

**SKRIPSI**

**STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON  
JAMA'AH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL  
DI PRINGSEWU**

**Oleh:**

**LIVIANA PUTRI  
NPM. 1804010012**



**Jurusan Manajemen Haji dan Umroh  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2022 M**

**STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON  
JAMA'AH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL  
DI PRINGSEWU**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

LIVIANA PUTRI  
NPM. 1804010012

Pembimbing: Liana Dewi Susanti, S.H.I., M.E.Sy

Jurusan Manajemen Haji dan Umroh  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2022 M**

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan  
Saudara Liviana Putri**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_  
Tempat

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

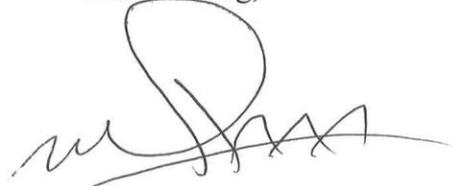
Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **LIVIANA PUTRI**  
NPM : 1804010012  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : **STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT  
CALON JAMA'AH HAJI PADA YAYASAN BAITUT  
TAMWIL DI PRINGSEWU**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.  
*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 13 Desember 2022  
Pembimbing,



**Liana Dewi Susanti, M.E.Sy**  
NIDN. 2022128801

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT  
CALON JAMA'AH HAJI PADA YAYASAN BAITUT  
TAMWIL DI PRINGSEWU**

Nama : **LIVIANA PUTRI**  
NPM : 1804010012  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 13 Desember 2022  
Pembimbing,



**Liana Dewi Susanti, M.E.Sy**  
NIDN. 2022128801



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. : B-4786/In.28.3/D/PP-00.9/12/2022

Skrripsi dengan Judul: STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA'AH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL DI PRINGSEWU, disusun Oleh: LIVIANA PUTRI, NPM: 1804010012, Jurusan: Manajemen Haji dan Umroh telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/22 Desember 2022.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Dian Oktarina, M.M

Sekretaris : Misfi Laili Rohmi, M.Si

()  
()  
()  
()

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Yati Jati, M.Hum**  
NIP. 19620812 199803 1 001

**ABSTRAK**  
**STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON**  
**JAMA'AH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL**  
**DI PRINGSEWU**

**Oleh:**  
**LIVIANA PUTRI**  
**NPM. 1804010012**

Negara Indonesia yang merupakan Negara mayoritas penduduknya menganut agama Islam, dari tahun ke tahun terlihat keinginan masyarakat untuk menunaikan rukun Islam yang kelima yaitu menunaikan ibadah Haji bertambah besar. Pengelolaan Haji di Indonesia dilakukan oleh pemerintah dan swasta. Dari segi pemerintah, Kementerian Agama bekerja sama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) untuk mengelola jama'ah haji. Setiap perusahaan seperti KBIH tentu mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang. Tujuan ini hanya dapat pemasaran, hal ini juga dilakukan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi marketing yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif dan sifat penelitiannya bersifat deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi marketing jasa haji KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu merupakan implementasi strategi marketing yang menggabungkan empat elemen bauran marketing kedalam suatu program marketing agar dapat meningkatkan jumlah jama'ah haji pada jasa haji KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu. *product, price, promotion, dan place*. Pada strategi produk yang diutamakan adalah jasa sebuah pelayanan. Pada strategi harga mengikuti aturan dari pemerintah. Pada strategi dilakukan dengan promosi mulut ke mulut dari para alumni jama'ah haji Pada strategi lokasi, letaknya cukup strategis karena kantornya berada lingkungan Masjid Jami' KH. Shobiri yang cukup terkenal di daerah sekitar dan aksesnya sudah bagus karena jalannya sudah aspal semua. Faktor pendukung dari strategi marketing KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dalam menari minat calon jama'ah yaitu loyalitas jama'ah haji, adanya ikatan alumni jama'ah haji, dan pemberian pelayanan yang maksimal. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu banyaknya pesaing dan tidak digunakannya pemasaran secara online.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Minat Jama'ah**

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LIVIANA PUTRI  
NPM : 1804010012  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umrah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 22 Desember 2022  
Yang Menyatakan,



**Liviana Putri**  
NPM. 1804010012

## MOTTO

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ  
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾ (سورة التوبة, ١٠٥)

Artinya: Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (Q.S. At-Taubah: 105)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 162

## **PERSEMBAHAN**

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti persembahkan skripsi ini kepada:

1. Ayahanda Sudiono dengan Ibunda Tuminah yang sangat peneliti sayangi, yang tanpa kenal lelah memberikan kasih sayang, mendo'akan, motivasi serta dukungan demi keberhasilan peneliti.
2. Kakaku tercinta Eko Sulistyono dan Adikku tersayang Singgi Budiarta yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk keberhasilan peneliti.
3. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah serta inayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Strategi Marketing dalam Menarik Minat Calon Jama’ah Haji Pada Yayasan Baitut Tamwil di Pringsewu”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana untuk program studi Manajemen Haji dan Umroh, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih atas bantuan yang telah diberikan dari semua pihak dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan Manajemen Haji dan Umroh
4. Ibu Liana Dewi Susanti, S.H.I, M.E.Sy selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan proposal ini
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Manajemen Haji dan Umroh khususnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu namanya yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada peneliti.

6. Perusahaan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang menjadi obyek penelitian, terima kasih atas bantuan data yang telah diberikan untuk penyusunan skripsi ini.

Peneliti hanya dapat mendo'akan dengan setulus-tulusnya semoga bantuan, arahan, bimbingan, dorongan, kebaikan dan keikhlasan dari semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini mendapat balasan amal baik dari Allah SWT. Aamiin. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yang bersangkutan guna meningkatkan kinerja perusahaan serta bagi para pembaca lainnya dapat menambah wawasan.

Metro, 22 Desember 2022  
Peneliti,



**Liviana Putri**  
NPM. 1804010012

## DAFTAR ISI

	<b>Hal.</b>
<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Penelitian Relevan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>12</b>
A. Strategi Pemasaran .....	12
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	12
2. Fungsi Strategi Pemasaran .....	13
3. Tahapan-Tahapan Strategi Pemasaran .....	14
4. Macam-macam Strategi Pemasaran .....	16
5. Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran .....	23

B. Minat Jama'ah .....	25
1. Pengertian Minat Jama'ah.....	25
2. Indikator Minat Jama'ah .....	27
C. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji.....	28
1. Pengertian Kelompok Bimbingan Ibadah Haji .....	28
2. Fungsi dan Tugas Kelompok Bimbingan Ibadah Haji .....	28
3. Pengertian Haji dan Umrah .....	28
4. Syarat Wajib Haji dan Umroh.....	30
5. Rukun Haji dan Umroh .....	30
6. Sunnah-Sunnah Haji.....	33
7. Larangan Haji .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	35
B. Sumber Data .....	36
C. Teknik Pengumpulan Data .....	38
D. Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu .....	41
1. Sejarah Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu .....	41
2. Visi dan Misi Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu .....	44
3. Struktur Organisasi Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu .....	45
B. Strategi Marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu .....	49
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Marketing dalam Meningkatkan Minat Jama'ah di KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu .....	56

D. Analisis Strategi Marketing dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Pada Yayasan Baitut Tamwil di Pringsewu .....	69
<b>BAB V   PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1. Data Jama'ah Haji yang Telah Berangkat pada Yayasan KBIH Baitut Tamwil Pada 5 Tahun Terakhir .....	5
4.1. Jumlah Keberangkatan Jama'ah KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu .....	44
4.2. Biaya Umrah KBIH Baitut Tamwil Pringsewu .....	52
4.3. Data Jama'ah Haji Pendaftar KBIH Baitut Tamwil Pringsewu Pada 5 Tahun Terakhir .....	63

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
4.1. Struktur Organisasi Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu .....	45
4.2. Akses Lokasi KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.....	56

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan (SK Penunjukkan Pembimbing Skripsi)
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Transkrip Wawancara dengan Alumni Jama'ah dan Calon Jama'ah Haji
5. Surat Research
6. Surat Tugas
7. Surat Balasan Research
8. Surat Uji Plagiasi Turnitin
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
11. Foto-foto Penelitian
12. Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Haji merupakan salah satu dari lima rukun Islam dan kewajiban yang tergolong *al-ma'lum min ad-din bi adh-dharurah*. Sehingga, barangsiapa yang mengingkari kewajibannya maka ia telah kafir dan murtad.<sup>2</sup> Adapun dalil Al-qur'an yang menunjukkan kewajiban haji yaitu firman Allah SWT sebagai berikut:

...وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ  
غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾ (سورة آل عمران, ٩٧)

Artinya: ...mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. (Q.S. Ali-Imran: 97)<sup>3</sup>

Negara Indonesia yang merupakan Negara mayoritas penduduknya menganut agama Islam, dari tahun ke tahun terlihat keinginan masyarakat untuk menunaikan rukun Islam yang kelima yaitu menunaikan ibadah Haji bertambah besar. Penyelenggaraan ibadah Haji merupakan tugas Nasional yang menjadi tanggung jawab Pemerintah yang berkewajiban memberikan pembinaan, pelayanan, perlindungan dengan menyediakan fasilitas

---

<sup>2</sup> Abdul Aziz Muhammad Azzam dan Abdul Wahhab Sayyed Hawwas, *Fiqh Ibadah*, (Jakarta: Amzah, 2015), 483

<sup>3</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 49

kemudahan, keamanan dan kenyamanan yang diperlukan oleh warga Negara yang menunaikan ibadah Haji.

Pengelolaan Haji di Indonesia dilakukan oleh pemerintah dan swasta. Dari segi pemerintah, Kementerian Agama bekerja sama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang di dalamnya dibentuk oleh sekelompok orang yang dinilai mampu mengelola dan merawat serta membimbing jama'ah haji. Dengan adanya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) maka akan mempermudah jama'ah haji dalam menunaikan Ibadah Haji. Dengan mulai bertambahnya dalam minat masyarakat dalam hal untuk pergi berhaji, maka mengakibatkan adanya persaingan antar Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dalam menarik masyarakat untuk ikut dalam Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) tersebut.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya bisa dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.

Strategi pemasaran merupakan wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran diartikan sebagai serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.<sup>4</sup>

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, karena di dalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang yang ada. Strategi pemasaran dibutuhkan untuk menentukan konsumen yang dituju sehingga diketahui kepuasan yang diharapkan oleh konsumen.

Setiap bisnis, seperti Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) harus mampu bersaing dalam pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang yang sama. Untuk itu KBIH harus menerapkan daya saing sebagai arah untuk menciptakan berbagai peluang pasar yang menguntungkan. Penerapan daya saing ini sangat ditentukan oleh pemasaran.

Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang mayoritas penduduknya beragama Islam dengan minat menunaikan ibadah haji dari masyarakatnya cukup tinggi. Jama'ah haji dari Provinsi Lampung tergabung ke dalam kloter 6 Embarkasi Jakarta-Pondok Gede. Salah satu kabupaten yang juga banyak peminatnya dalam melaksanakan ibadah haji di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Pringsewu.

---

<sup>4</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 83

Berdasarkan hasil survey yang peneliti lakukan pada salah satu Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Kabupaten Pringsewu, yaitu KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, didapatkan informasi bahwa KBIH ini merupakan kelompok bimbingan ibadah haji yang beralamatkan di Jln. Dewantara Komplek Masjid Shobari Kelurahan Pringsewu Selatan Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu. Didirikan pada tahun 1997 oleh KH. Nurhamid. Pada tahun 1998 KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu secara resmi mendapatkan izin operasional dari Departemen Agama (saat itu) atau Kantor Kementerian Agama (saat ini) untuk menjadi fasilitator jama'ah dalam memberikan pendidikan dan bimbingan kepada jama'ah haji mulai dari tanah air sampai di tanah suci Makkah dan Madinah hingga kembali ke tanah air . Pada tahun 1998 pula untuk yang pertama kali KBIH Yayasan Baitut Tamwil mengikut sertakan jama'ah bimbingannya ke tanah suci. H. Mursyid Nasir mengatakan bahwa adanya KBIH Yayasan Baitutamwil Pringsewu bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, tetapi hanyalah untuk membantu masyarakat yang akan melaksanakan ibadah haji dan umrah.<sup>5</sup>

Berdasarkan Surat Keputusan Kepala Kanwil Departemen Agama Provinsi Lampung No.Wh/4/Hj.01/962/2000 KBIH Yayasan Baitut Tamwil memperoleh izin operasional lagi pada tahun 2000 yang dari awal didirikannya mulai aktif memberangkatkan jama'ah untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah. Hasil wawancara prasurvey pada 5 tahun terakhir 2018

---

<sup>5</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada survey tanggal 14 Mei 2022.

s.d 2022 KBIH Yayasan Baitut Tamwil telah memberangkatkan jama'ah haji sebanyak 477 Orang.<sup>6</sup>

**Tabel 1.1**  
**Data Jama'ah Haji yang Telah Berangkat pada Yayasan KBIH**  
**Baitut Tamwil Pada 5 Tahun Terakhir**

No	Tahun	Jumlah Jama'ah
1	2018	236
2	2019	178
3	2020	-
4	2021	-
5	2022	63

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2018 jumlah jama'ah haji yang berangkat ke tanah suci ada 236 jama'ah dan terjadi penurunan di tahun 2019 dengan jumlah 178 serta terjadi penurunan total yaitu di tahun 2020 dan tahun 2021 sebab dunia sedang dilanda bencana yaitu covid 19 jadi pemerintah Arab Saudi tidak memperbolehkan untuk berangkat haji, dan terakhir ditahun 2022 jumlahnya ada 63.

