaan dilakukan dengan penyampaian yang maksimal, mudah dipahami dan diikuti maka juga dapat memberikan kesan yang baik bagi jama'ah sehingga para jama'ah tersebut dapat menceritakan kepada orang lain tentang penyampaian pembinaan yang diberikan pihak KBIH terhadap jama'ahnya. Seperti halnya terdapat dalam wawacara berikut ini:

"jalur bimbingan,jalur materi bimbingan dari tanah suci,tanah air sampai tanah suci bahkan di dampingi sampai slesai.banyak sekarang di bombing tapi belum tentu di damping.ya itu. Maka untuk meraih jama'ah untuk kesuksesan jama'ah itu.,.⁷⁶

 $digilib.uins by. ac. id \ digilib.uins by.$

^{,,,}kalo dana talangan ada bunganya. Kalo dana pribadi tidak pakek bunga ⁷⁴

^{,,,}karna itu untuk meringankan jama'ah agar jama'ah simpatik,,,⁷⁵

⁷² Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁷³ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁷⁴ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁷⁵ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁷⁶ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

"dibimbing betul.diantar betul kemudian di pandu betul sampai selesai.ya lebih ditingkatkan artinya itu biar jama'ah lebih puas.lebih menaruh perhatian.lebih berkesan laaa gitu,,,⁷⁷

"yaa itu melalui jalur pendekatan, jalur silaturahmi dan jalur pengorbanan.sehingga orang nanti bisa membaca oh pelayanane kok enak,,,⁷⁸

Brosur dapat dijadikan juga sebagai salah satu sarana untuk publikasi, namun untuk yayasan KBIH Al-Ichsan dirasa kurang efektif saat penyebaran informasi tentang KBIH. Salah satu informan mengungkapkan bahwa saat ini brosur sudah tidak digunakan lagi oleh pihak yayasan KBIH Al-Ichsan. Karena pada saat peneliti meminta contoh brosur yang lama pun untuk dijadikan sebagai dokumentasi tidak ada. Seperti halnya yang terdapat pada wawancara berikut ini:

,,,,,Kita juga membagikan brosur,,,sebentar tak carikan dulu brosurnya,,,, kayak e udh gak ada mbak soale udah ndak kepakek juga. Kita juga ndak bikin lagi,,,⁷⁹

Informan lain menyatakan bahwa dalam penggunaan brosur dirasa kurang mendapat respon yang baik dari calon jama'ah dan para calon jama'ah lebih merespon penawaran melalui sistem mulut ke mulut. Maksud dari sistem dari mulut ke mulut yakni para calon jama'ah lebih percaya pendapat dan saran kerabat atau saudara terdekat yang sudah terlebih dahulu menggunakan jasa pelayanan yayasan KBIH Al-Ichsan. Bisa diketahui bahwa fasilitas dan pelayanan bisa mempengaruhi minat daya tarik konsumen. Dalam hal ini peneliti merasa bahwa pemasaran melalui komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan melalui komunikasi dari mulut ke mulut lebih memperkecil

⁷⁸ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁷⁷ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁷⁹ Wawancara dengan bendahra yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 13 November 2016

biaya pengeluaran. Sebagaimana peneliti menampilkan hasil wawancara sebagai berikut:

",tapi dari brosur itupun jarang mbak.juarang digunakan,pasti yang lebih utama itu pelayanan.soalnya dari omongan ini, omongan ini,

KBIH Al-Ichsan berkomitmen akan fokus terhadap pelayanan jama'ah, Karena semakin banyaknya konsumen yang terpuaskan, maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik untuk mendaftar haji di KBIH Al-Ichsan. Hal ini ditinjau dari segi pengalaman jama'ah yang lalu, sebelum sampai pada pengalaman calon jama'ah yang akan datang, pihak KBIH Al-Ichsan membangun sebuah pelayanan terhadap jama'ah, sehingga jama'ah diharapkan akan terpuaskan melalui pelayanan yang tersedia dari KBIH. Dari sebuah pelayanan akan beralih pada pengalaman jama'ah, sehingga pelanggan atau jama'ah dapat menceritakan pengalaman yang didapat dari KBIH Al-Ichsan terhadap orang lain, dari sinilah konsumen baru atau calon jama'ah tertarik akan KBIH Al-Ichsan dikarenakan bukti nyata, yaitu pengalaman alumni sudah ada. Selain itu banyak juga upaya yang menguntungkan KBIH Al-Ichsan dengan cara memelihara kepercayaan alumni daripada melakukan pemasaran yang lainnya. Seperti halnya terdapat pada wawancara berikut ini:

",omongan sini, omongan sini, omongan sini.tapi lek secara pemasaran lagi ya satu tempat taruhlah satu kecamatan.ini pasti ada satu orang.satu orang ini istilahnya kyak jama'ah e abah seng bisa dipercaya untuk opo jenenge,istilah e e,, ngajak orang.tetep itupun istilah e kita naruh orang di tiap kecamatan/ soale kan lek KBIH-KBIH lain kan kalau pelayanan kita

 $^{^{80}}$ Wawancara dengan anggota pengurus yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 14 November 2016

bagus pasti tatapan orang maksud e seng di rasakan orang-orang *kan ya* enak,pasti akan cerita,,,⁸¹

Jadi, ungkapan diatas bahwa KBIH Al-Ichsan cukup menyadari adanya pesaing yang sangat banyak, upaya-upaya yang sama dilakukan KBIH secara umum tidak terlalu membantu KBIH Al-Ichsan. Oleh karenannya KBIH Al-Ichsan memfokuskan pelayanan terhadap jama'ah karena lebih memberikan kontribusi yang menjanjikan. Selain itu, pemasaran melalui pelayanan alumni ini juga dapat menjadi jangka panjang bagi KBIH Al-Ichsan, sehingga ini sama dengan halnya investasi yang mana jika tidak untuk dikonsumsi di masa ini, maka akan di konsumsi dimasa yang akan datang.

