

ABSTRAK

Titik Suryanti, NIM B04206005, 2010. Strategi Pemasaran Pada KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah Sidoarjo.

Kata kunci : Strategi Pemasaran

Pokok masalah yang diteliti dalam penulisan skripsi ini adalah: bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah Sidoarjo? Dengan mengambil objek penelitian di KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah yang beralamat di Jln. Monginsidi Sidoklumpuk Sidoarjo, pada tanggal 30 Mei 2010 - 30 Juni 2010. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan juga metode deskriptif. Adapun sumber data penelitian yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa KBIH Rohmatul Ummah An-Nahdliyah dalam menjalankan operasionalnya telah menjalankan pemasaran yang sesuai dengan konsep bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, saluran distribusi, promosi, bukti fisik, orang, proses dan pelayanan. Pada produk jasa yang dikeluarkan memiliki standarisasi kualitas jasa yang baik. Strategi penetapan harga yang memberikan kesenangan kepada konsumen. Sedangkan untuk saluran distribusi telah bekerja sama dengan beberapa sektor yang memudahkan konsumen untuk bertransaksi. Promosi yang dilakukan antara lain dengan *face to face*, brosur, baliho, media cetak dan lain sebagainya. Sedangkan bukti fisik adalah dengan adanya brosur yang untuk dapat lebih meyakinkan calon konsumen, ataupun dengan testimoni dari konsumen yang terdahulu. Orang yang mengurus KBIH juga orang-orang yang berkompeten sehingga sudah tidak diragukan lagi. Sedangkan dalam proses pendaftaran dan pelaksanaan bimbingan haji juga mudah dan tidak mempersulit para konsumennya. Selain itu pelayanan yang diberikan merupakan hal yang paling penting, sehingga pelayanan lebih diutamakan dalam hal ini. Semakin puas pelanggan maka semakin sukses perusahaan itu berdiri.

Ada beberapa hal sebagai bahan rekomendasi, dari penelitian ini, yaitu hendaknya dapat melayani dan memberikan yang terbaik bagi konsumen. Selain itu lebih meningkatkan pemasarannya sehingga KBIH akan lebih diketahui masyarakat luas. Serta dapat menganalisa kembali tentang promosi penjualan produknya.