Strategi pemasaran yang digunakan KBIH Baitut Tamwil belum maksimal, hal ini dibuktikan dari keterangan Bapak Bambang Tohyadi jama'ah haji tahun 2009 mengetahui KBIH Baitut Tamwil dari kawannya yang mengikuti pemberangkatan haji pada yayasan tersebut. Beliau juga menyampaikan bahwa pelayanan pada yayasan tersebut sangatlah bagus hanya saja kekurangan dalam yayasan tersebut adalah strategi pemasarannya.<sup>7</sup> Selanjutnya dibuktikan dengan Ibu Hj Paini jama'ah haji tahun 2010 beliau mengetahui KBIH dengan pelayanan bagus di Daerah Pringsewu yang

---

<sup>6</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada survey tanggal 14 Mei 2022

<sup>7</sup> Bambang Tohyadi, Jama'ah Hajid KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 15 Mei 2022

bernama KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dari kawan yang terdahulu telah mendaftar di KBIH tersebut.<sup>8</sup> Kemudian dibuktikan juga dengan Bapak H Mad Kusno jama'ah haji tahun 2014 mengetahui ada KBIH yang tidak jauh dari rumahnya dari kawannya, KBIH tersebut bernama Baitut Tamwil yang berada di daerah Pringsewu, serta kawannya menyarankan juga jika ingin mendaftar haji datang ke KBIH Baitut Tamwil yang letaknya di Masjid Al-Jami Shobari di Pringsewu pelayanannya sangatlah bagus.<sup>9</sup>

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dapat diketahui bahwa perkembangan kemajuan dalam meningkatkan calon jama'ah kepada organisasi atau lembaga bimbingan haji salah “satunya bergantung pada proses pemasaran. peneliti tertarik mengkaji lebih jauh untuk meneliti Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Baitut Tamwil dalam *recruitment* calon jama'ah Haji untuk mengikuti bimbingan Haji. Maka dari itu, peneliti mengambil judul “Strategi Marketing dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Pada Yayasan Baitut Tamwil di Pringsewu”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan Penelitian pada dasarnya ialah butir-butir yang lebih jelas dan sistematis atas permasalahan yang diungkapkan di dalam latar belakang. Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah pokok yang diangkat adalah mengenai:

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara Ibu Hj Paini jama'ah haji tahun 2010 pada tanggal 30 Januari 2022

<sup>9</sup> Hasil wawancara Bapak H Mad Kusno Jama'ah haji 2014 pada tanggal 31 Januari 2022

1. Bagaimana strategi marketing yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ialah suatu pernyataan tentang hasil yang ingin diperoleh dari sebuah Penelitian untuk mendapatkan informasi yang ingin diperoleh guna menjawab rumusan masalah dari Penelitian. Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi marketing yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu .
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat penerapan marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ialah suatu hasil yang akan diperoleh setelah melakukan suatu Penelitian. Umumnya berkaitan sangat erat dengan tujuan penelitian serta memuat daya guna yang akan diperoleh setelah tujuan dari suatu penelitian dapat tercapai. Adapun manfaat dari Penelitian ini adalah:

- a. Menambah wawasan serta pemahaman peneliti tentang strategi marketing untuk meningkatkan pelayanan yang dilakukan oleh lembaga KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji).
- b. Penelitian ini dibuat agar dapat memberikan masukan kepada KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji) Baitut Tamwil Pringsewu dalam upaya meningkatkan pelayanan terutama pada strategi marketing.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu khazanah pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Haji dan Umrah kepada mahasiswa jurusan, serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan untuk umumnya kepada KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji) Baitut Tamwil Pringsewu dalam meningkatkan pelayanan jama'ah melalui strategi pemasarannya.

#### **D. Penelitian yang Relevan**

Agar tidak terjadi pengulangan pembahasan maupun pengulangan penelitian dan juga dapat melengkapi wacana yang berkaitan dengan penelitian maka diperlukan wacana atau pengetahuan tentang penelitian-penelitian sejenis yang telah diteliti sebelumnya. Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema sama di antaranya yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Roby Awaluddin dengan judul: "Strategi Pemasaran Haji dan Umrah di Masa Pandemi Covid-19 Pada KBIHU Al Musyarrofah Jakarta Menggunakan Metode Analisis SWOT". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh

KBIHU Al-Musyarrofah pada masa pandemi Covid-19 dan dianalisis menggunakan metode SWOT. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan dengan menerapkan konsep person to person atau dalam metode pemasaran disebut WOM (Word of Mouth) Marketing dan memiliki kekuatan di sosok pimpinan Yayasan Al-Musyarrofah dalam melakukan pemasaran. Dan juga KBIHU Al-Musyarrofah memiliki kelemahan dalam memanfaatkan sosial media untuk melakukan promosi dan juga di saat yang sama KBIHU AlMusyarrofah memiliki peluang untuk melakukan pemasaran di lingkup Yayasan Al-Musyarrofah di mana di dalamnya terdapat pendidikan formal. Dan juga terdapat ancaman dalam hal banyaknya pesaing yang memaksimalkan promosi ketika masa pandemi di sosial media.

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran KBIH. Perbedaannya yaitu pada penelitian relevan di atas difokuskan pada strategi pemasaran yang dianalisis menggunakan analisis SWOT, sedangkan pada penelitian ini difokuskan pada implementasi strategi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam menarik minat calon jamaah pada yayasan Baitut Tamwil Pringsewu.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nike Novita Sari Fadhilah, dengan judul: “Strategi Pemasaran di Era New Normal Pada Biro Perjalanan Umrah 2 (Studi pada PT Samira Ali Wisata Tour & Travel Cabang Sukoharjo)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran

biro perjalanan umrah di era new normal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa ada beberapa strategi pemasaran di era new normal yang diterapkan oleh PT Samira Ali Wisata cabang Sukoharjo, yaitu home meet dan merilis aplikasi.

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran. Perbedaannya yaitu pada penelitian relevan di atas difokuskan pada strategi pemasaran di era new normal pada biro perjalanan umrah, sedangkan pada penelitian ini difokuskan pada implementasi strategi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam menarik minat calon jamaah pada yayasan Baitut Tamwil Pringsewu.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Alfina Maw`izhoh Azmi Siregar, dengan judul: “Analisis Strategi Pemasaran Rindu Haji Dan Umroh Tour And Travel Pada Masa Covid-19”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang diterapkan oleh Rindu Haji Umroh Tour and Travel sebelum dan selama masa pandemi COVID-19. Hasil analisis menyimpulkan bahwa Rindu Haji Umroh Tour and Travel menerapkan strategi *word-of-mouth* untuk menjadi strategi utama, menerapkan strategi pemetaan pasar, penargetan dan *positioning*. Menerapkan komponen pemetaan pasar *segmenting consumer markets* seperti *geographic segmentation, demographic segmentation, psychographic segmentation* dan *behavioral* segmentasi, dan strategi *segmenting bussiness markets*.

Strategi penargetan adalah *concentrated (niche) marketing*, dan strategi *positioning* yakni “pelayanan terbaik”. Di *mix* dengan teori bauran pemasaran (1) produk: memformulasikan produk baru yakni tabungan emas, (2) harga: at the market atau sesuai pasar, (3) promosi: aktif menggunakan sosial media dan menjaga hubungan dengan para alumni dan mitra. (4) distribusi: menerapkan perumahan karyawan dan pelayanan dapat dilakukan dikantor atau kunjungan kerumah. Rindu Haji Umroh Tour and Travel memformulasikan produk layanan yang menguntungkan para calon jamaah. Kegiatan ini didukung promosi di media sosial dan memperkuat hubungan keberlanjutan dengan para alumni dan mitra.

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran. Perbedaannya yaitu pada penelitian relevan di atas difokuskan pada strategi pemasaran pada masa covid-19, sedangkan pada penelitian ini difokuskan pada implementasi strategi pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam menarik minat calon jamaah pada yayasan Baitut Tamwil Pringsewu.

Adapun kajian-kajian dalam penelitian ini belum dibahas oleh skripsi-skripsi sebelumnya. Kajian yang akan dibahas dalam Penelitian ini adalah strategi marketing KBIH dalam meningkatkan jumlah jama'ah haji. Dalam Penelitian ini peneliti lebih menekankan pada strategi pemasaran untuk meningkatkan calon jama'ah haji yang diberi judul ”Strategi Marketing dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu”.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Pemasaran**

##### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran (*marketing strategy*) menurut Sofjan Assauri adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>1</sup>

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.<sup>2</sup> Strategi pemasaran diartikan sebagai serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.<sup>3</sup>

Strategi pemasaran merupakan setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang

---

<sup>1</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 154.

<sup>2</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), 215

<sup>3</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 83

kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.<sup>4</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.

## 2. Fungsi Strategi Pemasaran

Secara garis besar, peran penting pemasaran diwujudkan melalui delapan fungsi universal yang meliputi:

- a. *Buying*, yaitu memastikan bahwa produk yang dijual tersedia dalam jumlah memadai agar dapat memenuhi permintaan pelanggan.
- b. *Selling*, yakni menggunakan periklanan, *personal selling*, dan promosi penjualan untuk menyelaraskan produk dengan kebutuhan pelanggan.
- c. *Transporting*, berkenaan dengan memindahkan produk dari lokasi produksi ke lokasi yang nyaman diakses oleh para pembeli.
- d. *Storing*, berkaitan dengan aktivitas menyimpan produk sampai dibutuhkan untuk dijual.
- e. *Standardizing and grading*, yakni memastikan bahwa produk sesuai dengan pengendalian kualitas dan kuantitas dalam hal ukur, berat, dan variabel lainnya.
- f. *Financing*, yaitu menyediakan fasilitas kredit kepada anggota saluran distribusi (pedagang grosir dan pengecer) dan konsumen.
- g. *Risk taking*, yakni menghadapi segala ketidakpastian berkenaan dengan pembelian yang dilakukan pelanggan di masa datang.
- h. *Securing marketing information*, menyangkut pengumpulan informasi mengenai konsumen, pesaing, dan saluran distribusi demi kepentingan pengambilan keputusan pemasaran.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa fungsi strategi pemasaran pada dasarnya diterapkan untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

---

<sup>4</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 70

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 17

### 3. Tahapan-Tahapan Strategi Pemasaran

Tahapan-tahapan dalam mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran meliputi:<sup>6</sup>

a. Mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan

Salah satu pekerjaan yang dapat dilakukan oleh riset pemasaran adalah mengawasi lingkungan kompetisi untuk melihat tanda yang mengindikasikan adanya kesempatan bisnis. Sebuah deskripsi semata dari beberapa kegiatan sosial atau ekonomi, seperti tren dalam perilaku pembelian pelanggan, akan dapat membantu manager mengenali suatu permasalahan dan mengidentifikasi kesempatan untuk memperkaya usaha pemasaran.

b. Menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar.

Tahap kedua dalam pengembangan strategi pemasaran adalah menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar. Riset pemasaran adalah sumber informasi utama untuk menentukan karakteristik dari segmen pasar yang membedakan mereka dari keseluruhan pasar. Riset seperti ini dapat membantu “menentukan lokasi” atau mendeskripsikan sebuah segmen pasar dalam kaitannya dengan demografi dan karakteristik. *Geo-demografi* (*geo-demographics*) merujuk pada informasi yang menjelaskan profil demografis dari konsumen di dalam suatu wilayah geografis tertentu.

---

<sup>6</sup> Zikmund dan Babin, *Menjelajahi Riset Pemasaran Buku 1 Edisi 10*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), 21.

- c. Merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi.

Jika telah menggunakan informasi yang diperoleh dari dua tahapan sebelumnya, manajer pemasaran merencanakan dan melaksanakan strategi bauran pemasaran. Riset pemasaran mungkin diperlukan untuk mendukung keputusan-keputusan tertentu tentang berbagai aspek bauran pemasaran.

- d. Menganalisis kinerja perusahaan.

Setelah sebuah strategi pemasaran diterapkan, riset pemasaran akan memberitahukan kepada manajer apakah kegiatan yang direncanakan telah dijalankan dengan baik dan apakah memenuhi apa yang mereka harapkan. Dengan kata lain, riset pemasaran dilakukan untuk mendapatkan masukan dari evaluasi dan pengawasan program pemasaran. Aspek dari pemasaran ini sangat penting bagi kesuksesan manajemen nilai total (*total value management*), yang berusaha mengatur keseluruhan proses, di mana konsumen mendapatkan manfaat. Riset pengawasan kerja (*performance monitoring research*) merujuk pada suatu riset yang teratur, terkadang secara rutin, memberikan umpan balik (masukan) untuk evaluasi dan pengendalian dari kegiatan pemasaran.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, 29.

Maka, tahapan-tahapan dalam pengembangan dan penerapan strategi pemasaran sangat penting untuk dilakukan agar proses pemasaran dapat berjalan secara maksimal sesuai tujuan. Misalnya tahapan dalam merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran, perusahaan perlu merancang bauran pemasaran yang terintegrasi, terdiri dari empat P yaitu *product, price, place, dan promotion*.

#### 4. Macam-macam Strategi Pemasaran

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.<sup>8</sup>

Program pemasaran berupa bauran pemasaran yakni *Product, Price, Place, dan Promotion*:

##### a. *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat

---

<sup>8</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 14

memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dalam pengertian luas, produk mencakup apa saja yang bisa dipasarkan, termasuk benda-benda fisik, jasa manusia, tempat, organisasi, dan ide tahu gagasan.<sup>9</sup>

Setiap produk yang diluncurkan ke pasar tidak selalu mendapatkan respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Khusus yang berkaitan dengan produk, strategi ini dikenal dengan nama strategi produk.<sup>10</sup>

Pelaksanaan strategi produk dapat dilakukan dengan mengembangkan produk. Dalam mengembangkan produk diperlukan langkah-langkah tertentu, sehingga hasil pengembangan tersebut benar-benar tepat sasaran.<sup>11</sup> Adapun langkah-langkah atau proses pengembangan produk baru adalah sebagai berikut:

- 1) Pembangkit gagasan, yaitu pencarian gagasan produk baru secara sistematis melalui berbagai sumber seperti sumber dari intern, pelanggan, pesaing, penyalur, pemerintah, dan sumber lainnya.
- 2) Penyaringan gagasan, bertujuan untuk memilih yang terbaik dari sejumlah gagasan yang terbaik dari sejumlah gagasan yang ada sehingga menghasilkan gagasan yang menguntungkan.
- 3) Pengembangan dan pengujian konsep. Hal ini penting dilakukan terhadap hasil penyaringan gagasan. Pengujian konsep perlu dilakukan kepada sekelompok konsumen melalui beberapa pertanyaan menyangkut konsep yang ditawarkan.
- 4) Strategi pemasaran, meliputi pengembangan mutu ukuran, model, penjual, market share dan laba yang diinginkan, kemudian strategi

---

<sup>9</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 207.

<sup>10</sup> Kasmir, *Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2004), 127

<sup>11</sup> *Ibid.*, 128-129

pemasaran menyangkut pula tentang harga yang layak di masyarakat.

- 5) Analisis bisnis, yaitu melakukan analisis terhadap strategi pemasaran yang akan dijalankan nantinya dengan membeli berbagai alternatif yang ada.
- 6) Pengembangan produk, merupakan kelanjutan dari proses yang sudah dilalui. Pengembangan produk dapat berupa gambar, contoh, sampai kepada uraian kata-kata.
- 7) Pengujian pasar. Dalam hal ini produk sudah dipasarkan untuk mengetahui respon pasar dan antisipasi terhadap permasalahan yang mungkin timbul. Tujuan pengujian pasar untuk menguji penerimaan pasar yang sesungguhnya.
- 8) Komersialisasi, merupakan tahap akhir setelah pengujian positif mendapat tanggapan pasar.<sup>12</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa produk yang ditawarkan ke pasar haruslah memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Jadi, setiap produk selalu diarahkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Cara yang dilakukan itu memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut melalui keunggulan produk dengan cara pengembangan sebagaimana dijelaskan di atas.