Dari hasil penelitian lapangan peneliti juga menemukan jawaban dari beberapa informan lain yang telah menggunakan jasa pelayanan dari yayasan KBIH Al-Ichsan. Bahwa awal mula menggunakan pelayanan jasa yayasan KBIH Al-Ichsan tersebut atas saran dari tetangga sekitar rumah. Sebagaimana peneliti mendapatkan hasil wawancara sebagai berikut :

"Dari mulut ke mulut, Jamaah sekitar sini tetangga semua menyarankan ikut KBIH Al-Ichsan,,,⁸²

"Karena tetangga tetangga sini waktu berangkat haji ikut di KBIH itu. Lah katae orang orang bagus ya tertarik. Dari pada cari cari yang lain kan nati iya kalo bagus. Kalo jelek kan ya ndak enak,"⁸³

Menurut dari keterangan informan ke lima yang merupakan salah satu jama'ah yang menggunakan pelayanan jasa yayasan KBIH Al-Ichsan, informan menyatakan mengetahui KBIH dari tetangga yang terlebih dahulu menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan. Hal itu sama seperti yang diungkap oleh informan keempat yang juga menyatakan bahwa banyak

-

⁸¹ Wawancara dengan anggota pengurus yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 14 November 2016

⁸² Wawancara dengan jama'ah 1 yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 20 Oktoberr 2016

⁸³Wawancara dengan jama'ah 3 yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 28 Oktober 2016

tetangga sekitar rumah yang juga sudah menggunakan pelayanan jasa dari KBIH Al-Ichsan. Informan enam juga mengungkapkan bahwa menurut orang orang sekitar yang menyarankan untuk menggunakan KBIH Al-Ichsan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak KBIH memuaskan. Hal itu juga menjadi salah satu daya tarik seseorang untuk ikut menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan. Dalam hal ini didukung juga dengan pendapat informan lain yang sudah lanjut usia yang memutuskan untuk menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan karena ada yang berpendapat dengan menggunakan pelayana jasa KBIH Al-Ichsan maka akan terjamin. Maksudnya akan terjamin yakni kebutuhan selma perjalanan akan terpenuhi baik itu yang sudah lanjut usia. Sebagaimana informan mengungkap dalam wawancaranya berikut ini:

"ya soale orang sini <mark>r</mark>ata <u>rata ikut bimbing</u>an manasik haji e di KBIH itu. Berhubung aku belum pengalaman ya aku ikut kayak orang orang ajalah. Soale ada yang bilang enak, terjamin, apalagi usiaku sudah tua,,,⁸⁴

Dari keterangan yang diberikan oleh informan diatas, informan tersebut menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan dikarenakan percaya akan pelayanan yang akan diberikan oleh KBIH. Hal itu dikarenakan orang disekitar informan memiliki kepercayaan yang penuh atas KBIH Al-Ichsan. Baik itu pelayanan terhadap orang yang berusia dewasa maupun sudah lanjut usia. Selain pemasaran dari mulut ke mulut seperti yang dijelaskan diatas, informan lain yang selaku pengurus KBIH Al-Ichsan mengungkapkan bahwa pemasaran yayasan KBIH Al-Ichsan juga melalui media sosial. Hal itu dilakukan oleh pihak KBIH karena dinilai

⁸⁴ Wawancara dengan jama'ah 2 yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 22 Oktober 2016

lebih mudah dan ekonomis. Karena dengan perkembangan jaman yang saata ini sudah pesat, persediaan koneksi internet sudah melimpah. Seperti halnya yang diungkap dalam wawancara berikut ini :

Pakek HP ae lebih enak mbak, lebih gampang, lebih ekonomis juga.⁸⁵ ya itu tadi,,, sesuai dengan apa yang sudah saya bilang tetapi kita juga memanfaatkan sosial media seperti facebook, wa, dan lainnya.⁸⁶

Ya kalo lewat facebook kan kita bisa upload foto kegiatan selama bimbingan, proses haji, jadi bisa menarik minat orang untuk ikut pakek KBIH Al-Ichsan eh kok enak,,, eh kok gampang,. Dari foto kan bisa bercerita⁸⁷

Lalu dari wa itu kan kita langsung menghubungi orang yang sepertinya akan melakukan ibadah haji, seperti saudara atau kerabat dari jama'ah yang dulu dulu itu⁸⁸

Seiring dengan zaman yang telah berkembang pesat saat ini, dapat lebih memudahkan kinerja KBIH Al-Ichsan temasuk dalam memasarkan produk jasa yang ada pada yayasan KBIH Al-Ichsan. Menurut keterangan informan diatas saat ini lebih mudah memasarkan KBIH Al-Ichsan melalui HP yang menggunakan internet. Hal itu dikarenakan lebih memudahkan pekerjaan yang dilakukan juga dinilai lebih menghemat biaya pengeluaran. Pemasaran yang dilakukan oleh pihak KBIH Al-Ichsan juga melalui media sosial seperti facebook.

