

## ABSTRAK

Saepurrahmat NIM. 1144030083 IMPLEMENTASI MANAJEMEN PROMOSI KBIH DALAM MENINGKATKAN MINAT BIMBINGAN JAMAAH HAJI (KBIH Assyakur Batununggal Kota Bandung) Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2018.

Promosi merupakan kegiatan untuk mengarahkan serta membimbing dalam kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk tersebut kepada konsumen dengan harapan mereka terjebak hatinya dengan sukarela menjadi mitranya. Dengan adanya manajemen promosi diharapkan dapat membantu Lembaga (KBIH) Assyakur Batununggal Kota Bandung untuk meningkatkan jumlah jamaah haji yang mendaftar di KBIH Assyakur namun pada implementasinya manajemen promosi yang dilakukan oleh KBIH Assyakur masih terdapat promosi yang kurang dimaksimalkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses promosi yang dilakukan oleh KBIH Assyakur melalui implementasi dari bauran promosi periklanan, penjualan personal dan dari mulut ke mulut dalam meningkatkan minat jamaah untuk melakukan bimbingan di KBIH Assyakur.

Pemilihan teori dalam penelitian ini adalah teori manajemen promosi dari Philip Kotler (1996:38) dengan asumsi awalnya promosi selalu diterapkan dalam hubungan dengan usaha suatu kelompok untuk mencapai suatu tujuan dalam mengenalkan suatu produknya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode penelitian studi kasus (*case study*). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Dimana Subjek dalam penelitian ini adalah KBIH Assyakur yang didalamnya terdapat pengurus, pengelola, pengguna jasa, yang dapat dijadikan sumber informasi. Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah fenomena yang menjadi topik penelitian yaitu tentang manajemen promosi di KBIH Assyakur yang dititikberatkan pada analisis produk dan promosi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kemudian analisis data dilakukan dengan menghimpun data kemudian di uraikan dan disimpulkan.

Hasil penelitian dan analisis data manajemen promosi yang dilakukan oleh KBIH Assyakur melalui periklanan, dengan media cetak (brosur), media internet (website), media sosial (facebook). Penjualan perorangan dan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh alumni-alumni yang sudah pernah dibimbing di KBIH Assyakur, promosi dengan menggunakan dari mulut ke mulut adalah promosi yang paling efektif yang dilakukan oleh KBIH Assyakur Batununggal Kota Bandung.

Kata Kunci : Manajemen, Manajemen Promosi, Minat.