# STRATEGI PEMASARAN IBADAH HAJI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH (STUDI KASUS KBIH ASSALAMAH KOPENA KOTA PEKALONGAN)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)


Oleh :

**OKTA KHOIRUL ANAM**
**NIM. 2013114233**



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**
**2019**

**SURAT PERNYATAAN**
**KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Okta Khoiril Anam**

NIM : **2013114233**

Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Ibadah Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah (Studi Kasus KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan )**

menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 14 November 2019

Yang Menyatakan,

Okta Khoirul Anam

NIM. 2013114233

## NOTA PEMBIMBING

**Tamamudin ,SE ,MM.**
Jl. KH. A. Dahlan No.3 Tirto Pekalongan

Lamp. : 2 (dua) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Okta Khoirul Anam

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
*c.q.* Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Okta Khoirul Anam |
| NIM | : | 2013114233 |
| Jurusan | : | Ekonomi Syariah |
| Judul | : | STRATEGI PEMASARAN IBADAH HAJI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH (Studi Kasus KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan) |

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.
*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 14 November 2019
Pembimbing,

**Tamamudin, SE ,MM.**
**NIP. 197910302006041018**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan Rowolaku No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan, Telp. (0285) 412575, Fax. (0285) 423418
Website : febi.iainpekalongan.ac.id Email : febi@iainpekalongan.ac.id

# PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : OKTA KHOIRUL ANAM

NIM : 2013114233

Judul : STRATEGI PEMASARAN IBADAH HAJI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH (STUDI KASUS KBIH ASSALAMAH KOPENA KOTA PEKALONGANG)

Telah diujikan pada hari Kamis, 14 November 2019 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

| **Penguji I** | **Penguji II** |
|---|---|
| **Drs. H. Achmad Tubagus Surur, M.Ag** | **Siti Aminah Caniago, M. Si** |
| **NIP. 19691227199803 1 004** | **NIP. 196809072006040 2 001** |

Pekalongan, 14 November 2019

Disahkan oleh Dekan,

**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.**
**NIP. 19750220 199903 2 001**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

   Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

   Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

| HurufArab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|---|---|---|---|
| ا | alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | ba | B | Be |
| ت | Ta | T | Te |
| ث | Sa | ṡ | es (dengan titik di atas) |
| ج | jim | J | Je |
| ح | ha | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | kha | Kh | ka dan ha |
| د | dal | D | De |
| ذ | zal | Z | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Ra | R | Er |
| ز | zai | Z | Zet |
| س | sin | S | Es |
| ش | syin | Sy | es dan ye |
| ص | sad | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| ض | dad | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | Ta | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ظ | za | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |

| | | | |
|---|---|---|---|
| ع | ‘ain | ’ | Koma terbalik (di atas) |
| غ | gain | G | Ge |
| ف | Fa | F | Ef |
| ق | qaf | Q | Qi |
| ك | kaf | K | Ka |
| ل | lam | L | El |
| م | mim | M | Em |
| ن | nun | N | En |
| و | wau | W | We |
| ه | ha | H | Ha |
| ء | hamzah | ` | Apostrof |
| ي | ya | Y | Ye |

2. Vokal

| Vokaltunggal | Vokalrangkap | Vokalpanjang |
|---|---|---|
| أ = a | | أ = ā |
| أ = i | أ ي = ai | إي = ī |
| أ = u | أو = au | أو = ū |

3. *Ta Marbutah*

*Ta marbutah* hidup dilambangakan dengan /t/

Contoh :

**مر أة جميلة** ditulis *mar’atun jamīlah*

*Ta marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

**فا طمة** ditulis *fātimah*

4. *Syaddad* (*tasydid,* geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

**ر بنا** ditulis *rabbanā*

**البر** ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

| | | |
|---|---|---|
| **الشمس** | ditulis | *asy-syamsu* |
| **الر جل** | ditulis | *ar-rojulu* |
| **السيد ة** | ditulis | *as-sayyidah* |

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

| | | |
|---|---|---|
| **القمر** | ditulis | *al-qamar* |
| **البد يع** | ditulis | *al-badi’* |
| **الجلا ل** | ditulis | *al-jalāl* |

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

| | | |
|---|---|---|
| **أ مرت** | ditulis | *umirtu* |
| **شيء** | ditulis | *syai’un* |

## PERSEMBAHAN

Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelaisaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Terimakasih kepada Allah yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehinga penulias dapat menyelaisaikan skripsi, serta tidak lupa sholawat serta salam penulis junjungan kepada Nabi Muhammad SAW.
2. Untuk Ayahku Abdullah dan Ibuku Fatonah, terimaksihku ucapkan atas semangat yang telah diberikan kepadaku, serta kasih sayang yang tidak ada habisnya, adan doa yang senantiasa kalian panjatkan untukku, sehingga skripsi ini dapat terselaisaikan.
3. Untuk kepala KBIH Assalamah Kopena pekalongan
4. Terimakasi kepada dosen pembimbing saya yang selalu membimbing skripsi saya sampai akhir H. Tammamudin
5. Terimaksih untuk semua pegawai KBIH Assalamah Kopena Pekalongan
6. Untuk Hikmah Kurniawati yang selalu memberikan semangat
7. Untuk teman-teman : Nurul Handika, Krisyanto, Nouval, Umar, Budi, terimakasih atas dukungan kalian
8. Terimakasih teman-teman seperjuangan Ekosy 2014.

