

ABSTRAK

Kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH) merupakan sebuah organisasi dakwah yang berfungsi membimbing para calon jamaah haji dengan tujuan melaksanakan ibadah haji sesuai dengan syarat dan rukun haji, sehingga bisa menjadi haji yang mabrur. Demi kelancaran proses bimbingan dan efisiensi kinerja dari sebuah KBIH tersebut, hubungan antar elemen atau kelompok sangat berpengaruh terhadap eksistensi penyelenggaraan, Sebab organisasi KBIH merupakan sebuah organisasi kesatuan yang terdiri dari sejumlah komponen yang saling berhubungan. Hal ini sesuai dengan penjelasan Winardi (2004, 46-56) yang menjelaskan tentang organisasi dimana perimbangan serta koordinasinya merupakan kunci-kunci bagi upaya memaksimalkan kerja serta optimalisasi secara keseluruhan.

KBIH AN – NURMANIYAH memulai strategi promosi dengan mengedepankan keunggulan – keunggulan yang dimiliki. Lokasi yang strategis, kelengkapan fasilitas yang disediakan, sarana akses transportasi yang mudah dijangkau, kemudahan cara bayar yang dituangkan dalam media promosi yang digunakan sesuai dengan teori Kotler “*Promotion Mix*”. Dengan menggunakan strategi promosi yang mengedepankan poin – poin tersebut pada media promosinya (periklanan, promosi penjualan, humas & publisitas, personal selling, direct selling) dapat memberikan penanaman *brand* KBIH AN – NURMANIYAH dibenak konsumen sebagai KBIH yang tepat untuk para konsumen.

Objek penelitian ini adalah Strategi event, yang manfaatnya bagi konsumen adalah sebagai suatu program mengenai info KBIH AN – NURMANIYAH dan sebagai acuan kepada calon jamaah haji atau umroh dalam memilih KBIH yang sesuai dengan keinginannya. Dari pengamatan peneliti, di Indonesia KBIH yang terdaftar di Kementerian Agama sebanyak 670 KBIH yang tersebar di seluruh Indonesia. KBIH AN – NURMANIYAH menggunakan strategi event promosi dan personal selling merupakan jalur komunikasi yang bertujuan untuk menarik para calon pelanggan agar segera mendaftarkan diri mereka di KBIH tersebut untuk melakukan kegiatan perjalanan ke Tanah Suci Mekkah. An - Nurmaniyah Tour and Travel beroperasi sejak 1986 yang berlokasi di Jl. H. Soleh 1 No. 45 Sukabumi Selatan, Kebon Jeruk, Jakarta Barat. An - Nurmaniyah Tour and Travel bergabung dengan PT. Nurwisata Abadi sebagai mitra untuk bekerja sama, seiring banyaknya jamaah yang percaya dengan kualitas dari An - Nurmaniyah Tour and Travel maka pada bulan Juli 1990, An - Nurmaniyah Tour and Travel resmi berdiri dan mengelola semua keperluan Umroh dan Haji, menurut akta pendirian perusahaan No. 70/1990 & Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU – 28114.AH.02.02 dan telah memberangkatkan lebih dari Sembilan ribu jamaah umroh dan haji.

ABSTRACT

Hajj guidance group (KBIH) is a dakwah organization that serves to guide the pilgrims with the aim of performing the pilgrimage in accordance with the terms and pillars of hajj, so that it can be a hajj mabrur. In order to smooth the process of guidance and efficiency of performance of a KBIH, the relationship between elements or groups is very influential on the existence of the implementation, because the organization KBIH is a unity organization consisting of a number of components that are interconnected. This is in accordance with Winardi's (2004, 46-56) explanation of the organization where balance and coordination are the keys to maximizing work and overall optimization.

KBIH AN - NURMANIYAH start a promotional strategy by promoting the advantages possessed. Strategic location, completeness of facilities provided, easy access to transportation facilities, ease of payment that is poured in the promotional media used in accordance with the theory of Kotler "Promotion Mix". By using promotional strategy that put forward these points on the promotion media (advertising, sales promotion, public relations & publicity, personal selling, direct selling) can provide brand embankment KBIH AN - NURMANIYAH consumer mind as KBIH appropriate for consumers.

The object of this research is Strategy event, the benefits for consumers is as a program about info KBIH AN - NURMANIYAH and as a reference to prospective pilgrims or umroh in choosing KBIH in accordance with his wishes. From the observation of researchers, in Indonesia KBIH registered in the Ministry of Religion as much as 670 KBIH spread throughout Indonesia. KBIH AN - NURMANIYAH using promotional event strategy and personal selling is a communication channel that aims to attract prospective customers to immediately register themselves in the KBIH to conduct travel to the Holy Land of Mecca. An - Nurmaniyah Tour and Travel operates since 1986 which is located at Jl. H. Soleh 1 No. 45 South Sukabumi, Kebon Jeruk, West Jakarta. An - Nurmaniyah Tour and Travel joined PT. Nurwisata Abadi as a partner to work together, as many pilgrims believe in the quality of An - Nurmaniyah Tour and Travel then in July 1990, An - Nurmaniyah Tour and Travel officially stands and manages all Umroh and Hajj needs, according to deed of establishment of company no. 70/1990 & Ministry of Law and Human Rights Republic of Indonesia No. AHU - 28114.AH.02.02 and has dispatched more than Nine thousand Umrah and pilgrims.