



















Internet dapat diakses di mana saja dan setiap orang kapan saja bisa mengaksesnya sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Selain itu juga pemasangan banner di depan kantor KBIH Al-Rahmah. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengajak dan menarik minat masyarakat untuk menunaikan ibadah haji maupun umrah.

Dalam komunikasi pemasaran melalui periklanan ini, KBIH Al-Rahmah telah menerapkan sifat *Ṣiddīq* dalam mengiklankan jasanya yaitu dari isi iklan dan bahasa yang digunakan terhindar dari iklan palsu dan tidak ada yang dilebih-lebihkan.

## 2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yang dilakukan KBIH Al-Rahmah yaitu seperti memberikan diskon dan memberikan dana talangan baik untuk haji maupun umrah. Dengan menggunakan dana talangan ini, calon jamaah bisa berangkat untuk menunaikan ibadah haji maupun umrah terlebih dahulu, setelah itu biaya bisa diangsur setelah pulang ke tanah air. Jangka waktu pelunasan dana talangan tersebut yaitu satu tahun dan tidak ada perpanjangan. Oleh karena itu, KBIH Al-Rahmah memberikan kesempatan kepada calon jamaah yang belum cukup biayanya untuk menunaikan ibadah tersebut.

Dalam hal ini sifat *fathānah* diterapkan KBIH Al-Rahmah dalam komunikasi pemasaran karena dengan menggunakan kecerdasan atau kreatif KBIH Al-Rahmah dapat menarik minat masyarakat dengan memberikan promosi penjualan seperti yang

dijelaskan di atas. Dalam hal ini KBIH Al-Rahmah selalu memberikan perlakuan yang sama kepada jamaah baik yang sudah tetap maupun yang baru seperti halnya memberikan hadiah atau diskon tidak hanya kepada jamaah tetap saja.

### 3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

*Personal selling* ini dilakukan KBIH Al-Rahmah melalui bagian *customer service*, di mana *customer service* yang berhubungan langsung dengan jamaah. Pemasaran melalui *personal selling* ini dilakukan KBIH Al-Rahmah dengan menerapkan sifat *tabligh*. Sifat *tabligh* itulah yang diterapkan oleh pihak *customer service* yang mana berhubungan langsung dengan jamaah agar dapat mempromosikan, memperkenalkan serta merekomendasikan produk kepada jamaah. Disisi lain KBIH Al-Rahmah juga menerapkan *amanah* dalam menyampaikan pesan kepada jamaah seperti halnya jadwal keberangkatan jamaah, perubahan harga dan lain-lain akan disampaikan langsung ke jamaah.

### 4. Hubungan Masyarakat (*Public Relationship*)

Selain melalui periklanan KBIH Al-Rahmah juga melakukan komunikasi pemasaran dalam bentuk *sponsorship* misalnya seperti mengikuti event-event, manasik haji, pihak KBIH Al-Rahmah membuatkan spanduk dan disponsori oleh KBIH Al-Rahmah serta menyebarkan brosur atau mendatangi langsung di mana konsumen potensial berada.





dikarenakan perbedaan pendapat antara individu yang satu dengan individu yang lainnya.

Dan kendala yang *keempat*, yaitu kurang efektifnya pemasaran online yang disebabkan karena kurangnya SDM. Untuk mengatasi kendala tersebut pihak KBIH Al-Rahmah meminta bantuan karyawan lain untuk mengurus pemasaran atau ada baiknya merekrut karyawan baru. Pemasaran online ini seharusnya lebih diefektifkan lagi dengan merekrut salah satu karyawan untuk menjadi bagian *marketing online* supaya jaringan komunikasi pemasaran lebih luas.

Meskipun komunikasi pemasaran yang dilakukan dirasa sudah maksimal dengan berbagai macam cara, tidak dapat dipungkiri jika berbagai macam kendala datang ditengah-tengah dalam melakukan kegiatan pemasaran. Dan kendala-kendala tersebut pasti ada dan kerap kali terjadi dalam kegiatan apapun. Dari seluruh pelaksanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Al-Rahmah Mojokerto tidak semuanya berjalan mulus sesuai yang diharapkan, hal tersebut dikarenakan adanya kendala-kendala yang dihadapi di atas.