## MOTTO

”maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan“

(Q.S Al-Insyirah :5)

” jangan mudah menyerah selagi kita masih bisa”

(penulis)

# ABSTRAK

**Okta Khoirul Anam (2013114233), 2019. Strategi Pemasaran Ibadah Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah (Studi Kasus KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan). Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing H. Tamammudin SE, MM.**

Strategi Pemasaran Ibadah Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah (studi kasus KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan), yang dijabarkan dalam beberapa rumusan masalah yaitu Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan, Apa saja faktor penghambat dan pendukung KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan dalam strategi pemasaran.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (file reseaarch) denag metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif. Dengan sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer yang di peroleh dari hasil wawancara maupun obserfasi langsung dengan pimpinan kantor karyawan, dan jamaah, sera sumber data sekunder yang diperoleh dari beberapa literatur yang relavan dengan pembahasan penelitian. Metode pengumpulan data yaitu meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk selanjutnya data yang terkumpul dianalisis melalui penyajian data dan abru kemudian dilakukan penarikan simpulan

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan dapat meningkatkan jumlah jamaah dilihat dari tahun-ketahun. KBIH Assalamah Kopena dapat meningkatkan jumlah jamaahnya dengan menerapkan *marketing mix* 7P, *product, price, place promotion, people, process, dan physical evidence*. Produk yang ditawarkan berfariasi dengan harga yang beraneka ragam sesuai dengan faselitas yang diinginkan. Promosi yang dilakukan melalui, televisi, rasidio, koran, brosur, dan internet. Temapat yang sangat strategis. Pegawai dilatih untuk melayani sepenuh hati setiap hari terhadap jamaah. Karyawan diharapkan mampu berpakaian dengan sopan sesuai peraturan, supaya karyawan tersebut menjadi pandai dalam setiap apa yang ia kerjakan. Pelayanan yang ramah, tidak sombong dan harus bisa membantu kesulitan jamaah saat melakukan adminitrasi.Yang didukung dengan sumber daya (SDM) yang memadai seta faselitas yang diberikan cukup luas.



**Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bimbingan Haji, 7P**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Strategi Pemasaran Ibadah Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah (Studi Kasus KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan)"** dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.

Dalam penulisan skripsi ini ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Bapak Agus Fakhrina, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
3. Bapak Tammamudin, S.E, M.M., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan dan sekaligus sebagai Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, dan dukungannya.
4. Ibu Marlina selaku Dosen Wali.
5. Bapak H. Romadhon Abdul Djalil selaku Pimpinan Kantor KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di KBIH Assalamah Kopena
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala bentuk bantuan baik moril maupun materil saya mengucapkan terimakasih.

Kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahan yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya.

Pekalongan, 14 November 2019

Penulis,

**Okta Khoirul Anam**

NIM. 2013114233

## DAFTAR ISI


**HALAMAN JUDUL ..... i**
**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN ..... ii**
**NOTA PEMBIMBING ..... iii**
**LEMBAR PENGESAHAN ..... iv**
**PEDOMAN TRANSLITERASI ..... v**
**PERSEMBAHAN ..... viii**
**MOTTO ..... ix**
**ABSTRAK ..... x**
**KATA PENGANTAR..... xii**
**DAFTAR ISI ..... xiii**
**DAFTAR TABEL ..... xvi**
**DAFTAR GAMBAR ..... xvii**
**DAFTAR LAMPIRAN ..... xviii**
**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**
A. Latar Belakang Masalah..... 1
B. Rumusan Masalah ..... 7
C. Tujuan Penelitian ..... 7
D. Manfaat Hasil penelitian ..... 7
E. Sistematika Penulisan ..... 8
**BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 10**
A. Landasan Teori ..... 10
1. Strategi Pemasaran ..... 10
a. Pengertian Pemasran..... 10
b. Pengertian Strategi Pemasarn ..... 13
c. Tujuan Pemasaran ..... 16
2. Sistem Pemasaran ..... 17
a. Segmentation ..... 18
b. Targeting ..... 20