⁸⁵ Wawancara dengan bendahra yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 13 November 2016

⁸⁶ Wawancara dengan bendahra yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 13 November 2016

⁸⁷ Wawancara dengan bendahra yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 13 November 2016

⁸⁸ Wawancara dengan bendahra yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 13 November 2016



Gambar 4.1

Proses bimbingan yang dilakukan oleh yayasan KBIH Al-Ichsan

Menurut pernyataan yang informan berikan, pemasaran melalui facebook itu dengan menampilkan foto kegiatan selama kegiatan pembinaan yang dilakukan oleh pihak yayasan KBIH Al-Ichsan. Karena menurut informan dengan menampilkan dokumentasi tersebut diharapkan dapat menarik minat calon jama'ah lain yang memiliki rencana untuk melakukan ibadah haji. Selanjutnya juga menurut informan tersebut pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Al-Ichsan juga melalui whatsapp. Hal itu bertujuan agar dapat menghubungi langsung calon jama'ah atau bahkan jama'ah yang lama dengan menarik minat untuk menggunakan jasa KBIH Al-Ichsan. Hal tersebut juga diperkuat dengan pernyataan informan selanjutnya yang selaku jama'ah yang berpendapat bahwa mengetahui yayasan KBIH Al-Ichsan melalui internet. Sebagaimana peneliti mendapatkan hasil wawancara sebagai berikut:

internet...⁸⁹

kan pencarian-pencarian yang pertama itu di Surabaya yang kedua ini dan yang ketiga disukodono,yang pertama kan al madinaa ato al makkah

⁸⁹ Wawancara dengan jama'ah 4 yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 14 November 2016

ka.itune kok koyo terlalu gimana gitu.kayak haji-haji plus.cobak deh Alichsan yang paling dekat,,, 90

Dari hasil pernyataan yang disampaikan oleh dua informan, informasi tentang adanya yayasan KBIH Al-ichsan didapatkan melalui situs pencarian di internet. Menurut kedua informan tersebut, sebelumnya terdapat tiga pilihan yayasan yang akan dipakai oleh informan tersebut. Dari informasi yang didapatkan kedua informan tersebut melihat bahwa yayasan KBIH Al-Ichsan lebih dekat dengan kediaman informan. Selain itu menurut pejelasan informan bahwa KBIH Al-Ichsan sepertinya sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh informan. Maka dari itu informan memutuskan untuk menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan.

2. Menjalin hubungan atau silaturrahmi

Menjalin silaturrahim dengan orang lain merupakan kunci keberhasilan setiap orang dalam mempererat hubungan baik itu hubungan persaudaraan bahkan juga dapat menjalin relasi bisnis. Bentuk menjalin silaturahim sangatlah bermacam-macam. Salah satunya dengan mengadakan reuni atau temu kangen, dengan adanya kegiatan tersebut diharapkan dapat mempererat jalinan silaturahmi. Hal itu juga yang dilakukan oleh yayasan KBIH Al-Ichsan. Sebagaimana peneliti mendapatkan hasil wawancara sebagai berikut :

"Adanya reuni tujuannya itu mengadakan temu kangen satu.yang kedua silaturahmi dan yang ketiga mempererat tali persaudaraan karna sesuai dengan kitab Allah sudah menganjurkan beriman kepada Allah dan dan akhirat eh lestarikanlah untuk silaturahmi isya Allah akan di tambah rizkinya dan dipanjangkan umurnya.itu tujuan pertemuan⁹¹

-

⁹⁰ Wawancara dengan jama'ah 5 yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 14 November 2016

⁹¹ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

KBIH Al-Ichsan juga mempunyai agenda acara yang untuk para jama'ah, yang mana acara tersebut menjadi wadah temu silaturahmi antara para alumni. Sehingga setiap masing-masing angkatan alumni jama'ah tidak terputus dan tetap saling menjaga tali silaturahmi satu sama lain. Menurut pernyataan yang diberikan informan tersebut juga menyatakan bahwa Allah memerintahkan kepada seluruh umatnya untuk saling mempererat jalinan silaturahmi untuk senantiasa menjalin tali persaudaraan. Karena menurut informan dengan silaturahmi juga dapat menambah rizki dan memperpanjang umur. Selain dengan silaturahmi dapat mempererat tali persaudaraan, silaturrahmi juga dapat membantu pihak KBIH dalam mencari calon jama'ah. Hal itu sebagaimana disampaikan oleh informan dibawah ini :

,,,ya kita kan berusah<mark>a</mark> untuk menjaga silturahim dengan jama'ah. Jadi itu juga dapat membantu kita dalam mencari jama'ah ⁹²

C. Analisis Data

1. Direct marketing

Saat ini dengan semakin banyaknya minat masyarakat indonesia untuk menunaikah ibadah haji, menjadi pemicu banyak bermunculan yayasan yang menyediakan pelayanan jasa pembinaan untuk calon jama'ah haji seperti KBIH. Hal ini membuat para ketua menjadi semakin berusaha untuk berlomba lomba menjadi yang terbaik dari KBIH KBIH yang lain. Baik itu berlomba lomba dalam peningkatan mutu maupun memasarkan yayasan

⁹² Wawancara dengan bendahra yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 13 November 2016

KBIH. Hal ini sebagaimana yang diungkap oleh salah satu informa yang merupakan jama'ah yayasan KBIH Al-Ichsan sebagai berikut :

"ya mencari informasi tentang KBIH mbak. Mana yang bagus mana yang tidak. Soale sekarang kan banyak KBIH yang nawarin program ini itu tapi meskipun gitu kan kadang pemasaran e bagus hasil e ndak sesuai. ⁹³

