ABSTRAK

Skripsi yang berjudul "Analisis *Key Success Factors* dalam Komunikasi Pemasaran Biro Perjalanan Umrah dan Haji (Studi Kasus pada KBIH Al-Rahmah di Mojokerto)" ini merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, yakni (1) apa saja *key success factors* yang mempengaruhi kesuksesan dalam komunikasi pemasaran KBIH Al-Rahmah Mojokerto? (2) Bagaimana cara mengatasi kendala komunikasi pemasaran KBIH Al-Rahmah Mojokerto?

Data penelitian ini dihimpun dari hasil observasi, dokumentasi, wawancara secara langsung maupun tidak langsung dengan pihak KBIH Al-Rahmah mengenai *key success factors* dalam komunikasi pemasaran, serta literatur pendukung yang relevan terhadap permasalahan yang peneliti lakukan. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut dengan menggunakan metode deskriptif analisis. Hal itu bertujuan menggambarkan fakta atau menjelaskan data mengenai *key success factors* dan komunikasi pemasaran yang diterapkan KBIH Al-Rahmah serta mengatasi kendala dalam komunikasi pemasaran.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa yang menjadi *key success factors* dalam komunikasi pemasaran KBIH Al-Rahmah adalah jujur dalam menyampaikan informasi kepada jamaah, konsisten dalam pelayanannya, pandai membangun relasi, cerdas, kreatif, menjaga hubungan baik dengan jamaah, serta menjaga kepercayaan jamaah. Hal ini sudah sesuai dengan lima sifat nabi Muhammad Saw yang biasa disebut dengan SIFAT (*Ṣhiddīq, Istiqāmah, Faṭhānah, Amānah,* dan *Tablīgh*) yang menjadi *key success factors* dalam berbisnis yang sesuai dengan ajaran agama Islam. Adapun kendala yang dihadapi dalam komunikasi pemasarannya yaitu penyampaian pesan yang tidak tepat sasaran, kurangnya SDM khususnya bagian *marketing*, masalah internal yang berupa terjadi konflik atau perbedaan pendapat antar individu, serta pemasaran online yang kurang efektif.

Dalam kesimpulan di atas, maka disarankan: *Pertama*, lebih kreatif dalam mempromosikan produk atau jasanya khususnya melalui media online. *Kedua*, meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah agar jamaah tetap puas menggunakan jasa bimbingannya. *Ketiga*, menerapkan lima sifat nabi Muhammad Saw dalam komunikasi pemasarannya yang sesuai dengan syariat Islam.

KEYWORDS: Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH); *Key Success Factors*; Komunikasi Pemasaran.

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