#### b. *Price* (Harga)

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Nana Herdiana Abdurrahman dalam buku *Manajemen Strategi Pemasaran* mendefinisikan harga secara lengkap, yaitu sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> *Ibid.*, 129

<sup>13</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran.*, 109.

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk perusahaan.<sup>14</sup> Menentukan harga jual produk dalam perusahaan merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat pelanggan.<sup>15</sup>

Menerjemahkan pengertian harga dalam perusahaan bisa dianalogikan dengan melihat seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat yang setimpal atas pengorbanan yang telah dikeluarkan oleh konsumen tersebut. Ketika produk yang dihasilkan oleh perusahaan mampu memberikan sebuah nilai tambah (keuntungan) lebih dari perusahaan lainnya pada saat ini, artinya harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut mampu bersaing, bahkan berhasil mengungguli perusahaan lainnya.<sup>16</sup>

Pada penentuan harga, baik untuk harga jual atau harga beli, pihak perusahaan harus berhati-hati. Kesalahan dalam penentuan harga akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut, hal ini disebabkan dengan diketahuinya penentuan harga tersebut menjadi mudah.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, 135

<sup>15</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 292

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> Kasmir, *Pemasaran.*, 136-137

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi harga diterapkan oleh suatu perusahaan bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

c. *Place* (Tempat/Saluran Distribusi)

*Place* adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk perusahaan.<sup>18</sup> Dalam persaingan yang ketat, penentuan lokasi mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Sebab dengan penentuan lokasi yang tepat maka target pencapaian perusahaan akan dapat diraih. Strategi lokasi seringkali dianggap hal yang sepele, namun ternyata dapat berdampak signifikan terhadap kelangsungan perusahaan. Apabila lokasi sudah ditentukan, maka perlu pula disertai dengan perencanaan ruangan, tata ruang, serta interior bangunan, perparkiran, dan keamanan. Tujuan penentuan lokasi dan ruangan untuk mendukung keunggulan sumber daya manusia serta sistem yang dimiliki oleh perusahaan.<sup>19</sup>

Melakukan penetrasi pasar yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual produk yang ditawarkan kepada konsumen.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, 145

<sup>19</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 131

<sup>20</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah.*, 292

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa penentuan lokasi suatu perusahaan merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Perusahaan yang terletak dalam lokasi yang strategis tentunya sangat memudahkan pelanggan dalam berurusan dengan perusahaan.

d. *Promotion* (Promosi)

Produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan, dan tempat sudah disediakan, artinya produk tersebut telah siap untuk dijual. Agar produk tersebut laku dijual kepada masyarakat, maka masyarakat harus tahu kehadiran produk tersebut berikut manfaatnya, harga, di mana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan pesaing. Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir perusahaan harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke pelanggan.<sup>21</sup>

Promosi menurut Pandji Anoraga merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.<sup>22</sup>

Promosi menurut Kotler dan Amstrong kutipan Donni Juni Priansa dalam buku Manajemen Pemasaran bahwa promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, 169

<sup>22</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis.*, 222.

pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan, hak dengan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan maupun publisitas.<sup>23</sup>

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal perusahaan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon pelanggan yang baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan pelanggan akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi pelanggan untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra perusahaan di mata para pelanggannya.<sup>24</sup>

Pada praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik prosuk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui periklanan (*advertising*). Kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*),

---

<sup>23</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 12.

<sup>24</sup> *Ibid.*, 169-170

ketiga melalui Publisitas (*publicity*) dan keempat adalah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).<sup>25</sup>

Masing-masing sarana promosi ini memiliki tujuan sendiri-sendiri. Misalnya, untuk menginformasikan tentang keberadaan produk dapat dilakukan melalui iklan. Untuk mempengaruhi pelanggan dilakukan melalui *sales promotion* serta untuk memberikan citra perusahaan dapat dilakukan melalui publisitas.<sup>26</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa promosi bertujuan untuk menanamkan citra yang baik atau agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika citra perusahaan sudah tertanam di benak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa tentunya akan terasa menjadi jauh lebih mudah.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran atau bauran pemasaran meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Suatu perusahaan apabila menerapkan keempat strategi pemasaran tersebut dengan sungguh-sungguh maka hal tersebut tentunya akan menimbulkan akibat yang positif bagi perusahaan tersebut.

## **5. Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran**

Menurut Tjiptono, kemampuan strategi pemasaran suatu perusahaan tergantung pada analisis terhadap faktor-faktor sebagai berikut:

---

<sup>25</sup> Kasmir, *Pemasaran.*, 156

<sup>26</sup> *Ibid*

a. Faktor Lingkungan

Analisis terhadap faktor lingkungan seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkannya pada bisnis perusahaan. Selain itu faktor-faktor seperti perkembangan teknologi, tingkat inflasi, dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan. Hal-hal tersebut merupakan faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan sesuai dengan produk dan pasar perusahaan.

b. Faktor Pasar

Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

c. Persaingan

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing.

d. Analisis Kemampuan Internal

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan

pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kekuatan pemasaran.

e. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi. Analisis perilaku konsumen dapat dilakukan dengan penelitian (riset pasar), baik melalui observasi maupun metode survai.

f. Analisis Ekonomi

Analisis ekonomi perusahaan dapat memperkirakan pengaruh setiap peluang pemasaran terhadap kemungkinan mendapatkan laba. Analisis ekonomi terdiri atas analisis terhadap komitmen yang diperlukan, analisis BEP (break even point), penilaian risiko/laba, dan analisis faktor ekonomi pesaing.<sup>27</sup>

## **B. Minat Jama'ah**

### **1. Pengertian Minat Jama'ah**

Minat dalam Kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau suatu perhatian maupun kesukaan.<sup>28</sup> Minat adalah keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2010), 8

<sup>28</sup> Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 1027

<sup>29</sup> Philip Kolter dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2011), 18

Shaleh dan Wahab mendefinisikan minat itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu disertai dengan perasaan senang.<sup>30</sup> Menurut Vinna Sri Yuniarti, minat merupakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.<sup>31</sup>

Dalam UU No.13 Tahun 2008 dijelaskan bahwa jama'ah haji adalah warga negara Indonesia yang beragama Islam dan telah mendaftarkan diri untuk menunaikan Ibadah Haji sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan. Jama'ah haji adalah seseorang atau sekelompok umat Islam yang akan menunaikan ibadah haji ke tanah suci dan memiliki kemampuan untuk melakukan pembayaran, seorang customer yang menginginkan pelayanan prima dan mempunyai kebebasan untuk menentukan apa yang dipilihnya sesuai dengan kemampuan dan tingkat pelayanan yang dikehendaki dan juga memenuhi rukun, syarat, wajib, sunah dan semua persyaratan untuk menunaikan ibadah haji . Jama'ah haji adalah seorang muslim yang memiliki niat menunaikan

---

<sup>30</sup> Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263

<sup>31</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Prilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 113

ibadah haji dan kemampuan secara fisik untuk menjalani ritual peribadatan dan menyediakan pembiayaan perjalanan.<sup>32</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa minat jama'ah adalah ketertarikan individu jama'ah pada suatu hal yang diikuti dengan rasa senang serta memperoleh suatu kepuasan dalam hal tersebut.

## 2. Indikator Minat Jama'ah

Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Saepurrahmat, dkk, "Implementasi Manajemen Promosi KBIH dalam Meningkatkan Minat Bimbingan Jama'ah Haji, *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, Volume 17, Nomor 2, 2017, 183-202., 189

<sup>33</sup> Gogi Kurniawan, *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Melalui Ecommerce*, (Surabaya: Mitra Abisatya, 2020),50.

## C. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji

### 1. Pengertian Kelompok Bimbingan Ibadah Haji

Adalah salah satu organisasi yang bertugas untuk membantu proses pelayanan ibadah haji di Indonesia. KBIH juga merupakan lembaga<sup>34</sup> atau yayasan sosial Islam yang bergerak dibidang pengelolaan bimbingan manasik haji terhadap calon jama'ah haji baik, selama dalam pembekalan di Tanah Air maupun pada saat pelaksanaan ibadah haji di Arab Saudi.<sup>35</sup>

### 2. Fungsi dan Tugas Kelompok Bimbingan Ibadah Haji

Konsep kelompok yang menyelenggarakan ibadah haji, mempunyai konsep mitra maka KBIH berkewajiban<sup>36</sup>:

- a. Kontribusi arahan
- b. Menyelaraskan regulasi
- c. Mempermudah konsep kelancaran
- d. Pelaporan
- e. Memunculkan Identitas.

### 3. Pengertian Haji dan Umrah

Kata haji secara etimologi ialah qasdhu (maksud, niat, menyengaja). Secara terminologi haji ialah bermaksud menyengaja menuju Baitullah dengan cara dan waktu yang telah ditentukan.<sup>37</sup> Sedangkan umrah secara

---

<sup>34</sup> Widyarini, "Manajemen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. VII No. 2 Juni 2013, 68

<sup>35</sup> Nuning Octaviani, "Strategi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Maqdis dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Calon Jama'ah Haji Tahun 2017", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol.17 No. 1 Bandung 2017, 77

<sup>36</sup> Ainun Ni'mah, "Strategi Pemasaran KBIH NU dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah Haji di Kabupaten Jepara", Skripsi, (Semarang: UIN Walisongo, 2017), 52

<sup>37</sup> Istianah, "Prosesi Haji dan Maknanya", *Jurnal Akhlak dan Tasawuf*, Vol. 2 No. 1 2016.

bahasa yaitu berziarah. Secara istilah umrah ialah suatu bentuk perbuatan dengan menyengaja berziarah menuju tempat yang sering didatangi (Baitullah) dengan kurung waktu yang tidak ditentukan. Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa haji dan umrah adalah untuk melakukan kewajiban ziarah ke Baitullah karena Allah (QS. Al-Baqarah [2]: 196).

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ... (سورة البقرة, ١٩٦)

Artinya: *”dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah ”* (Q.S. Al-Baqarah: 196)

Dari ayat di atas, manusia diperintahkan untuk menunaikan ibadah haji dan umrah hanya untuk taat kepada Allah. Bukan semata-mata untuk kepentingan bisnis, untuk memperoleh popularitas dan lain-lain. Demikian pula ibadah haji ini juga diwajibkan bagi yang mampu (QS. Ali Imran [3]: 97).

فِيهِ آيَاتٌ بَيْنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

(سورة آل عمران, ٩٧)

Artinya: *“Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa mengingkari (kewajiban), maka ketahuilah bahwa Allah SWT Maha kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam “*. (Q.S. Ali-Imran: 97)

Berdasarkan ayat al-Qur’an di atas dapat memperkuat pentingnya niat haji semata-mata karena Allah Swt. Kata *lillah* dalam ayat tersebut adalah *lam al-ijab wa al-ilzam* (yang berfaidah mewajibkan dan meniscayakan) ibadah haji hanya untuk-Nya.

#### 4. Syarat Wajib Haji dan Umroh

Orang-orang yang wajib menjalankan haji dan Umroh itu hanyalah yang memenuhi syarat-syarat yaitu:<sup>38</sup>

- a. *Islam* (beragama Islam merupakan syarat mutlak bagi orang yang akan melaksanakan ibadah haji dan umrah. Karena itu orang-orang kafir tidak mempunyai kewajiban haji dan umrah. Demikian pula orang yang murtad),
- b. *berakal* (yaitu wajib bagi orang yang bisa membedakan yang mana kebaikan dan yang mana keburukan),
- c. *baligh* (bagi laki-laki yaitu sudah pernah berimpi basah atau umur lebih 15 tahun dan bagi perempuan sudah keluar darah haid. Anak kecil tidak wajib haji dan umrah.
- d. *merdeka* (yaitu tidak menjadi budak orang lain. Budak tidak wajib melakukan ibadah haji karena ia bertugas melakukan kewajiban yang dibebankan oleh tuannya. Padahal menunaikan ibadah haji memerlukan waktu. Disamping itu budak itu termasuk orang yang tidak mampu dari segi biaya, waktu dan lain-lain),
- e. *mampu* atau *kuasa* (artinya yaitu mampu dalam perjalanan, mampu harta, dan mampu badan atau sehat jasmani dan rohani)

#### 5. Rukun Haji dan Umroh

Rukun haji adalah kegiatan-kegiatan yang apabila tidak dikerjakan, maka hajinya dianggap batal. Berbeda dengan wajib Haji, wajib Haji adalah suatu perbuatan yang perlu dikerjakan, namun wajib Haji ini tidak

---

<sup>38</sup> Muhammad Noor, "Haji dan Umroh", *Jurnal Humaniora dan Teknologi*, Volume 4, Nomor 1, Oktober 2018

menentukan sah nya suatu ibadah haji, apabila wajib haji tidak dikerjakan maka wajib digantinya dengan dam (denda).<sup>39</sup> Rukun haji ada enam, yaitu:

a. Ihram (Berniat)

Ihram adalah berniat mengerjakan Haji atau Umrah bahkan keduanya sekaligus, Ihram wajib dimulai miqatnya, baik miqat zamani maupun miqat makani. Sunnah sebelum memulai ihram diantaranya adalah mandi, menggunakan wewangian pada tubuh dan rambut, mencukur kumis dan memotong kuku. Untuk pakaian ihram bagi laki-laki dan perempuan berbeda, untuk laki-laki berupa pakaian yang tidak dijahit dan tidak bertutup kepala, sedangkan perempuan seperti halnya shalat (tertutup semua kecuali muka dan telapak tangan).

b. Wukuf (Hadir) di Arafah

Waktu wukuf adalah tanggal 9 dzulhijjah pada waktu dzuhur, setiap seorang yang Haji wajib baginya untuk berada di padang Arafah pada waktu tersebut. Wukuf adalah rukun penting dalam Haji, jika wukuf tidak dilaksanakan dengan alasan apapun, maka Hajinya dinyatakan tidak sah dan harus diulang pada waktu berikutnya. Pada waktu wukuf disunnahkan untuk memperbanyak istighfar, zikir, dan doa untuk kepentingan diri sendiri maupun orang banyak, dengan mengangkat kedua tangan dan menghadap kiblat.

c. Tawaf Ifadah

Tawaf ifadah adalah mengelilingi Ka'bah sebanyak 7 kali dengan syarat: suci dari hadas dan najis baik badan maupun pakaian, menutup aurat, Ka'bah berada di sebelah kiri orang yang

---

<sup>39</sup> *Ibid.*

mengelilinginya, memulai tawaf dari arah hajar aswad (batu hitam) yang terletak di salah satu pojok di luar Ka'bah. Macam-macam tawaf itu sendiri ada lima macam yaitu:

- 1) Tawaf qudum adalah tawaf yang dilakukan ketika baru sampai di Mekah.
- 2) Tawaf ifadah adalah tawaf yang menjadi rukun haji.
- 3) Tawaf sunah adalah tawaf yang dilakukan semata-mata mencari rida Allah.
- 4) Tawaf nazar adalah tawaf yang dilakukan untuk memenuhi nazar.
- 5) Tawaf wada adalah tawaf yang dilakukan sebelum meninggalkan kota Mekah

d. Sa'i

Sa'i adalah lari-lari kecil atau jalan cepat antara Safa dan Marwa.<sup>40</sup> Syarat-syarat sa'i adalah sebagai berikut:

- 1) Dimulai dari bukit Safa dan berakhir di bukit Marwa.
- 2) Dilakukan sebanyak tujuh kali.
- 3) Melakukan sa'i setelah tawaf qudum.

e. Tahalul

Tahalul adalah mencukur atau menggunting rambut sedikitnya tiga helai. Pihak yang mengatakan bercukur sebagai rukun haji beralasan karena tidak dapat diganti dengan penyembelihan.

f. Tertib.