Seperti halnya yang diungkapkan oleh informan diatas bahwa saat ini terdapat banyak KBIH yang menawarkan jasa bimbingan ibadah haji. Hal itu membuat calon konsumen untuk lebih bijaksana seblum menggunakan layanan jasa KBIH yang ada, agar sesuai dengan jenis layanan jasa KBIH yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori berikut :

"Industri jasa saat ini merupakan sektor ekonomi yang sangat besar dan bertumbuhnya pun sangat pesat. Pertumbuhan tersebut selain diakibatkan oleh pertumbuhan jenis jasa yang sudah ada sebelumnya, juga disebabkan oleh munculnya jenis jasa baru, sebagai akibat dari tuntutan dan perkembangan zaman. 94"

Dari hasil penelitian lapangan yang dikuatkan dengan data teori tersebut, peneliti membenarkan adanya data lapangan. Peneliti sering menjumpai jenis pelayanan jasa KBIH saat ini sangat beragam pilihan, bahkan peneliti menjumpai terdapat lebih dari 10 KBIH dalam satu kota. Hal itu diperkuat dengan data yang diterima oleh peneliti tentang daftar

⁹³ Wawancara dengan jama'ah 1 yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 20 oktober 2016

⁹⁴ Adam, Muhammad, 2015, Manajemen Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung, hal: 5

KBIH Jawa Timur dapat dilihat pada table 4.1. Dengan semakin banyaknya pesaing dibidang jasa ini yang seharusnya membuat banyak pelaku yayasan untuk lebih gencar memasarkan pelayanan jasa yang dimiliki. Seperti halnya yang dilakukan oleh yayasan KBIH Al-Ichsan. Berbagai cara dilakukan untuk mengenalkan pelayanan jasa yang dimiliki. Seperti halnya yang diungkap oleh ketua yayasan KBIH Al-Ichsan sebagai berikut :

.....jalur pendekatan.ya bertamu,silaturahmi kepada orang-orang yang mempunyai keinginan berhaji. Satu ya cara-cara untuk merintis jama'ah..⁹⁵

,,,selalu banyak berdekatan,,,⁹⁶

Dari hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa dalam memasarkan pelayanan jasa yang didimiliki oleh KBIH Al-Ichsan dapat melalui komunikasi. Dari pernyataan tersebut terdapat suatu teori yang menyatakan sebagai berikut :

Komunikasi pemasaran adalah sara dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang mereka jual. ⁹⁷

Dalam teori tersebut komunikasi dalam memasarkan suatu produk dapat dilakukan secara langsung maupun secara tidak langsung. Seperti halnya yang ditemukan oleh peneliti pada pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan melakukan komunikasi pemasaran secara langsung seperti mendatangi calon jama'ah. Tidak hanya berkunjung dalam hal ini pihak yayasan KBIH Al-Ichsan juga berusaha untuk memperkenalkan pelayanan jasa yang dimiliki nya. Seperti halnya pada wawancara berikut ini:

9

⁹⁵ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁹⁶ Wawancara dengan ketua yayasan KBIH Al-Ichsan pada tanggal 12 November 2016

⁹⁷ Kotler, philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Erlangga, jakarta, hal: 172

....kita awalnya 2005 dulu itu kita mencari jamaah itu dengan cara doortodoor ya dari pinti ke pintu..⁹⁸

dari cara doortodoor tadi kita juga bisa tau secara langsung respon dari orang tersebut,, 99

Dari hasil wawancara peneliti terhadap informan satu dan informan dua bahwa awal mula pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Al-Ichsan menggunakan beberapa cara. Pertama menggunakan jalur pendekatan. Yang dimaksud dari jalur pendekatan yakni mengunjungi beberapa orang yang memiliki rencana untuk melakukan ibadah haji agar tertarik menggunakan jasa pelayanan KBIH Al-Ichsan. Menurut keterangan yang diberikan oleh informan dua dengan mengunjungi dan mengajak calon jama'ah doortodoor juga bisa mengetahui respon secara langsung. Apakah orang tersebut tertarik dan memiliki minat untuk bergabung dengan yayasan KBIH Al-Ichsan.

Dalam hal ini termasuk dalam pemasaran langsung atau Direct Marketing. Peneliti menemukan suatu teori yang menyatakan bahwa: "Tujuan pemasar melakukan *direct marketing* adalah untuk membina hubungan dengan pelanggan agar dapat mengukur respon pelanggan dengan segera. *Direct marketing* dilakukan dengan menggunakan periklanan respon langsung. ¹⁰⁰"

Dari hasil penelitian lapangan yang dikuatkan dengan teori tersebut peneliti membenarkan data adanya data lapangan. Dari pernyataan dan teori tersebut dapat menunjukkan bahwa dengan melakukan komunikasi secara

⁹⁸ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

⁹⁹ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

¹⁰⁰ Kotler, philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Erlangga, jakarta, hal 559

langsung juga dapat terjadi pemasaran langsung yang dapat mengukur suatu tingkat ketertarikan seseorang terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan. Dengan melakukan kegiatan tersebut juga akan terjalin suatu hubungan antara pihak KBIH dengan calon jama'ah. Suatu hubungan akan dapat tercipta ketika komunikasi yang digunakan dilakukan dengan cara yang baik. Suatu hubungan dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menyambung silaturrahmi seperti yang dilakukan oleh KBIH Al-Ichsan yang senantiasa berkunjung ke para jama'ah atau pun calon jama'ah nya.