Tertib maksudnya menjalankan rukun haji secara berurutan

---

<sup>40</sup> *Ibid.*

## 6. Sunnah-Sunnah Haji

Cukup banyak sunnah-sunnah haji.<sup>41</sup> Diantara berikut ini adalah sunnah-sunnah yang berhubungan dengan ihram, thawaf, sa'i, dan wukuf, yaitu:

- a. Mandi sebelum ihram
- b. Menggunakan kain ihram yang baru
- c. Memperbanyak talbiyah
- d. Melakukan thawaf qudum (kedatangan) Shalat dua rakaat thawaf
- e. Bermalam di Mina Mengambil pola *ifrad*, yaitu pola mendahulukan Haji daripada Umrah
- f. Thawaf wada' (perpisahan)

## 7. Larangan Haji

Hal-hal yang dimaksud larangan ini adalah yang diharamkan dilakukan bagi yang berhram, haram bukan artian sebagai perbuatan yang menjadikan dosa, karena belum pernah ada pendapat ulama tentang pelanggaran ini mendapatkan dosa. Sebagai contoh pelanggaran suatu hajat, tidak mencukur rambut dikarenakan memiliki penyakit yang jika rambutnya dicukur bisa mengurangi kesehatan seorang haji, maka ini hukumnya tidak dosa. Adapun jika larangan ini sengaja di-langgar maka ia akan berdosa.<sup>42</sup> Beberapa larangan tersebut diantaranya, yaitu:

- a. Bagi laki-laki dilarang menggunakan pakaian berjahit.
- b. Bagi laki-laki dilarang menggunakan penutup kepala.

---

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> *Ibid.*

- c. Larangan bagi perempuan untuk menutupmuka dan telapak tangannya.
- d. Di saat ihram bagi laki-laki maupun perempuan wangi-wangian untuk badan maupun pakaian, boleh memakainya sebelum ihram.
- e. Dilarang menikah, menikahkan, ataupunmenjadi wali nikah. Tidak boleh ada proses pernikahan.
- f. Dilarang bersetubuh (senggama)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Dilihat dari jenisnya penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), Menurut Abdurrahmat Fathoni, penelitian lapangan yaitu “suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah”.<sup>1</sup>

Penelitian ini dilakukan di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang terletak di Jl. Ki Hajar Dewantara Komplek Masjid Shobari Kelurahan Pringsewu Selatan Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu.

##### **2. Sifat Penelitian**

Sesuai dengan judul dari penelitian ini, maka penelitian ini bersifat deskriptif. “Penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran-pengukuran terhadap gejala tertentu.”<sup>2</sup> Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi “Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan

---

<sup>1</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96

<sup>2</sup> *Ibid.*, 97

masalah yang ada sekarang berdasarkan data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasi”.<sup>3</sup>

Penelitian deskriptif yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi marketing yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu dalam menarik minat calon jama’ah dan faktor pendukung serta penghambat penerapan strategi marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu.

## **B. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh.<sup>4</sup> Sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data pada pengumpulan data.<sup>5</sup> Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini Bapak Mursyid Nasir selaku penanggung jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, Bapak Ashari selaku sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, dan jama’ah serta calon jama’ah di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

Pemilihan jama’ah dan calon jama’ah sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive*

---

<sup>3</sup> Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 44

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 172.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 137

*sampling* adalah teknik penentuan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>6</sup> Pada penelitian ini, penjual jama'ah dan calon jama'ah sebagai sumber data primer ditentukan secara *purposive* (berdasarkan kriteria tertentu) sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria-kriteria jama'ah tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Subjek sudah berangkat haji pada tahun 2019.
- b. Subyek bertempat tinggal di Kabupaten Pringsewu untuk memudahkan peneliti dalam menggali informasi.
- c. Bersedia untuk menjadi subjek penelitian.

Sedangkan untuk calon jama'ah juga ditentukan melalui kriteria-kriteria tertentu, yaitu sebagai berikut:

- a. Subyek baru mendaftar haji pada tahun 2022 di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.
- b. Subyek bertempat tinggal di Kabupaten Pringsewu untuk memudahkan peneliti dalam menggali informasi.
- c. Bersedia untuk menjadi subjek penelitian.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.<sup>7</sup> Data sekunder pada penelitian ini buku-buku, majalah, jurnal, dan internet, yang berkaitan dengan pemasaran dan minat. Buku-buku sebagai data sekunder pada penelitian ini antara lain sebagai berikut:

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, 85

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 137

- a. Donni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017
- b. Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2010
- c. Gogi Kurniawan. *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Melalui Ecommerce*. Surabaya: Mitra Abisatya, 2020.
- d. Kasmir. *Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2004.
- e. Khaerul Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013
- f. M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2012.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah:

#### 1. Teknik Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban yang diberikan oleh yang diwawancarai.<sup>8</sup>

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas terpimpin, yakni metode *interview* yang dilakukan dengan membawa pedoman yang hanya merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.<sup>9</sup> Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada Bapak Mursyid Nasir selaku penanggung jawab KBIH Baitut

---

<sup>8</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian.*, 105

<sup>9</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, 199.

Tamwil Pringsewu, Bapak Ashari selaku sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, dan 2 alumni jama'ah (Bapak Mat Kusno dan Bapak Bambang Tohyadi) serta 3 calon jama'ah (Bapak Ihwan, Bapak Hamdi, dan Bapak Nur Amin) di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang diambil sesuai dengan teknik *purposive sampling*.

## 2. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku, transkrip, surat kabar, *ledger*, agenda dan sebagainya.<sup>10</sup> Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai mengenai letak kantor, sejarah berdirinya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Baitut Tamwil Pringsewu, struktur organisasi, jumlah karyawan, dan hal-hal penting yang berkaitan dengan penelitian.

## D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>11</sup> Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan cara berfikir induktif, karena data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan tingkah laku yang diobservasikan dari manusia.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> *Ibid*

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 244

<sup>12</sup> Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 16.

Cara berfikir induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum. Cara berfikir induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.<sup>13</sup>

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai strategi marketing yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu dalam menarik minat calon jama'ah dan faktor pendukung serta penghambat penerapan strategi marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu.

Pada penelitian ini pendekatan induktif dimulai dari pengumpulan fakta di lapangan, dianalisis, dimuat pertanyaan kemudian dihubungkan dengan teori, dalil, hukum yang sesuai kemudian pernyataan hingga kesimpulan. Hal ini menggambarkan bahwa pendekatan induktif merupakan pendekatan yang berangkat dari fakta yang terjadi di lapangan selanjutnya peneliti menganalisis fakta yang ditemukan, membuat pertanyaan dan dikaitkan dengan teori, dalil, hukum yang sesuai dan ditarik kesimpulan.

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 245

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu

##### 1. Sejarah Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu

Menurut bahasa, Baitut Tamwil berasal dari gabungan dua pengertian, yaitu *Bait* yang artinya rumah dan *Tamwil* (pengembangan harta kekayaan) yang asal katanya *Maal* atau harta. Secara keseluruhan Baitut Tamwil dimaknai sebagai tempat untuk mengembangkan usaha atau tempat untuk mengembangkan harta kekayaan. Pengertian dua suku kata itulah yang kemudian digunakan sebagai penamaan untuk lembaga keuangan mikro, yaitu berfungsi sebagai lembaga pemberdayaan pedagang.<sup>1</sup>

*Baitut Tamwil* yaitu Lembaga Keuangan Mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah artinya, semua transaksi keuangan dilakukan dengan akad sesuai syariat Islam. Sedangkan kedudukan lembaga keuangan tersebut merupakan Amal Usaha Ekonomi Muhammadiyah.<sup>2</sup>

Salah satu Baitut Tamwil yang berdiri di provinsi Lampung adalah Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu. Berdirinya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (yang selanjutnya di sebut KBIH) Yayasan Baitut Tamwil

---

<sup>1</sup> Ma'had Alif Tarbiyah Mubalighin Muhammadiyah, *Pedoman Pendirian BTM*, (Bandar Lampung, 2008), 4

<sup>2</sup> A. Djazuli dan Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat, Sebuah Pengenalan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002), 183

Pringsewu dipacu oleh adanya sebuah keinginan untuk menciptakan jema'ah yang mampu memahami dan melaksanakan ibadah haji dan umrah secara baik dan benar, teori maupun prakteknya. Hal ini berdasarkan pengamatan langsung pada saat pelaksanaan ibadah haji dan umrah di tanah suci, masih banyak para jema'ah yang belum mengetahui tata cara pelaksanaan ibadah haji dan umrah.<sup>3</sup> Padahal untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah yang baik dan benar harus mempunyai pedoman atau rujukan yang shahih sesuai syari'at. Atas dasar tersebutlah KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu didirikan, dengan tujuan utamanya untuk membantu para jema'ah dalam KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu beralamatkan di Jalan Dewantara Komplek Masjid Shobari.

Kelurahan Pringsewu Selatan Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu. Didirikan pada tahun 1997 oleh KH. Nurhamid. Pada tahun 1998 KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu secara resmi mendapatkan izin operasional dari Departemen Agama (saat itu) atau Kantor Kementerian Agama (saat ini) untuk menjadi fasilitator jema'ah dalam memberikan pendidikan dan bimbingan kepada jema'ah haji mulai dari tanah air sampai di tanah suci Makkah dan Madinah hingga kembali ke tanah air. Pada tahun 1998 pula untuk yang pertama kali KBIH Yayasan Baitut Tamwil mengikut sertakan jema'ah bimbingannya ke tanah suci. H. Mursyid Nasir mengatakan bahwa *adanya KBIH Yayasan Baitu Tamwil Pringsewu bukan semata-mata untuk mencari keuntungan, tetapi*

---

<sup>3</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

*hanyalah untuk membantu masyarakat yang akan melaksanakan ibadah haji dan umrah.<sup>4</sup>*

Berdasarkan Surat Keputusan Kepala Kanwil Departemen Agama Provinsi Lampung No.Wh/4/Hj.01/962/2000 KBIH Yayasan Baitut Tamwil memperoleh izin operasional lagi pada tahun 2000 yang dari awal didirikannya mulai aktif memberangkatkan jama'ah untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah. Kemudian KBIH Yayasan Baitut Tamwil mendapat perpanjangan lagi dari Kementerian Agama Provinsi Lampung dengan nomor: KW. 08.04/HK.00.8/050/2017 dengan tugas sebagai berikut:

- a. Membantu menginformasikan serta pendampingan pengurusan pendaftaran haji dan umrah
- b. Memberikan bimbingan, tuntunan manasik haji dan umrah kepada jama'ah haji dan umrah di tanah air.
- c. Memberikan bimbingan saat di Tanah Suci Makkah dan Madinah, mendampingi dan memperkenalkan tempat-tempat mustajab untuk berdo'a serta tempat bersejarah di Makkah dan Madinah.

Sampai dengan tahun 2022 KBIH Yayasan Baitut Tamwil telah memberangkatkan jema'ah haji sebanyak 3.011 Orang. Tercatat 5 (lima) tahun terakhir yang diberangkatkan ke tanah suci sebanyak 177 Orang dengan perincian sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Keberangkatan Jama'ah KBIH Yayasan**  
**Baitut Tamwil Pringsewu**

No	Tahun	Jumlah
1	2018	236
2	2019	178
3	2020	-
4	2021	-
5	2022	63
<b>Jumlah</b>		<b>477</b>

Sumber: Data KBIH Baitut Tamwil, tanggal 01 Agustus 2022

Sedangkan yang sudah terdaftar dan masih menunggu pemberangkatan (*waiting list*) sebanyak 3.025 orang jema'ah.<sup>5</sup>

## 2. Visi dan Misi Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu

Adapun visi dan misi KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu sebagaimana yang tertera dalam AD dan ART Yayasan adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

- a. Visi: Memberikan pelayanan dan pembinaan kepada jema'ah tentang pemahaman ilmu agama khususnya yang menyangkut kegiatan manasik dan turut membantu memperlancar penyelenggaraan ibadah haji dan umrah
- b. Misi: Menjadikan KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu sebagai pembimbing jema'ah dalam melaksanakan ibadah haji sesuai syari'at serta terciptanya kelancaran dan kekhusukan dalam beribadah.