a. Database

Selain melakukan kunjungan tersebut KBIH Al-Ichsan juga melakukan suatu kegiatan yang yang disebut Reuni Alumni. Sebagaimana peneliti mendapatkan hasil wawancara sebagai berikut:

"Adanya reuni tujuannya itu mengadakan temu kangen satu.yang kedua silaturahmi dan yang ketiga mempererat tali persaudaraan karna sesuai dengan kitab Allah sudah menganjurkan beriman kepada Allah dan dan akhirat eh lestarikanlah untuk silaturahmi isya Allah akan di tambah rizkinya dan dipanjangkan umurnya.itu tujuan pertemuan¹⁰¹

KBIH Al-Ichsan juga mempunyai agenda acara yang untuk para jama'ah, yang mana acara tersebut menjadi wadah temu silaturahmi antara para alumni. Sehingga setiap masing-masing angkatan alumni jama'ah tidak terputus dan tetap saling menjaga tali silaturahmi satu sama lain. Menurut pernyataan yang diberikan informan tersebut juga menyatakan bahwa Allah memerintahkan kepada seluruh umatnya untuk saling mempererat jalinan silaturahmi untuk senantiasa menjalin tali persaudaraan. Karena menurut

¹⁰¹ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

informan dengan silaturahmi juga dapat menambah rizki dan memperpanjang umur. Selain dengan silaturahmi dapat mempererat tali persaudaraan, silaturrahmi juga dapat membantu pihak KBIH dalam mencari calon jama'ah.

Dalam hal ini dapat juga dikaitkan sengan salah satu teori pemasaran langsung sebagai berikut.

Alamat - alamat yang ada di database ini harus masih aktif sehingga dapat dihubungi. Database memungkinkan kontak dengan para pelanggan yang ada sekarang atau calon pelanggan yang akan diakses, atau disampaikan oleh perusahaan yang memiliki database tentang alamat alamat surat atau nomor telepon. Dalam teori tersebut dapat juga dikaitkan sengan salah satu teori sebagai berikut:

Hubungan Masyarakat merupaka bentuk komunikasi yang bertujuan menjalin relasi, baik edengan berbagai *stakeholder* perusahaan melalui publisitas positif, citra korporasi yang bagus dan dan penanganan rumor, peristiwa, dan cerita negatif. ¹⁰³

Dari Hasil penelitian dilapangan yang dikuatkan dengan data teori tersebut, peneliti membenarkan adanya data lapangan. Dengan adanya databese dapat memungkinkan KBIH untuk mengumpulkan jama'ah yang lama dan membentuk suatu perkumpulan. Dalam hal ini reuni juga dapat menjadi suatu wadah yang menguntungkan bagi pihak pelayanan jasa. Selain dapat menyambung silaturrahim ketika kegiatan reuni tersebut akan

-

¹⁰² Terence A. Shimp,2003, *Periklanan Promosi aspek tambahan komunikasi terpadu edisi ke lima,* Erlangga, Jakarta, hal: 568

¹⁰³ Tjiptono, Fandy. 2006, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publising, Malang, hal: 247

terjalin suatu hubungan yang baik. Dalam hal ini komunikasi yang dilakukan akan terjadi dengan santai, sehingga ketika terjalin komunikasi antara pihak yayasan KBIHAl-Ichsan dengan para jama'ah dapat disisipkan suatu pemasaran. Dalam hal ini pihak KBIH dapat memberikan informasi terbaru yang dimiliki KBIH seputar ibadah haji dan diharapkan nanti akan disampaikan kepada keluarga, kerabat, atau saudara dari jama'ah tersebut.

Dalam hal ini akan sangat mungkin terjadi suatu pemasaran tidak langsung. Salah satunya pemasaran melalui mulut ke mulut atau *Word Of Mouth.* seperti halnya dalam suatu teori berikut ini:

Informasi dari mulut ke mulut adalah bentuk promosi dengan cara menyebarkan informasi mengenai barang/ jasa melalui obrolan dari seseorang ke orang lain...¹⁰⁴

Dari hasil penelitian lapangan peneliti juga menemukan jawaban dari beberapa informan lain yang telah menggunakan jasa pelayanan dari yayasan KBIH Al-Ichsan. Bahwa awal mula menggunakan pelayanan jasa yayasan KBIH Al-Ichsan tersebut atas saran dari tetangga sekitar rumah. Sebagaimana peneliti mendapatkan hasil wawancara sebagai berikut :

"Dari mulut ke mulut, Jamaah sekitar sini tetangga semua menyarankan ikut KBIH Al-Ichsan,,, ¹⁰⁵

"Karena tetangga tetangga sini waktu berangkat haji ikut di KBIH itu. Lah katae orang orang bagus ya tertarik. Dari pada cari cari yang lain kan nati iya kalo bagus. Kalo jelek kan ya ndak enak,,, 106

Menurut dari keterangan informan ke lima yang merupakan salah satu jama'ah yang menggunakan pelayanan jasa yayasan KBIH Al-Ichsan,

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

-

¹⁰⁴ Tri, Niken Hapsari, 2010, *Seluk beluk promosi dan bisnis cerdas beriklan untuk usaha kecil dan menengah*, A plus, Jogjakarta, hal 33

Wawancara dengan jama'ah 1 yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 20 oktober 2016
Wawancara dengan jama'ah 3 yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 28 oktober 2016

informan menyatakan mengetahui KBIH dari tetangga yang terlebih dahulu menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan. Hal itu sama seperti yang diungkap oleh informan keempat yang juga menyatakan bahwa banyak tetangga sekitar rumah yang juga sudah menggunakan pelayanan jasa dari KBIH Al-Ichsan. Informan enam juga mengungkapkan bahwa menurut orang orang sekitar yang menyarankan untuk menggunakan KBIH Al-Ichsan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak KBIH memuaskan. Hal itu juga menjadi salah satu daya tarik seseorang untuk ikut menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan. Dalam hal ini didukung juga dengan pendapat informan lain yang sudah lanjut usia yang memutuskan untuk menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan karena ada yang berpendapat dengan menggunakan pelayana jasa KBIH Al-Ichsan karena ada yang berpendapat dengan menggunakan pelayana jasa KBIH Al-Ichsan maka akan terjamin. Maksudnya akan terjamin yakni kebutuhan selma perjalanan akan terpenuhi baik itu yang sudah lanjut usia. Sebagaimana informan mengungkap dalam wawancaranya berikut ini:

"ya soale orang sini rata rata ikut bimbingan manasik haji e di KBIH itu. Berhubung aku belum pengalaman ya aku ikut kayak orang orang ajalah. Soale ada yang bilang enak, terjamin, apalagi usiaku sudah tua", ¹⁰⁷

Dari keterangan yang diberikan oleh informan diatas, informan tersebut menggunakan pelayanan jasa KBIH Al-Ichsan dikarenakan percaya akan pelayanan yang akan diberikan oleh KBIH. Hal itu dikarenakan orang disekitar informan memiliki kepercayaan yang penuh atas KBIH Al-Ichsan. Baik itu pelayanan terhadap orang yang berusia dewasa maupun sudah lanjut usia.

¹⁰⁷ Wawancara dengan jama'ah 2 yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 26 oktober 2016

Dari hasil penelitian lapangan yang dikuatkan dengan data teori tersebut peneliti membenarkan adanya data lapangan. Hal tersebut juga sesuai dengan hasil pengamatan yang telah peneliti kalukan sebelumnya bahwa sebagian besar jama'ah dari KBIH Al-Ichsan sebelum menggunakan jasa KBIH Al-Ichsan tersebut mendapatkan informasi dari obrolan mulut ke mulut. Selain itu membuktikan bahwa komunikasi pemasaran tersebut dapat dinilai lebih cepat penyebarannya dari pada jenis pemasaran yang lainnya. Karena hal itu terkait dengan daya tarik minat seseorang untuk menggunakan pelayanan jasa yang dimiliki oleh KBIH Al-Ichsan. Suatu ketertarikan akan dapat terjadi jika komunikasi yang dilakukan memiliki bukti nyata seperti yang dilakukan oleh KBIH Al-Ichsan. Dalam komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak KBIH selalu dapat dibuktikan dengan pelayanan yang maksimal untuk memuaskan jama'ahnya. Hal itulah yang membuat suatu hubungan antara pihak yayasan KBIH dengan jama'ah dapat terjalin suatu komunikasi yang diiringidengan pemasaran jasa yang dimiliki. Komunikasi tersebut akan lebih dapat menarik minat calon konsumen. Dari sebuah pelayanan akan beralih pada pengalaman jama'ah, sehingga pelanggan atau jama'ah dapat menceritakan pengalaman yang didapat dari KBIH Al-Ichsan terhadap orang lain, dari sinilah konsumen baru atau calon jama'ah tertarik akan KBIH Al-Ichsan dikarenakan bukti nyata, yaitu pengalaman alumni sudah ada. Selain itu banyak juga upaya yang menguntungkan KBIH Al-Ichsan dengan cara memelihara kepercayaan alumni daripada melakukan pemasaran yang lainnya. Seperti halnya terdapat pada wawancara berikut ini :

",omongan sini, omongan sini, omongan sini.tapi lek secara pemasaran lagi ya satu tempat taruhlah satu kecamatan.ini pasti ada satu orang.satu orang ini istilahnya kyak jama'ah e abah seng bisa dipercaya untuk opo jenenge,istilah e e,, ngajak orang.tetep itupun istilah e kita naruh orang di tiap kecamatan/ soale kan lek KBIH-KBIH lain kan kalau pelayanan kita bagus pasti tatapan orang maksud e seng di rasakan orang-orang *kan ya enak,pasti akan cerita*,,, 108

Jadi, ungkapan diatas bahwa KBIH Al-Ichsan cukup menyadari adanya pesaing yang sangat banyak, upaya-upaya yang sama dilakukan KBIH secara umum tidak terlalu membantu KBIH Al-Ichsan. Oleh karenannya KBIH Al-Ichsan memfokuskan pelayanan terhadap jama'ah karena lebih memberikan kontribusi yang menjanjikan. Selain itu, pemasaran melalui pelayanan alumni ini juga dapat menjadi jangka panjang bagi KBIH Al-Ichsan, sehingga ini sama dengan halnya investasi yang mana jika tidak untuk dikonsumsi di masa ini, maka akan di konsumsi dimasa yang akan datang. Pernyataan diatas sesuai dengan sebuah teori berikut yang menyatakan sebagai berikut:

Peranan orang lain sangat penting dalam mempromosikan barang/ jasa. Pelanggan akan berbicara dengan pelanggan lain yang berpotensial tentang pengalaman dan menerima jasa tersebut, sehingga Informasi dari mulut ke mulut ini memiliki pengaruh terhadap pemasaran barang/ jasa dibandingkan dengan aktivitas komunikasi yang lain.¹⁰⁹