---

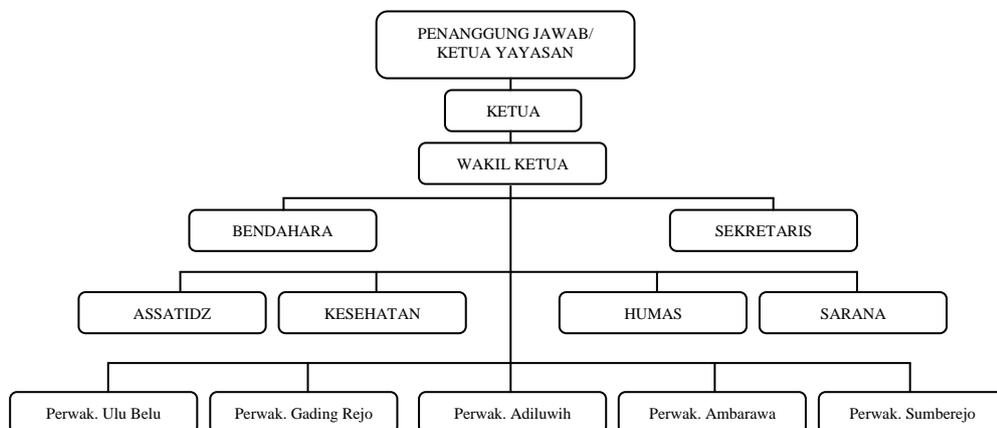
<sup>5</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>6</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

### 3. Struktur Organisasi Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu

Untuk memperjelas komponen-komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi maka perlu dibentuk struktur organisasi. Struktur organisasi menunjukkan pembagian kerja kepada setiap anggota dalam suatu organisasi. Dengan adanya struktur organisasi maka kedudukan, tanggung jawab dan tugas para anggota organisasi dapat terlihat dengan jelas. KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu telah membuat struktur organisasi untuk melaksanakan semua kegiatannya. Adapun struktur organisasi KBIH yayasan Baitut Tamwil pringsewu adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu**



Adapun personal pengurus berdasarkan struktur di atas yaitu sebagai berikut:

Penanggung Jawab/Ketua Yayasan: Hi. Mursyid Nasir

Ketua : Hi. Hartono Rosadi,

Wakil Ketua : Drs. Hi. Trikoranto

Sekretaris I : Hi. Ashari

Sekretaris II : Hi. Sukardi

Bendahara I : Hi. Fauzan Anwar

Bendahara II : Hi. Asmawi Jufri

a. Dewan Assatidz/Pembimbing:

- 1) KH. Yahya Toheri (alm)
- 2) KH. Ridwan Sueb
- 3) KH. Anwar Zuhdi
- 4) Drs. Hi. Sutrisno
- 5) Hi. Tamrin Mahera, S.Ag
- 6) Hi. Agus Kholik, S.Ag
- 7) Hi. Tahrir, S.Ag
- 8) KH. Asmuni (alm)
- 9) Hi. Ridho Mansyur
- 10) Hj. Khomsiyah
- 11) Hi. Auladi Rosyad, S.Ag.

b. Bidang Kesehatan:

- 1) Hi. Paiman Mad Jayadi, Amd. Kep
- 2) Hi. Warsadi, Amd. Kep
- 3) Hi. Marsono, Amd. Kep
- 4) Hi. Surip Waskito (alm)
- 5) Hi. Wahyudin, SKM
- 6) Hi. Mujiono, SKM

7) Hj. Leli Rahmawati, Amd. Keb.

c. Bidang Humas:

- 1) Hi. Soimun
- 2) Hi. M. Willem
- 3) Hi. Maulana Yunus
- 4) Hi. Junedi
- 5) Hi. Hermansyah

d. Bidang Sarana Prasarana:

- 1) Bejo M. Suwardi
- 2) Poniman, AS
- 3) M. Mahfud
- 4) Maksum
- 5) Syamsul Arifin
- 6) Thomy Rimba Jati
- 7) Harun
- 8) A. Mubarak
- 9) Nur Halim
- 10) Damiri YS
- 11) Hanifudin

Secara terperinci, tugas dari masing-masing unit struktur organisasi KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu adalah:

a. Penanggung Jawab/Ketua Yayasan;

Bertugas sebagai penanggung jawab, pengawas dan penasihat di KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu

b. Ketua;

Bertugas sebagai koordinator, pengontrol, dan pengelola atas semua kegiatan di KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu.

c. Sekretaris;

Bertugas sebagai administrator dalam mengelola dan mengarsipkan semua dokumen yang ada di KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu.

d. Bendahara;

Bertugas dalam mengatur, mengelola dan mencatat semua yang berkaitan dengan keuangan KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu

e. Dewan Assatidz / Pembimbing;

Bertugas memotivasi, membimbing dan memberikan materi manasik kepada para jema'ah haji dan umrah baik di tanah air maupun di tanah suci.

f. Bidang Kesehatan

Bertugas sebagai penanggung jawab dalam bidang kesehatan seperti pengecekan kesehatan, pemberian vaksin meningitis dan penyiapan bekal obat-obatan.

g. Bidang Humas

Bertugas sebagai penanggung jawab dalam bidang hubungan kemasyarakatan, seperti; memberikan informasi tentang persyaratan pendaftaran, menjalin ukhuwah Islamiyah, komunikasi dan interaksi serta publikasi langsung dengan masyarakat.

#### h. Bidang Sarana Prasarana

Bertugas menyiapkan sarana perlengkapan untuk kegiatan bimbingan manasik, pemberangkatan dan pemulangan jema'ahserta kegiatan sosial lainnya yang dilaksanakan oleh Yayasan.

### **B. Strategi Marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu**

Strategi Pemasaran yang digunakan KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu dalam meningkatkan minat calon jama'ah haji yaitu dengan cara sebagai berikut:

#### **1. Strategi Produk**

Jasa adalah sebuah produk yang sengaja diciptakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pada pemasaran jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang dijual adalah jasanya. Bentuk dari penjualan jasa adalah sebuah pelayanan. Sebuah pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu adalah berupa pelayanan sebelum berangkat, pelayanan ketika sudah ada di tanah suci dan pelayanan ketika pulang dari tanah suci. Peneliti menanyakan kepada Bapak Mursyid Nasir selaku penanggung jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu bagaimana pemberian pelayanan kepada Jama'ah, Bapak Mursyid mengatakan sebagai berikut:

“Tentunya dalam melayani jama'ah kita semaksimal mungkin akan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan serta inginkan. Jadi mbak, pelayanan yang kami berikan ini mulai dari sebelum berangkat, waktu di tanah suci hingga sesuai pulang dari tanah suci. Bimbingan yang kita berikan sebelum berangkat kita berikan bimbingan berupa tata cara berhaji. Mulai dari niat, tata cara menggunakan pakaian ihram, bacaan

ketika wukuf, tawaf dan sa'i, berapa helai yang harus ditahallul dan semua yang mencakup tentang haji. Nah ketika berangkat dan sampai di tanah suci kita juga melakukan bimbingan. Biasanya ada orang awam yang sebelumnya kita sudah jelaskan tapi ketika sudah praktek di tanah suci mereka lupa, jadi selaku pembimbing kita memberikan contoh dan bimbingan setelah pulang dari tanah suci biasanya kita lebih condong kepada evaluasi selama di tanah suci dan reuni yang diadakan per kelompok haji".<sup>7</sup>

Jadi pelayanan yang diberikan oleh pengurus kepada jama'ah berupa pelayanan dari sebelum berangkat hingga sudah sampai di tanah suci. Pelayanan yang diberikan berupa tata cara haji dari mulai niat, wukuf dan seterusnya.

Peneliti juga menanyakan kepada pak Ashari selaku sekretaris tentang bagaimana cara pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dalam memberikan pelayanan kepada Jama'ah, Bapak Ashari mengatakan sebagai berikut:

"Jadi mbak, dalam melayani jama'ah tentunya kita berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Nah dalam pelayanan ini berupa bimbingan yang berkaitan dengan kegiatan ibadah haji. jadi nantinya kita akan bekal semua yang dibutuhkan dalam pelaksanaan ibadah haji. kita juga melakukan bimbingan ini mulai sebelum berangkat ke tanah suci, ketika di tanah suci hingga kepulangan ketanah air".<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa dalam pemasaran sebuah produk berupa jasa oleh KBIH Baitut Tamwil Pringsewu adalah sebuah pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu sesuai dengan apa yang jama'ah butuhkan. Pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Baitut Tamwil

---

<sup>7</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>8</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

Pringsewu mulai dari bimbingan sebelum haji, ditanah suci hingga bimbingan setelah ibadah haji.

## 2. Strategi Harga (*Price*)

Perihal harga yang diterapkan di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, Bapak Mursyid Nasir mengatakan sebagai berikut:

“biaya haji di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu ini mengikuti aturan dari pemerintah. Untuk biaya haji di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu mengikuti embarkasi Jakarta, hal ini dikarenakan jama’ah haji dari Jama’ah haji Provinsi Lampung tergabung dalam kloter 6 embarkasi Jakarta-Pondok Gede (JKG 06). Biaya haji embarkasi Jakarta pada tahun 2022 yaitu sebesar Rp. 39.886.000,-. Dan untuk di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu sendiri dapat dibayar Rp. 25.000.000,- dulu sebagai setoran untuk mendapatkan nomor porsi haji.”<sup>9</sup>

Bapak Ashari menambahkan bahwa perihal biaya yang dikeluarkan tersebut dengan mengatakan sebagai berikut:

“biaya-biaya yang dikeluarkan tersebut mencakup semua biaya penerbangan, biaya akomodasi di Mekkah dan Madinah, biaya hidup, dan biaya visa. Sedangkan untuk umroh pada dasarnya bergantung pada fasilitas dan musimnya (Bulan Biasa, Ramadhan, Akhir Ramadhan, Bulan Syawal). Jadi yang membedakan tersebut adalah fasilitas yang diterimanya, musimnya, lama perjalanan dan jumlah orang (sendiri, berdua, kelompok dan keluarga). Harga umroh mulai dari Rp. 29.000.000 hingga Rp. 55 Juta dengan Akomodasi hotel Sama Al-Masi (Setaraf Bintang 3) di Madinah dan AfwajTaubah (Setaraf Bintang 3) di Makkah”<sup>10</sup>

Selengkapnya untuk biaya umrah di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

---

<sup>9</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>10</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

**Tabel 4.2**  
**Biaya Umrah KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**

<b>Paket Umroh Biasa</b>	
<b>Rp29.000.000</b>	<b>9 Hari</b>
<b>Umroh Full Ramadhan</b>	
<b>Rp55.000.000</b>	<b>29 Hari</b>
<b>Umroh Awal Ramadhan</b>	
<b>Rp35.000.000</b>	<b>12 Hari</b>
<b>Umroh Akhir Ramadhan</b>	
<b>Rp45.000.000</b>	<b>17 Hari</b>
<b>Paket Umroh Syawal 2023</b>	
<b>Rp30.000.000</b>	<b>9 Hari</b>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa dalam hal ini sudah jelas di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu memberi harga untuk biaya haji ke tanah suci mengikuti aturan dari pemerintah yang disesuaikan dengan embarkasi Jakarta karena jama'ah haji dari Provinsi Lampung tergabung ke dalam kloter 6 Embarkasi Jakarta-Pondok Gede.

### **3. Strategi Promosi**

Promosi merupakan hal yang penting dalam pemasaran. Perihal promosi yang dilakukan KBIH Baitut Tamwil dalam menarik minat calon jama'ah haji, Bapak Mursyid Nasir menerangkan sebagai berikut:

“KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu mempromosikan produknya dengan *marketing* secara langsung dengan, mengupayakan untuk bisa berkomunikasi secara langsung dengan calon jama'ah sebagai sasaran dengan maksud untuk menimbulkan minat calon jama'ah sehingga mau untuk melakukan pendaftaran haji. Kami selaku pimpinan KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu menggerakkan seluruh pengurus agar menjadi *marketing* di luar tugas pokok mereka. Jadi setiap pengurus ikut serta untuk memasarkan dan menawarkan haji dengan cara mengajak secara langsung masyarakat sekitar yang sekiranya berminat untuk beribadah haji. Selain itu kami juga memanfaatkan alumni jama'ah haji sebagai perantara dengan calon

jama'ah haji. KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu sangat menjaga kualitas pelayanan sehingga Alhamdulillah banyak jama'ah yang puas dengan pelayanan kami. Dengan pelayanan yang berkualitas yang telah kami berikan kepada jama'ah, maka jama'ah akan memberi tahu kepada keluarga dan teman-temannya. Nah, jaringan alumni inilah yang paling kami utamakan dan kami manfaatkan sebagai strategi dalam meningkatkan calon jama'ah haji.”<sup>11</sup>

Senada dengan hal di atas, Bapak Ashari menambahkan sebagai berikut:

KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu mempersiapkan sistem pendukung dengan mempunyai daftar alumni jama'ah atau *referensi* alumni dan memanfaatkan hubungan yang telah terjalin baik dengan jama'ah haji. KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu sangat menjaga kualitas hubungan atau komunikasi dengan para alumni jama'ah, sehingga dari situ akan terjadi sebuah relasi antara KBIH dengan alumni jama'ah. Selain itu, KBIH Baitut Tamwil Pringsewu juga memberikan pelayanan maksimal kepada para jama'ah, sehingga jama'ah merasa puas. Denganselalu menjaga kualitas hubungan dan pelayanan yang baik, maka akan sangat menguntungkan bagi kami. Para alumni jama'ah secara otomatis akan memberikan rekomendasi kepada keluarga, tetangga dan teman-temannya.<sup>12</sup>

Perihal minimnya penggunaan media cetak dan media sosial sebagai media promosi, Bapak Mursyid Nasir mengatakan sebagai berikut:

“tidak digunakannya promosi dari media sosial dan media cetak karena kami belum memiliki SDM yang mumpuni dalam bidang tersebut. Selain itu, menurut kami promosi dari media sosial dan media cetak kurang dipahami oleh calon jama'ah karena calon jama'ah ini rata-rata sudah berumur tua. Selain itu, para calon jama'ah sudah banyak yang tahu seperti apa pelayanan yang kami berikan kepada jama'ah yang berasal dari alumni-alumni jama'ah haji dari KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Memang kami tidak menggunakan web khusus atau berupa brosur dalam pemasaran jasa haji ini dikarenakan kebanyakan dari calon jama'ah yang

---

<sup>11</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>12</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

bergabung sudah lansia dan beberapa dari mereka ada yang gaptek jadi yaa cukup dari siaran pas malam jum'at, atau dari cerita jama'ah yang sudah memakai jasa kami saja, begitu mbak.”<sup>13</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan di atas, strategi promosi yang dilakukan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang dilakukan dengan mulut ke mulut dari para alumni jama'ah haji. KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu mempersiapkan sistem pendukung dengan mempunyai daftar alumni jama'ah atau *referensi* alumni dan memanfaatkan hubungan yang telah terjalin baik dengan jama'ah haji melalui pelayanan maksimal kepada para jama'ah, sehingga jama'ah merasa puas, dengan begitu para alumni jama'ah secara otomatis akan memberikan rekomendasi kepada keluarga, tetangga dan teman-temannya untuk menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

#### 4. Strategi Lokasi

Lokasi yang digunakan dalam proses Pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu masih dalam lingkup Jl. Ki Hajar Dewantara Pringsewu Selatan. Sehingga jama'ah yang ingin mencari informasi terkait KBIH Baitut Tamwil Pringsewu bisa langsung mendatangi lokasi tersebut. Peneliti juga menanyakan kepada Mursyid Nasir terkait lokasi KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, Bapak Mursyid mengatakan sebagai berikut:

“Kantor KBIH Baitut Tamwil Pringsewu ini sedikit masuk ke dalam mbak, namun ketika masuk lewat Masjid Jami' KH. Shobiri langsung kelihatan, karena masjid tersebut juga termasuk kami yang mengelola dan kantor kami juga berada di sekitar masjid

---

<sup>13</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

tersebut. Jadi tujuan ditaruhnya kantor di sini adalah untuk memudahkan ketika ada jama'ah yang ingin mencari informasi terkait KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, jadi meskipun perlu masuk ke dalam tetapi mudah dicari karena dekat dengan Masjid K.H. Shobiri, dan di masjid tersebut juga ada plang Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu nya".<sup>14</sup>

Peneliti juga menanyakan kepada bapak Ashari tentang lokasi KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Bapak Ashari mengatakan sebagai berikut:

"Jadi mbak, dalam pemilihan lokasi kantor KBIH ini kami sengaja menempatkannya di sekitar Masjid Jami' KH. Shobiri karena tempat ini menurut kami strategis meskipun tidak termasuk di jalan besar. Namun meskipun bukan di depan jalan besar, lokasi ini cukup mudah dijangkau dan diakses karena masjid Jami' KH. Shobiri ini cukup terkenal di sekitar sini dan termasuk masjid yang cukup luas tempatnya. Masyarakat juga sudah tahu bahwa pengelola masjid ini juga dari KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu. Akses ke sini juga sudah bagus karena jalan sudah aspal semua dan di jalan depan diberi plang KBIH Baitut Tamwil Pringsewu".<sup>15</sup>

Berdasarkan dokumentasi yang peneliti lakukan di KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu, memang terbukti bahwa lokasi dari KBIH ini cukup masuk ke gang, namun jalannya sudah diaspal dan di depan gang juga sudah diberi plang KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, sebagaimana peneliti dokumentasikan dalam gambar sebagai berikut:

---

<sup>14</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>15</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

**Gambar 4.2**  
**Akses Lokasi KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**



Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa kantor KBIH Baitut Tamwil Pringsewu ini letaknya cukup strategis karena kantornya berada lingkungan Masjid Jami' KH. Shobiri yang cukup terkenal di daerah sekitar. Meskipun lokasinya bukan di depan jalan besar namun kantor KBIH Baitut Tamwil Pringsewu cukup mudah dijangkau dan diakses karena sudah jalan aspal dan di jalan depan diberi plang KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

### **C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Marketing dalam Meningkatkan Minat Jama'ah di KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu**

#### **1. Faktor Pendukung**

Berdasarkan hasil wawancara dengan penanggungjawab dan pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, didapatkan informasi bahwa

faktor pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jama'ah KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yaitu sebagai berikut:

a. Loyalitas Jama'ah Haji

Mengenai loyalitas jama'ah haji, Bapak Mursyid Nasyir mengatakan sebagai berikut:

“Yang menjadi faktor pendukung strategi pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yaitu adanya loyalitas jama'ah haji. Dengan loyalitas jama'ah haji setiap tahunnya jama'ah haji cukup banyak. Karena biasanya jama'ah haji ikut KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, maka nantinya anaknya, saudaranya diikutkan juga ke KBIH Baitut Tamwil Pringsewu ini.”<sup>16</sup>

Bapak Ashari menambahkan mengenai loyalitas jama'ah sebagai faktor pendukung dengan mengatakan sebagai berikut:

“Bentuk loyalitas jama'ah kepada KBIH Baitut Tamwil Pringsewu ini meliputi kesedian jama'ah untuk mengembangkan hubungan dengan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang selama ini sudah terjalin dengan sangat baik dengan adanya ikatan alumni KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Selain itu, jama'ah juga bersedia menggunakan kembali jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dengan merekomendasikan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu kepada orang lain, seperti kepada anaknya maupun keluarganya”.<sup>17</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa loyalitas jama'ah menjadi salah satu faktor pendukung dari strategi pemasaran di Baitut Tamwil Pringsewu yang meliputi kesedian jama'ah mengembangkan hubungan dengan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang terjalin dalam ikatan alumni dan kesediaan jama'ah

---

<sup>16</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>17</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

untuk merekomendasikan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu kepada orang lain, seperti kepada anaknya maupun keluarganya.

b. Adanya Ikatan Alumni Jama'ah Haji

Adanya ikatan alumni jama'ah haji menjadi salah satu faktor pendukung strategi pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

Mengenai hal ini Bapak Mursyid Nasir mengatakan sebagai berikut:

“adanya ikatan alumni jama'ah haji, yang setiap tahunnya mengadakan reuni dan biasanya kami pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang mendatangi acara reuni untuk sambuatan dan menjaga hubungan dengan para alumni jama'ah haji. Esensinya melalui reuni ini dapat mendatangkan segudang manfaat, yang salah satunya yaitu kami dapat memasarkan kembali mengenai keunggulan-keunggulan menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu apabila ada hal-hal yang baru yang perlu diketahui oleh alumni jama'ah, sehingga nantinya alumni tersebut dapat menceritakan dan menganjurkan kepada keluarga ataupun kepada siapa saja yang ingin berangkat haji agar menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu”.<sup>18</sup>

Bapak Ashari menambahkan bahwa adanya ikatan alumni ini memiliki segudang manfaat, ia mengatakan bahwa:

“jama'ah haji yang sudah menjadi alumni setelah mengikuti bimbingan haji merasa cocok, senang, dan puas dengan program dan pelaksanaan bimbingan haji yang diberikan oleh para pembimbing KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, kemudian mereka mengekspresikannya dengan berusaha merekomendasikan kepada keluarga, rekan dekat, tetangga, dan saudaranya untuk mengikuti bimbingan haji di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, sebagai jasa pemberangkatan haji”.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>19</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

Bapak Bambang Tohyadi, selaku jama'ah mengatakan sebagai berikut:

“Setelah pelaksanaan ibadah haji kita tetap bersilaturahmi mbak, salah satunya dengan pelaksanaan pertemuan rutin dengan membentuk acara arisan sesuai tahun angkatan alumni jama'ah masing-masing dan dilaksanakan secara bergiliran. Kegiatan itu bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi sesama alumni jama'ah dan pembimbing karena dari pihak KBIH Baitut Tamwil Pringsewu juga selalu datang ketika acara ini dilakukan.”<sup>20</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa adanya ikatan alumni jama'ah haji ini tidak hanya untuk sekedar bersilaturahmi antara jama'ah haji dengan jama'ah haji lainnya, namun dalam hal ini juga dapat menjadi media pendukung pemasaran karena dari pihak KBIH Baitut Tamwil Pringsewu juga datang pada acara rutin yang digelar oleh alumni sesuai tahun pemberangkatannya, sehingga terus terjaganya komunikasi dengan baik, baik itu dengan pihak KBIH Baitut Tamwil Pringsewu maupun dengan jama'ah lainnya.

c. Pemberian Pelayanan yang Maksimal

Perihal pemberian pelayanan kepada jama'ah haji di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, Bapak Mursyid Nasir mengatakan sebagai berikut:

“Pengurus yang bekerja di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu memiliki kemampuan dalam bidangnya masing-masing, seperti dalam bidang pelayanan, semuanya memiliki kemampuan yang berbeda-beda dan masing-masing harus mempertanggungjawabkan pekerjaannya. Contohnya pada saat proses pendaftaran, calon jama'ah yang mengalami kesulitan dalam

---

<sup>20</sup> Bambang Tohyadi, Jama'ah Hajid KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 19 Oktober 2022

pengisian formulir, pihak KBIH Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu akan membatu menuliskan data atau menjelaskan yang susah untuk dimengerti oleh calon jama'ah, hal ini dikarenakan untuk mempercepat proses data yang dilakukan.”<sup>21</sup>

Mengenai pelayanan yang diberikan, Bapak Ashari menambahkan sebagai berikut:

“Strategi pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dari segi pelayanan yang berorientasi kepada tingkat kepuasan jama'ah yang tinggi merupakan inti dari sasaran pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, yaitu membangun kepercayaan yang berlandaskan sikap amanah dan memberikan kesan citra positif dalam hati jama'ah. Semakin prima dan maksimal pelayanan yang kami berikan kepada para jama'ah maka akan semakin kuat pula upaya jama'ah untuk menyebarkannya kepada pihak lain hingga berkenan mengikuti jejak mereka menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu”.<sup>22</sup>

Bapak Mursyid Nasir menambahkan sebagai berikut:

“KBIH Baitut Tamwil Pringsewu berprinsip bahwa orang itu akan berkesan tergantung apa yang kita berikan, jika kita memberikan kesan yang baik maka dia akan melekat kesan baik begitu pun sebaliknya jika kita memberikan kesan buruk. Sebisa mungkin KBIH Baitut Tamwil Pringsewu memberikan pelayanan yang terbaik untuk jama'ah, sabar dan terus bersabar tanpa diminta atau pun disuruh jama'ah yang sudah merasakan pelayanan bimbingan disini pasti menyampaikan kepada saudara, keluarga, dan teman bahwa mengikuti KBIH Bismika itu sangat puas.”<sup>23</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa pelayanan yang maksimal merupakan salah satu faktor pendukung strategi pemasaran di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Strategi pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dari segi pelayanan

---

<sup>21</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>22</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>23</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

berorientasi kepada tingkat kepuasan jama'ah yang tinggi merupakan inti dari sasaran pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, yaitu membangun kepercayaan yang berlandaskan sikap amanah dan memberikan kesan citra positif dalam hati jama'ah.

Perihal minat jama'ah mendaftar di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, Bapak Ikhwan selaku salah satu calon jama'ah yang baru mendaftar mengatakan sebagai berikut:

“Awalnya saya mendaftar di KBIH ini karena saya diajak oleh kerabat saya mbak, pertamanya kan saya tidak tahu tentang apa itu nomor porsi yang ada dalam pemberangkatan haji di sini, yang hanya saya tahu, bahwa disini menerima pendaftaran jama'ah untuk haji. Awalnya saya bertemu dengan seorang pengurus, nah pengurus ini lah yang menjelaskan kepada saya tentang macam-macam persyaratan haji ini, saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak KBIH ini. Karena selain pembelajaran dalam manasik haji ringan, pelayanannya bagus dan ramah.”<sup>24</sup>

Bapak Mat Kusno, selaku alumni jama'ah haji, mengatakan sebagai berikut:

“Saya memilih KBIH Baitut Tamwil Pringsewu atas dasar kepuasan teman saya yang pernah mengikuti bimbingan disana mbak, dan saya begitu yakin bahwa rekomendasi dari alumni jama'ah itu sangat memuaskan sekali. Memang banyak KBIH lain yang ada di Pringsewu ini tetapi saya yakin bahwa bimbingan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu itu sangat memuaskan. Mulai dari pelayanan, pembimbingnya ramah, sabar, kalau saya sudah pasti masih ingin kembali ke KBIH Baitut Tamwil Pringsewu mbak kalau nanti dikasih rezeki lagi, tapi melihat aturan dari pemerintah, sepertinya masih harus menunggu lama untuk bisa mendaftar dengan masa tunggu yang lama pula.”<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Bapak Ikhwan, Calon Jama'ah Haji KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 19 Oktober 2022.

<sup>25</sup> Bapak Mat Kusno, Alumni Jama'ah Haji KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 19 Oktober 2022.

Bapak Bambang Tohyadi, selaku alumni juga mengatakan sebagai berikut:

“saya memilih KBIH Baitut Tamwil Pringsewu karena mendapatkan informasi dari kerabat. Saya merasa puas dengan apa yang saya terima dari segi pelayanan seperti dari awal pendaftaran, bimbingan, keberangkatan sampai pelaksanaann ibadah haji dan sesampainya di tanah Air.”<sup>26</sup>

Bapak Nur Amin selaku calon jama’ah haji yang mendaftar di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, mengatakan bahwa:

“saya menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu karena mendapatkan informasi dari atasan dan rekan-rekan kerja saya yang sudah menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Pelayanan yang saya terima di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu cukup memuaskan karena pengurusnya dalam melayani bersikap sopan santun dan mengarahkan kami dengan informasi yang jelas”.<sup>27</sup>

Bapak Hamdi, selaku calon jama’ah haji KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, mengatakan sebagai berikut:

“saya memilih jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu karena dekat lokasinya dan sudah mencari informasi bahwa dari tahun ke tahun makin banyak orang yang menggunakan jasa KBIH ini dan saya merasa puas dan nyaman dengan semua bentuk pelayanan yang saya terima namun saya hanya menyayangkan lokasi kantornya yang berada di dalam, meskipun untuk aksesnya sudah bagus, namun menurut saya kalau lokasinya di depan jalan besar pasti akan lebih banyak lagi peminatnya.”<sup>28</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada jama’ah di atas, dapat diketahui bahwa rata-rata para jama’ah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Namun

---

<sup>26</sup> Bapak Bambang Tohyadi, Alumni Jama’ah Haji KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 19 Oktober 2022.

<sup>27</sup> Bapak Nur Amin, Calon Jama’ah Haji KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 19 Oktober 2022.

<sup>28</sup> Bapak Hamdi, Calon Jama’ah Haji KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 19 Oktober 2022.

cukup disayangkan bahwa lokasi kantornya masuk ke dalam, meskipun akses masuknya sudah bagus, namun alangkah lebih baik kalau kantor terletak di depan jalan besa sehingga lebih banyak lagi peminatnya.

Perihal jumlah jama'ah dan calon jama'ah haji di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, Bapak Mursyid Nasir mengatakan sebagai berikut:

“Total keseluruhan dari awal operasional jama'ah, jumlah jama'ah yang sudah mendaftar yaitu 6036 orang dan baru 3011 jama'ah yang sudah diberangkatkan, sedangkan yang 3025 lagi itu calon jama'ah yang belum berangkat sisa dari pendaftaran tahun 2012 sampai dengan sekarang”<sup>29</sup>

Selanjutnya untuk jumlah jama'ah yang mendaftar dalam 5 tahun terakhir, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Data Jama'ah Haji Pendaftar KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**  
**Pada 5 Tahun Terakhir**<sup>30</sup>

No	Tahun	Jumlah Pendaftar
1	2018	91
2	2019	99
3	2020	42
4	2021	65
5	2022	112
Jumlah		409

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2018 jumlah pendaftar ada 91 jama'ah dan terjadi kenaikan pendaftaran di tahun 2019 dengan jumlah 99. Namun dikarenakan Covid-19 melanda dunia, maka terjadi penurunan di tahun 2020 dan tahun 2021 yaitu sebanyak 42 pendaftar pada tahun 2020 dan 65 pendaftar pada tahun 2021.

---

<sup>29</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>30</sup> Dokumentasi, Pendaftar KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, pada tanggal 19 November 2022

Sedangkan pada tahun ini, sampai dengan bulan November 2022 sudah ada 112 jama'ah yang mendaftar.