Dari hasil penelitian lapangan yang dikuatkan dengan data teori tersebut, peneliti membenarkan data dilapangan. Orang lain juga dapat berperan dalam mempromosikan suatu pelayanan jasa ketika orang tersebut

-

¹⁰⁸ Wawancara dengan anggota pengurus yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 14 November 2016

¹⁰⁹ Tri, Niken Hapsari, 2010, *Seluk beluk promosi dan bisnis cerdas beriklan untuk usaha kecil dan menengah*, A plus, Jogjakarta, hal 33

sudah pernah merasakan pengalaman menggunakan jasa tersebut. Dari pengalaman tersebut akan dapat timbul suatu pembicaraan kepada orang lain tentang pelayanan jasa tersebut akan kualitas dan mutu jasa yang diberikan. Pendapat tersebut akan menghasilkan suatu pola pikir seseorang yang diberi informasi tersebut tentang jasa yang dihasilkan oleh KBIH. Pemasaran melalui informasi dari mulut kemulut dapat dinilai lebih efektif.

a. Direct response

Brosur dapat dijadikan juga sebagai salah satu sarana untuk publikasi, namun untuk yayasan KBIH Al-Ichsan dirasa kurang efektif saat penyebaran informasi tentang KBIH. Salah satu informan mengungkapkan bahwa saat ini brosur sudah tidak digunakan lagi oleh pihak yayasan KBIH Al-Ichsan. Karena pada saat peneliti meminta contoh brosur yang lama pun untuk dijadikan sebagai dokumentasi tidak ada. Seperti halnya yang terdapat pada wawancara berikut ini:

,,,,Kita juga membagikan brosur,,,sebentar tak carikan dulu brosurnya,,,, kayak e udh gak ada mbak soale udah ndak kepakek juga. Kita juga ndak bikin lagi,,,¹¹⁰

Informan lain menyatakan bahwa dalam penggunaan brosur dirasa kurang mendapat respon dari calon jama'ah dan para calon jama'ah lebih merespon penawaran melalui sistem mulut ke mulut. Maksud dari sistem dari mulut ke mulut yakni para calon jama'ah lebih percaya pendapat dan saran kerabat atau saudara terdekat yang sudah terlebih dahulu

¹¹⁰ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

menggunakan jasa pelayanan yayasan KBIH Al-Ichsan. Bisa diketahui bahwa fasilitas dan pelayanan bisa mempengaruhi minat daya tarik konsumen. Dalam hal ini peneliti merasa bahwa pemasaran melalui komunikasi dari mulut ke mulut lebih efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan melalui komunikasi dari mulut ke mulut lebih memperkecil biaya pengeluaran. Sebagaimana peneliti menampilkan hasil wawancara sebagai berikut:

",tapi dari brosur itupun jarang mbak.juarang digunakan,pasti yang lebih utama itu pelayanan. soalnya dari omongan ini, omongan ini,, omongan ini,, ¹¹¹

Terdapat sebuah teori pemasaran yang menyatakan bahwa

Media yang pada umumnya digunakan untuk melakukan periklanan antara lain media cetak, iklan media elektronik, papan nama, billboard, spanduk, folder, dan katalog. Pemasaran melalui direct respon juga menggunakan majalah, dan media lain dengan maksud menciptakan tindakan langsung dari pelanggan.

Hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti dirasa tidak sesuai dengan teori yang ada. Hal ini dikarenakan didalam teori menyatakan bahwa untuk mempromosikan jasa pada umumnya melakukan periklanan salah satunya melalui brosur. Dalam hal ini peneliti menemukan bahwa ketika KBIH Al-Ichsan mencoba melakukan promosi melalui brosur itu lebih tidak menguntungkan. Bahkan saat ini brosur tersebut sudah tidak dicetak lagi. Selain dikarenakan lebih menambah biaya produksi, dapat diketahui seseorang akan mulai tertarik untuk menggunakan pelayanan jasa

November 2016

-

¹¹¹ Wawancara dengan anggote pengurus yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 14 November 2016

¹¹² Rosad dan RW. Suparyanto,2015, Manajemen Pemasaran, IN MEDIKA, Bogor, hal : 178

dikarenakan pendapat seseorang tentang pengalaman yang diterima ketika telah menggunakan pelayanan jasa tersebut.

KBIH Al-Ichsan berkomitmen akan fokus terhadap pelayanan jama'ah, Karena semakin banyaknya konsumen yang terpuaskan. Maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik untuk mendaftar bimbingan haji di KBIH Al-Ichsan.

d. Telemarketing

Terdapat salah satu informan yang merupakan pengurus KBIH Al-Ichsan mengungkapkan bahwa pemasaran yayasan KBIH Al-Ichsan juga melalui media sosial. Hal itu dilakukan oleh pihak KBIH karena dinilai lebih mudah dan ekonomis. Karena dengan perkembangan jaman yang saata ini sudah pesat, persediaan koneksi internet sudah melimpah. Seperti halnya yang diungkap dalam wawancara berikut ini:

Pakek HP ae lebih enak mbak, lebih gampang, lebih ekonomis juga. 113 ya itu tadi,,, sesuai dengan apa yang sudah saya bilang tetapi kita juga memanfaatkan sosial media seperti facebook, wa, dan lainnya. 114 Ya kalo lewat facebook kan kita bisa upload foto kegiatan selama bimbingan, proses haji, jadi bisa menarik minat orang untuk ikut pakek KBIH Al-Ichsan eh kok enak,,, eh kok gampang,. Dari foto kan bisa bercerita 115