## 2. Faktor Penghambat

Faktor penghambat strategi marketing dalam meningkatkan minat jama'ah di KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu, menurut keterangan penanggungjawab dan pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yaitu sebagai berikut:

### a. Banyaknya Pesaing

Banyaknya pesaing KBIH ini menurut Bapak Mursyid Nasir menjadi salah satu penghambat strategi pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Mengenai hal ini Bapak Mursyid mengatakan sebagai berikut:

“ketatnya persaingan antara KBIH yang satu dengan KBIH yang lainnya yang berada di sekitar Pringsewu ini cukup menjadi penghambat karena banyak dari KBIH lain ini memiliki pelayanan yang sama sama bagus namun lokasinya lebih strategis dari KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Namun dalam hal ini KBIH Baitut Tamwil Pringsewu tidak mempermasalahkan hal tersebut, masalah jama'ah yang ingin ikut KBIH lain itu diserahkan keputusannya kepada mereka masing-masing. Untuk mengatasi hal ini, kami selalu mengedepankan pelayanan prima agar para calon jama'ah tetap berminat di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu”.<sup>31</sup>

Mengenai persaingan bisnis ini, Bapak Ashari mengatakan sebagai berikut:

“semakin banyaknya pesaing dengan berbagai keunggulan-keunggulan yang dimiliki, apabila kami tidak fokus dalam pelayanan, maka akan semakin kecil keberhasilan KBIH Baitut

---

<sup>31</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

Tamwil Pringsewu, oleh karenanya fokus pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu ialah melalui pelayanan alumni. Jadi kenapa kami memilih sasaran alumni, alumni itu kan sama saja dengan pelanggan kita, yang mana alumni disini menceritakan pengalaman mereka terhadap KBIH sehingga bagi orang lain juga tertarik oleh pengalaman alumni yang didapat. KBIH Baitut Tamwil Pringsewu berkomitmen fokus terhadap pelayanan alumni jama'ah, karena semakin banyaknya konsumen yang terpuaskan, semakin banyak pula konsumen yang tertarik untuk mendaftar haji di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.”<sup>32</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa salah satu faktor penghambat strategi pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu adalah banyaknya pesaing KBIH yang memiliki keunggulan-keunggulan tersendiri. Namun untuk mengatasi hal ini, KBIH Baitut Tamwil Pringsewu terus fokus pada pelayanan yang diberikan karena dari pelayanan kepada jama'ah. Selain itu, KBIH Baitut Tamwil Pringsewu berkomitmen akan fokus terhadap pelayanan alumni jama'ah, karena semakin banyaknya konsumen yang terpuaskan, semakin banyak pula konsumen yang tertarik untuk mendaftar haji di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu

b. Tidak Menggunakan Pemasaran Secara Online

Menurut Bapak Mursyid Nasir, faktor penghambat dalam strategi pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dari segi pemasaran secara online, ia mengatakan bahwa:

“kami tidak mempunyai blog website dan pemasaran melalui media online lainnya seperti facebook juga tidak ada, sehingga dalam melakukan pemasaran di dalam media online tidak ada

---

<sup>32</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

sama sekali. Hal ini tentu menjadi salah satu permasalahan karena saat ini banyak yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.”<sup>33</sup>

Bapak Ashari, juga mengatakan faktor penghambat pemasaran

dari pemasaran secara online ini, ia mengatakan bahwa:

“kami belum adanya promosi secara online yang tersusun secara terstruktur, sehingga masyarakat yang ingin mencari tahu tentang KBIH Baitut Tamwil Pringsewu harus mengunjungi tempatnya langsung, atau bisa juga sowan ke pengurus KBIH baitut Tamwil Pringsewu. Namun meskipun begitu, di Google Maps tempat kami ini sudah ada, jadi kalau ada masyarakat yang ingin mencari lokasi KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dapat melihat di Google Maps.”<sup>34</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa salah satu faktor penghambat pemasaran di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu adalah tidak adanya pemasaran secara online. Hal ini tentu menjadi permasalahan karena saat ini banyak yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan beberapa faktor penghambat di atas, pihak KBIH Baitut Tamwil Pringsewu juga menerapkan upaya dalam mengatasinya. Berdasarkan wawancara dengan penanggungjawab dan pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, upaya-upaya yang dilakukan dalam mengatasi faktor penghambat dalam penerapan strategi pemasaran yaitu sebagai berikut:

---

<sup>33</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>34</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

a. Mempertahankan Pelayanan yang Maksimal

Mengenai hal ini, Bapak Mursyid Nasir mengatakan sebagai berikut:

“guna mengatasi faktor penghambat yang dihadapi, kami selalu berusaha mempertahankan pelayanan yang maksimal kepada jama’ah. Hal ini merupakan suatu titik tombak dasar untuk pengembangan suatu pamarasan bagi KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dalam penanggulangan faktor penghambat. Kami selalu melandaskan diri dengan berprinsipkan pada pelayanan yang baik dan tertanam pada para pengurus KBIH agar bisa tetap menjalankan apa yang sudah diamanahkan oleh para jama’ah dalam bimbingan ibadah haji.”<sup>35</sup>

Bapak Ashari menambahkan sebagai berikut:

“dalam mengatasi hambatan yang terjadi dari segi pemasaran, kami mengatasinya dengan mempertahankan pelayanan yang diberikan, jadi kami selaku pengurus itu membentuk kerjasama yang baik dengan para pengurus KBIH yayasan Baitut Tamwil Pringsewu yang lain dengan melayani para calon jama’ah dengan baik, bersikap ramah, sopan, berusaha melayani konsumen dengan sepenuh hati, dari awal mereka masuk pintu, mengarahkan dalam hal pengisian formulir dan seterusnya sampai pada pembimbingan, pemberangkatan dan penjemputan”.<sup>36</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa guna mengatasi hambatan yang terjadi pada strategi pemasaran, KBIH Baitut Tamwil Pringsewu mengatasinya dengan mempertahankan pelayanan yang maksimal. Hal ini dilakukan dengan tetap mengutamakan nilai-nilai agama dan kemanusiaan seperti halnya bersikap ramah, sopan dan ikhlas dalam hal ini melayani dengan sepenuh hati.

---

<sup>35</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

<sup>36</sup> Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

b. Menjaga komunikasi dengan Alumni Jama'ah

Mengenai hal ini, Bapak Mursyid Nasir mengatakan sebagai berikut:

“Jasa haji KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu menjalin dan memperkuat kerjasama dengan para alumni jama'ah jasa haji KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu agar mereka dapat menginformasikan kepada keluarga atau rekan-rekannya bahwa haji di jasa haji KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu sangat memuaskan, baik dalam hal bimbingan ibadah maupun dalam hal pelayanan. Hal lainnya adalah memberdayakan alumni jama'ah luar Pringsewu agar dapat membuka perwakilan. Memang harga paket haji yang ditawarkan tidak terlalu murah, karena mengikut anjuran pemerintah, namun kepuasan yang didapatkan oleh calon jama'ah insyaaAllah dijamin memuaskan.”<sup>37</sup>

Bapak Ashari menambahkan sebagai berikut:

“Mempertakankan komunikasi dengan para jama'ah merupakan titik tombak mendapatkan perhatian yang terpatri ke dalam diri para jama'ah sehingga citra postif KBIH Baitut Tamwil Pringsewu selalu dikenal dan terjalin suatu kekeluargaan sehingga berdampak untuk kedepannya mendapatkan jama'ah baru karena atas rekomendasi para jama'ah yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diketahui bahwa menjaga komunikasi dengan alumni jama'ah merupakan salah satu cara untuk mengatasi penghambat dalam strategi pemsaraan. Dengan memperkuat jaringan melalui jaringan alumni ini akan bisa mencapai tujuan yaitu mendapatkan jama'ah baru karena atas rekomendasi para jama'ah yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

---

<sup>37</sup> Bapak Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, wawancara pada tanggal 18 Oktober 2022

#### **D. Analisis Strategi Marketing dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Pada Yayasan Baitut Tamwil di Pringsewu**

Strategi marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu dilakukan melalui strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi lokasi.

##### **1. Strategi Produk**

Pada strategi produk yang dilakukan oleh KBIH Baitut Tamwil Pringsewu adalah jasa sebuah pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu sesuai dengan apa yang jama'ah butuhkan. Pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Baitut Tamwil Pringsewu mulai dari bimbingan sebelum haji, ditanah suci hingga bimbingan setelah ibadah haji.

##### **2. Strategi Harga**

KBIH Baitut Tamwil Pringsewu memberi harga untuk biaya haji ke tanah suci mengikuti aturan dari pemerintah yang disesuaikan dengan embarkasi Jakarta karena jama'ah haji dari Provinsi Lampung tergabung ke dalam kloter 6 Embarkasi Jakarta-Pondok Gede. Harga tersebut tidak murah dan juga tidak mahal karena semua sudah dipatok oleh pemerintah.

##### **3. Strategi Promosi**

Strategi promosi yang dilakukan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang dilakukan dengan mulut ke mulut dari para alumni jama'ah haji. KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu mempersiapkan sistem pendukung dengan mempunyai daftar alumni jama'ah atau *referensi* alumni dan memanfaatkan hubungan yang telah terjalin baik dengan

jama'ah haji melalui pelayanan maksimal kepada para jama'ah, sehingga jama'ah merasa puas, dengan begitu para alumni jama'ah secara otomatis akan memberikan rekomendasi kepada keluarga, tetangga dan teman-temannya untuk menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

#### 4. Strategi Lokasi

Lokasi yang digunakan dalam proses Pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu masih dalam lingkup Jl. Ki Hajar Dewantara Pringsewu Selatan. Sehingga jama'ah yang ingin mencari informasi terkait KBIH Baitut Tamwil Pringsewu bisa langsung mendatangi lokasi tersebut. KBIH Baitut Tamwil Pringsewu ini letaknya cukup strategis karena kantornya berada lingkungan Masjid Jami' KH. Shobiri yang cukup terkenal di daerah sekitar. Meskipun lokasinya bukan di depan jalan besar namun kantor KBIH Baitut Tamwil Pringsewu cukup mudah dijangkau dan diakses karena sudah jalan aspal dan di jalan depan diberi plang KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

Selanjutnya faktor pendukung dan penghambat strategi marketing dalam Meningkatkan minat jama'ah di KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu yaitu sebagai berikut:

##### 1. Faktor Pendukung

###### a. Loyalitas Jama'ah Haji

Loyalitas jama'ah menjadi salah satu faktor pendukung dari strategi pemasaran di Baitut Tamwil Pringsewu yang meliputi kesediaan jama'ah mengembangkan hubungan dengan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu yang terjalin dalam ikatan alumni dan kesediaan jama'ah

untuk merekomendasikan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu kepada orang lain, seperti kepada anaknya maupun keluarganya.

b. Adanya Ikatan Alumni Jama'ah Haji

Adanya ikatan alumni jama'ah haji ini tidak hanya untuk sekedar bersilaturahmi antara jama'ah haji dengan jama'ah haji lainnya, namun dalam hal ini juga dapat menjadi media pendukung pemasaran karena dari pihak KBIH Baitut Tamwil Pringsewu juga datang pada acara rutin yang digelar oleh alumni sesuai tahun pemberangkatannya, sehingga terus terjaganya komunikasi dengan baik, baik itu dengan pihak KBIH Baitut Tamwil Pringswu maupun dengan jama'ah lainnya.

c. Pemberian Pelayanan yang Maksimal

Pelayanan yang maksimal merupakan salah satu faktor pendukung strategi pemasaran di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Strategi pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dari segi pelayanan berorientasi kepada tingkat kepuasan jama'ah yang tinggi merupakan inti dari sasaran pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, yaitu membangun kepercayaan yang berlandaskan sikap amanah dan memberikan kesan citra positif dalam hati jama'ah.

2. Faktor Penghambat

a. Banyaknya Pesaing

Salah satu faktor penghambat strategi pemasaran KBIH Baitut Tamwil Pringsewu adalah banyaknya pesaing KBIH yang memiliki

keunggulan-keunggulan tersendiri. Namun untuk mengatasi hal ini, KBIH Baitut Tamwil Pringsewu terus fokus pada pelayanan yang diberikan karena dari pelayanan kepada jama'ah. Selain itu, KBIH Baitut Tamwil Pringsewu berkomitmen akan fokus terhadap pelayanan alumni jama'ah, karena semakin banyaknya konsumen yang terpuaskan, semakin banyak pula konsumen yang tertarik untuk mendaftar haji di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

b. Tidak Menggunakan Pemasaran Secara Online

Satu faktor penghambat pemasaran di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu adalah tidak adanya pemasaran secara online. Hal ini tentu menjadi permasalahan karena saat ini banyak yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa strategi marketing Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu dilakukan melalui strategi produk, strategi harga, strategi promosi, dan strategi lokasi. Pada strategi produk yang dilakukan oleh KBIH Baitut Tamwil Pringsewu adalah jasa sebuah pelayanan. Pada strategi harga, KBIH Baitut Tamwil Pringsewu memberi harga untuk biaya haji ke tanah suci mengikuti aturan dari pemerintah, sehingga harga tersebut tidak murah dan juga tidak mahal karena semua sudah dipatok oleh pemerintah. Pada strategi Promosi KBIH Baitut Tamwil Pringsewu melakukannya dengan promosi mulut ke mulut dari para alumni jama'ah haji dengan mempersiapkan sistem pendukung dengan mempunyai daftar alumni jama'ah atau *referensi* alumni dan memanfaatkan hubungan yang telah terjalin

baik dengan jama'ah haji melalui pelayanan maksimal kepada para jama'ah, sehingga jama'ah merasa puas, dengan begitu para alumni jama'ah secara otomatis akan memberikan rekomendasi orang lain. Pada strategi lokasi, KBIH Baitut Tamwil Pringsewu ini letaknya cukup strategis karena kantornya berada lingkungan Masjid Jami' KH. Shobiri yang cukup terkenal di daerah sekitar. Meskipun lokasinya bukan di depan jalan besar namun kantor KBIH Baitut Tamwil Pringsewu cukup mudah dijangkau dan diakses karena sudah jalan aspal dan di jalan depan diberi plang KBIH Baitut Tamwil Pringsewu.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi marketing jasa haji KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu merupakan implementasi strategi marketing yang menggabungkan empat elemen bauran *marketing* ke dalam suatu program marketing agar dapat meningkatkan jumlah jama'ah haji pada jasa haji KBIH Baitut Tamwil Kabupaten Pringsewu. *product, price, promotion, dan place*. Pada strategi produk yang diutamakan adalah jasa sebuah pelayanan. Pada strategi harga mengikuti aturan dari pemerintah. Pada strategi dilakukan dengan promosi mulut ke mulut dari para alumni jama'ah haji Pada strategi lokasi, letaknya cukup strategis karena kantornya berada lingkungan Masjid Jami' KH. Shobiri yang cukup terkenal di daerah sekitar dan aksesnya sudah bagus karena jalannya sudah aspal semua.
2. Faktor pendukung dari strategi marketing KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dalam menari minat calon jama'ah yaitu loyalitas jama'ah haji, adanya ikatan alumni jama'ah haji, dan pemberian pelayanan yang maksimal. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu banyaknya pesaing dan tidak digunakannya pemasaran secara online.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dijelaskan pada bab sebelumnya dan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. KBIH Baitut Tamwil Pringsewu hendaknya selalu meningkatkan strategi pemasaran yang telah dilakukan agar keunggulan kompetitif yang dimiliki lebih banyak lagi.
2. Bagi KBIH Baitut Tamwil Pringsewu, agar menambah lagi SDM yang ada yang khusus menguasai bidang marketing, guna meningkatkan strategi pemasaran yang telah dilakukan.
3. KBIH Baitut Tamwil Pringsewu perlu membuat media sosial untuk media pemasaran seperti instagram, facebook, web, Youtube, dan lain sebagainya agar memudahkan calon jama'ah mengakses KBIH Baitut Tamwil Pringsewu dan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk pelaksanaan ibadah haji.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Ashafa, Burhan. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar. Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad dan Abdul Wahhab Sayyed Hawwas. *Fiqh Ibadah*. Jakarta: Amzah, 2015.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Departemen Pendidikan Nasional Indonesia. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Djazuli, A. dan Yadi Januari. *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat. Sebuah Pengenalan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Idri. *Hadis Ekonomi*. Jakarta: PT Kencana, 2015.
- Istianah. "Prosesi Haji dan Maknanya". *Jurnal Akhlak dan Tasawuf*. Vol. 2 No. 1 2016.
- Kasmir. *Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Kolter, Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Kurniawan, Gogi. *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Melalui Ecommerce*. Surabaya: Mitra Abisatya, 2020.