Seiring dengan zaman yang telah berkembang pesat saat ini, dapat lebih memudahkan kinerja KBIH Al-Ichsan temasuk dalam memasarkan produk jasa yang ada pada yayasan KBIH Al-Ichsan. Menurut keterangan informan diatas saat ini lebih mudah memasarkan KBIH Al-Ichsan melalui

¹¹³ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

 $^{^{114}}$ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

 $^{^{115}}$ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

HP yang menggunakan internet. Hal itu dikarenakan lebih memudahkan pekerjaan yang dilakukan juga dinilai lebih menghemat biaya pengeluaran. Pemasaran yang dilakukan oleh pihak KBIH Al-Ichsan juga melalui media sosial seperti facebook.

Menurut pernyataan yang informan berikan, pemasaran melalui facebook itu dengan menampilkan foto kegiatan selama kegiatan pembinaan yang dilakukan oleh pihak yayasan KBIH Al-Ichsan. Karena menurut informan dengan menampilkan dokumentasi tersebut diharapkan dapat menarik minat calon jama'ah lain yang memiliki rencana untuk melakukan ibadah haji. Dalam sebuah teori menyatakan bahwa pemasaran jarak jauh (*telemarketing*) dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya penjualan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian lapangan yang dikuatkan dengan data teori tersebut, peneliti membenarkan adanya data lapangan. Dengan pemanfaatan telekomunikasi yang tepat dapat juga untuk memasarkan suatu jasa. Selain itu penyedia jasa lebih dapat memasarkan jasa tersebut dengan menampilkan visual yang ada juga dapat lebih meminimalisir biaya pengeluaran. Selain itu dengan memanfaatkan teknologi yang ada seperti sosial media, akan dapat membantu calon pengguna pelayanan jasa untuk membaca informasi yang disampaikan oleh pihak penyedia jasa.

a. Direct mail

Selain dari sosial media, KBIH Al-Ichsan juga memanfaatkan teknologi untuk berkirim surat .Hal itu sebagaimana disampaikan oleh informan dibawah ini :

Lalu dari wa itu kan kita langsung menghubungi orang yang sepertinya akan melakukan ibadah haji, seperti saudara atau kerabat dari jama'ah yang dulu dulu itu¹¹⁶

Selanjutnya juga menurut informan tersebut pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Al-Ichsan juga melalui whatsapp. Hal itu bertujuan agar dapat menghubungi langsung calon jama'ah atau bahkan jama'ah yang lama dengan menarik minat untuk menggunakan jasa KBIH Al-Ichsan. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori *direct mail* berikut:

Pengiriman surat secara langsung (*direct mail*) kepada konsumen melalui internet pada dasarmya adalah sama dengan mengirim surat dengan perantara kurir. Pengiriman surat atau pesan cenderung mulai meninggalkan cara lama menggunakan perantara kurir yang cenderung lambat dan menggantikannya dengan media elektronis seperti SMS, elektronik mail (*e-mail*), dan sebagainya dengan yang lebih cepat. ¹¹⁷

Dari hasil penelitian lapangan yang dikaitkan dengan data teori tersebut, peneliti membenarkan adanya data lapangan. Dengan adanya teknologi saat ini sangat membantu pihak penyedia jasa untuk saling berhubungan dengan calon jama'ah. Tapi hal itu masih tetap perlu ditunjang dengan dibangunnya hubungan dan silaturrahmi yang baik dengan jama'ah yang lalu.

¹¹⁶ Wawancara dengan bendahara yayasan KBIH Al-Ichsan Sidoarjo pada tanggal 13 November 2016

¹¹⁷ Morisan, 2014, *Periklanan Promosi aspek tambahan komunikasi terpadu edisi pertama*,Kencana, Jakarta, hal : 334

Dari analisis data diatas bahwa dalam melakukan pemasaran langsung KBIH Al-Ichsan dapat melakukan langkah langkah sebagai berikut:

- Kenali target konsumen yang akan dituju. Dalam hal ini dapat mengambil langkah awal dengan melakukan suatu pendekatan silaturrahmi.
- 2. Setelah menemukan calon konsumen yang tepat terapkan teori direct respon. Dengan cara memberikan katalog, brosur, majalah atau media lain yang berisikan tentang informasi yang berhubungan dengan produk atau jasa yang akan dipasarkan. (direct respons)
- 3. Simpan data konsumen seperti nomor telepon atau alamat yang bisa dihubungi agar dapat selalu berhubungan dengan pelanggan agar tercipta suatu hubungan jangka panjang dan dapat memudahkan dalam memberikan informasi yang berhubungan dengan produk atau jasa yang tersedia. (database)
- 4. Ketika telah mendapatkan konsumen tetap atau calon konsumen, berikan atau kirim informasi terbaru yang terkait dengan produk atau jasa yang disediakan. Dalam hal ini dapat berupa sms, email atau whatsapp. (direct mail)
- 5. Buat suatu perkumpulan yang bertujuan untuk memberikan wadah bagi konsumen yang telah menggunakan jasa tersebut. Selain bermanfaat untuk menyambung tali silaturahmi bagi konsumen, juga dapat memudahkan pihak pelayanan jasa dalam memberikan informasi terkait dengan produk jasa yang disediakan.