- Ma'had Alif Tarbiyah Mubalighin Muhammadiyah. *Pedoman Pendirian BTM*. Bandar Lampung, 2008.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Ni'mah, Ainun. "Strategi Pemasaran KBIH NU dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah Haji di Kabupaten Jepara". Skripsi. Semarang: UIN Walisongo, 2017.
- Noor, Muhammad. "Haji dan Umroh". *Jurnal Humaniora dan Teknologi*. Volume 4. Nomor 1. Oktober 2018
- Octaviani, Nuning. "Strategi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji KBIH Maqdis dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Calon Jama'ah Haji Tahun 2017". *Jurnal Ilmu Dakwah*. Vol.17 No. 1 Bandung 2017.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Saepurrahmat, dkk. "Implementasi Manajemen Promosi KBIH dalam Meningkatkan Minat Bimbingan Jama'ah Haji. *Anida Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*. Volume 17. Nomor 2, 2017. 183-202.
- Shaleh, Abdul Rahman dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2010.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Widyarini. "Manajemen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji KBIH". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. VII No. 2 Juni 2013.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Prilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Zikmund dan Babin. *Menjelajahi Riset Pemasaran Buku 1 Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2797/In.28.1/J/TL.00/07/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Liana Dewi Susanti (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **LIVIANA PUTRI**  
NPM : 1804010012  
Semester : 9 (Sembilan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh  
Judul : STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON  
JEMAAH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL DI PRINGSEWU

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 26 Juli 2022

Ketua Jurusan,



**Alva Yenica Nandavita M.E.Sy**  
NIP 19910617 201903 2 015

## **OUTLINE**

### **STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA'AH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL DI PRINGSEWU**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**NOTA DINAS**

**PERSETUJUAN**

**PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**ORISINAL PENELITIAN**

**MOTTO**

**PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Strategi Pemasaran
  - 1. Pengertian Strategi Pemasaran
  - 2. Fungsi Strategi Pemasaran
  - 3. Tahapan-Tahapan Strategi Pemasaran
  - 4. Macam-macam Strategi Pemasaran
  - 5. Faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran

- B. Minat Jama'ah
  - 1. Pengertian Minat Jama'ah
  - 2. Indikator Minat Jama'ah
- C. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji
  - 1. Pengertian Kelompok Bimbingan Ibadah Haji
  - 2. Fungsi dan Tugas Kelompok Bimbingan Ibadah Haji
  - 3. Pengertian Haji dan Umrah
  - 4. Syarat Wajib Haji dan Umroh
  - 5. Rukun Haji dan Umroh
  - 6. Sunnah-Sunnah Haji
  - 7. Larangan Haji

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Gambaran Umum Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu
  - 1. Sejarah Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu
  - 2. Visi dan Misi Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu
  - 3. Struktur Organisasi Yayasan Baitut Tamwil Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu
- B. Strategi Marketing dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Pada Yayasan Baitut Tamwil di Pringsewu
- C. Analisis Strategi Marketing dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Pada Yayasan Baitut Tamwil di Pringsewu

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Dosen Pembimbing



**Liana Dewi Susanti, M.E.Sy**  
NIDN. 2022128801

Metro, 12 Oktober 2022  
Peneliti



**Liviana Putri**  
NPM. 1804010012

## **ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)**

### **STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON JAMA'AH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL DI PRINGSEWU**

#### **A. Interview (Wawancara)**

##### **1. Wawancara dengan Ketua dan Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**

- a. Bagaimana sejarah dan perkembangan Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu?
- b. Bagaimana struktur organisasi Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu?
- c. Apa visi dan misi Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu?
- d. Strategi pemasaran apa yang digunakan oleh Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu?
- e. Apa yang menjadi penghambat dari strategi pemasaran yang digunakan oleh Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu?
- f. Apa yang menjadi pendukung dari strategi pemasaran yang digunakan oleh Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu?
- g. Ada berapa strategi pemasaran yang digunakan oleh Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu?

h. Berapa jumlah jemaah dan calon jemaah pada Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu?

**2. Kepada Alumni Jama'ah dan Calon Jama'ah KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**

- a. Darimana anda mengetahui ada Yayasan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil di Pringsewu ?
- b. Apakah yang membuat Bapak tertarik untuk mendaftar Haji pada Yayasan Baitut Tamwil Pringsewu Pringsewu ?

**B. Dokumentasi**

1. Profil sejarah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu Pringsewu
2. Visi dan misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu Pringsewu
3. Struktur organisasi pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Baitut Tamwil Pringsewu Pringsewu

Dosen Pembimbing



Liana Dewi Susanti, M.E.Sy  
NIDN. 2022128801

Metro, 12 Oktober 2022  
Peneliti



Liviana Putri  
NPM. 1804010012

## TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN ALUMNI JAMA'AH DAN CALON JAMA'AH HAJI DI KBIH BAITUT TAMWIL PRINGSEWU

### Pertanyaan:

1. Darimana Bapak Mengetahui Ada KBIH Baitut Tamwil Pringsewu?
2. Apakah yang Membuat Bapak Tertarik untuk Mendaftar Haji pada KBIH Baitut Tamwil Pringsewu?

No.	Nama Jama'ah	Jenis Jama'ah	Jawaban
1.	Bapak Mat Kusno	Alumni	Saya memilih KBIH Baitut Tamwil Pringsewu atas dasar kepuasan teman saya yang pernah mengikuti bimbingan disana mbak, dan saya begitu yakin bahwa rekomendasi dari alumni jama'ah itu sangat memuaskan sekali. Memang banyak KBIH lain yang ada di Pringsewu ini tetapi saya yakin bahwa bimbingan KBIH Baitut Tamwil Pringsewu itu sangat memuaskan. Mulai dari pelayanan, pembimbingnya ramah, sabar, kalau saya sudah pasti masih ingin kembali ke KBIH Baitut Tamwil Pringsewu mbak kalau nanti dikasih rezeki lagi, tapi melihat aturan dari pemerintah, sepertinya masih harus menunggu lama untuk bisa mendaftar dengan masa tunggu yang lama pula
2.	Bapak Bambang Tohyadi	Alumni	saya memilih KBIH Baitut Tamwil Pringsewu karena mendapatkan informasi dari kerabat. Saya merasa puas dengan apa yang saya terima dari segi pelayanan seperti dari awal pendaftaran, bimbingan, keberangkatan sampai pelaksanaann ibadah haji dan sesampainya di tanah Air

No.	Nama Jama'ah	Jenis Jama'ah	Jawaban
3.	Bapak Ihwan	Calon	Awalnya saya mendaftar di KBIH ini karena saya diajak oleh kerabat saya mbak, pertamanya kan saya tidak tahu tentang apa itu nomor porsi yang ada dalam pemberangkatan haji di sini, yang hanya saya tahu, bahwa disini menerima pendaftaran jama'ah untuk haji. Awalnya saya bertemu dengan seorang pengurus, nah pengurus ini lah yang menjelaskan kepada saya tentang macam-macam persyaratan haji ini, saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak KBIH ini. Karena selain pembelajaran dalam manasik haji ringan, pelayanannya bagus dan ramah
4.	Bapak Hamdi	Calon	Saya menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu karena mendapatkan informasi dari atasan dan rekan-rekan kerja saya yang sudah menggunakan jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu. Pelayanan yang saya terima di KBIH Baitut Tamwil Pringsewu cukup memuaskan karena pengurusnya dalam melayani bersikap sopan santun dan mengarahkan kami dengan informasi yang jelas
5.	Bapak Nur Amin	Calon	Saya memilih jasa KBIH Baitut Tamwil Pringsewu karena dekat lokasinya dan sudah mencari informasi bahwa dari tahun ke tahun makin banyak orang yang menggunakan jasa KBIH ini dan saya merasa puas dan nyaman dengan semua

<b>No.</b>	<b>Nama Jama'ah</b>	<b>Jenis Jama'ah</b>	<b>Jawaban</b>
			bentuk pelayanan yang saya terima namun saya hanya menyayangkan lokasi kantornya yang berada di dalam, meskipun untuk aksesnya sudah bagus, namun menurut saya kalau lokasinya di depan jalan besar pasti akan lebih banyak lagi peminatnya



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3506/ln.28/D.1/TL.00/10/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
PIMPINAN YAYASAN BAITUT  
TAMWIL PRINGSEWU  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3507/ln.28/D.1/TL.01/10/2022, tanggal 17 Oktober 2022 atas nama saudara:

Nama : **LIVIANA PUTRI**  
NPM : 1804010012  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di YAYASAN BAITUT TAMWIL PRINGSEWU, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON JEMAAH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL DI PRINGSEWU".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 17 Oktober 2022  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001

## **SURAT TUGAS**

Nomor: B-3507/In.28/D.1/TL.01/10/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **LIVIANA PUTRI**  
NPM : 1804010012  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di YAYASAN BAITUT TAMWIL PRINGSEWU, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT CALON JEMAAH HAJI PADA YAYASAN BAITUT TAMWIL DI PRINGSEWU".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 17 Oktober 2022

Mengetahui,  
Pejabat Setempat



Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001

Pringsewu, 19 Oktober 2022

Jl. KH Dewantara Komplek Masjid Shobari Kel. Pringsewu Selatan Kec. Pringsewu Kab Pringsewu

No : 010/YYS.BTP/2022

Lampiran : -

Kepada Yth.  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo  
Metro Timur

Perihal : **Pemberian Izin Research**  
Ref : Surat IAIN No. B-3506/In.28/D.1/TL.00/10/2022

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin ya robbal'alamin*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan Izin Research dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi , atas nama saudari :

Nama : Liviana Putri  
NPM : 1804010012  
Jurusan/Prodi : Manajemen Haji dan Umroh

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian dan Kerjasama yang baik selama ini diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Ketua Yayasan KBIIH Baitut Tamwil Pringsewu

  
(H. Mursyid Nasir)



The stamp is circular with a purple border. The outer ring contains the text 'YAYASAN BAITUT TANWIL' at the top and 'KABUPATEN PRINGSEWU' at the bottom. The inner circle contains the text 'KELOMPOK BERKEMAH IBADAH HAJI (KBIIH)' in the center.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1368/In.28/S/U.1/OT.01/11/2022**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

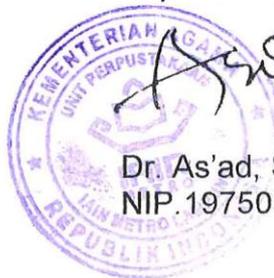
Nama : Liviana Putri  
NPM : 1804010012  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen Haji dan Umrah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1804010012

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 15 November 2022  
Kepala Perpustakaan



*As'ad*  
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me. f.  
NIP. 19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

---

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Liviana Putri  
NPM : 1804010012  
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh (MHU)

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Marketing dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Haji Pada Yayasan Baitut Tamwil di Pringsewu** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 24%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 13 Desember 2022  
Ketua Jurusan Manajemen Haji dan Umroh



**Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy.**  
NIP.199106172019032015







**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Liviana Putri

Jurusan/Fakultas : MHU / FEBI

NPM : 1804010012

Semester / TA : IX / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	13 Oktober 2022	ACC APD dan Outline	

Dosen Pembimbing

  
**Liana Dewi Susanti, M.E.Sy**  
NIP.

Mahasiswa Ybs,

  
**Liviana Putri**  
NPM. 1804010012





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id;E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : **Liviana Putri**  
NPM : 1804010012

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / MHU  
Semester / TA : IX / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 05 Desember 2022	<p>Untuk ditambahkan penjelasan observasi dibagian pak nasir (komentarnya?)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>keabsahan data Inovasi dicek ulang</li><li>komitmen akan</li><li>Penjelasan tentang lebih keunggulan <math>\approx</math> yg lain.</li><li>faktor upaya jika tidak ada dipertanyakan tidak usah di tulis.</li><li>Strategi <sup>langsung saja</sup> marketing dalam meningkatkan minat calon jemaah haji.</li><li>dijadikan satu tidak usah ditulis Pakan nomor ada 2 nomor dalam pembahasan</li><li>Strategi marketing ...</li><li>Faktor penghambat dan pendukung <sup>minat dari</sup></li><li>Strategi promosi penjelasan tidak ada</li><li>tidak ada teori lagi.</li><li>D. Analisis Strategi Marketing antara bab 2 dan</li><li>bagus &amp; disimpulkan</li><li>menyebutkan strategi marketing dibawah</li><li>analisis diberi kesimpulan : memakai bahasa sendiri</li><li>Kesimpulan diambil dari Analisis bahasa sendiri &amp; bukan teori</li></ul>	

Dosen Pembimbing

**Liana Dewi Susanti, M.E.Sy**  
NIDN. 2022128801

Mahasiswa Ybs.

**Liviana Putri**  
NPM. 1804010012



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.metrouniv.ac.id;E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : **Liviana Putri**  
NPM : 1804010012

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / MHU  
Semester / TA : IX / 2022-2023

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	13 Desember 2022	ACC <i>up dimunaqostahkan</i>	

Dosen Pembimbing

**Liana Dewi Susanti, M.E.Sy**  
NIDN. 2022128801

Mahasiswa Ybs.

**Liviana Putri**  
NPM. 1804010012

## FOTO DOKUMENTASI



**Foto 1. Wawancara dengan Mursyid Nasir, Penanggung Jawab KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**



**Foto 2 Wawancara dengan Bapak Ashari, Sekretaris KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**



**Foto 3 Wawancara dengan Bapak Bambang Tohyadi, Alumni Jama'ah KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**



**Foto 4. Wawancara dengan Bapak Mat Kusno, Alumni Jama'ah KBIH Baitut Tamwil Pringsewu**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Liviana Putri dilahirkan di Indolampung Perkasa Kecamatan Gedung Meneng Kabupaten Tulang Bawang pada tanggal 07 November 1999, anak kedua dari tiga bersaudara pasangan Bapak Sudiono dengan Ibu Tuminah.

Pendidikan peneliti tempuh pada jenjang pendidikan dasar di SD Abadi Perkasa Tulang Bawang selesai pada tahun 2012. Lalu dilanjutkan pada pendidikan sekolah menengah pertama di SMP Abadi Perkasa Tulang Bawang, selesai pada tahun 2015. Sedangkan pendidikan menengah atas peneliti tempuh di SMA Negeri 1 Pringsewu, selesai pada tahun 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan pada Jurusan Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2018/2019.