c. Posisioning ..... 21
3. Bauran Pemasaran ..... 22
a. Product ..... 23
b. Place ..... 25
c. Price ..... 27
d. Promotion ..... 29
e. People ..... 34
f. Process ..... 37
g. Phycical Evidence ..... 39
4. Strategi Pemasaran Syariah ..... 39
a. Pengertian Pemasaran Syariah ..... 39
b. Prinsip-prinsip Pemasaran Syariah ..... 41
c. Karakteristik Pemasaran Syariah ..... 46
d. Nilai Pemasaran Syariah ..... 47
B. Penelitian terdahulu ..... 48
**BAB III METODE PENELITIAN ..... 52**
A. Pendekatan penelitian ..... 52
B. Lokasi Penelitian ..... 53
C. Subjek Dan Objek Penelitian ..... 54
D. Sumber Data Penelitian ..... 54
E. Metode Pengumpulan Data ..... 55
F. Uji Kebsahan Informasi ..... 56
G. Teknik Analisis Data ..... 57
**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 60**
A. Gambaran umum KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan ..... 60
B. Analisi Terhadap Strategi Pemasaran KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalonagan ..... 65
C. Faktor-faktor Kelebihan dan Kekurangan Strategi Pemasaran KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan ..... 88
**BAB V PENUTUP ..... 90**
A. Kesimpulan ..... 90

B. Saran ..... 91
**DAFTRAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Jamaah Haji Yang Ada di Kota Pekalongan
Tahun 2016-2018 ..... 6

## DAFTAR GAMBAR

6.1 Surat Izin Penelitian ..... 108
6.2 Surat Bukti Penelitian ..... 109
6.3 Brosusr Pendaftaran Ibadah haji ..... 110
6.4 Brosur KBIH Assalamah Kopena ..... 110
6.5 Wawancara Pribadi Dengan Bapak Adib..... 111

## DAFTAR LAMPIRAN

6.1 Pedoman Wawancara ..... 97
6.2 Hasil Observasi ..... 98
6.3 Surat Pengantar Penelitian dari Kampus..... 108
6.4 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian..... 109
6.5 Dokumentasi Penelitian ..... 110
6.6 Daftar Riwayat Hidup ..... 112

# BAB 1

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.[1]

Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai, wawasan tentang pemasaran menjadi penting bagi perusahaan pada saat dihadapkan pada beberapa permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh turunnya daya minat konsumen terhadap produk ataupun jasa sehingga melambatnya perusahaan untuk berkembang.[2] Pemasaran merupakan bagian penting dalam kehidupan seorang muslim dan bisa dijadikan katalisator hubungan transcendental muslim dengan tuhannya. Dengan kata lain bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang muslim dalam kehidupan ekonomi.

[1]Basu Swastha DH, *Azas-azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm. 17

[2] Nurul huda, hamid khudori , Rizal pahlevi, Baddrusadyah dea mazaya dian sugiarti *Pemasaran syariah teori dan aplikasi (*Jakarta, PT Karisma Utama, 2017)hlm : 1

Strategi pelayanan sendiri hal yang perlu mendapat perhatian khususnya tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan, karena tanpa memperhatikan faktor tingkat kepuasan pelanggan maka perusahaan hanya bisa menjaring konsumen saja, tetapi belum bisa menggaet konsumen menjadi pelanggan. Dengan penelitian strategi yang tepat. Berarti perusahaan telah memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan. Dorongan yang bersifat rasional, yakni harga yang sesuai, pelayanan yang memuaskan, dan mendesaknya kebutuhan. Sedangkan dorongan konsumen yang bersifat emosional adalah memelihara status dan ingin melindungi diri dari apa yang di khawatirkan adanya kedua dorongan tersebut menyebabkan konsumen berusaha untuk memuaskan kebutuhandan keinginan atas pembelian barang dan jasa. Hal ini menimbulkan kewajiban tertentu bagi perusahaan untuk memberi kepuasan yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia, sekitar 80% penduduk Indonesia adalah muslim. Pada umumnya masyarakat muslim Indonesia melaksanakan ibadah haji menuju Masjidil Haram di Arab Saudi melalui KBIH Assalamah Kopena atau sebuah perusahaan yang khusus menyelenggarakan jasa perjalanan Ibadah haji yang banyak tersebar di Indonesia. KBIH Assalamah menyediakan berbagai fasilitas yang memudahkan jamaah, sehingga konsentrasi jamaah hanya pada pelaksanaan ibadah haji saja di Masjidil Haram di Mekkah dan Madinah.[3]

[3] Reyhan Risqullah Manggabarani, *Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Peningkatan Daya Saing Dalam Memilih Paket Umroh Pada Biro Perjalanan Pt. Maktour Di Makassar* (Universitas Hasanudin, Fakultas ekonomi dan bisnis islam) Skripsi 2014

Haji merupakan ibadah yang sangat istimewa bagi umat islam dan hukumnya fardhu ain bagi muslimin dan muslimah yang telah mampu atau sanggup mengerjakannya.[4] Kewajiban haji adalah kewajiban yang harus di tunaikan satu kali dalam seumur hidup yaitu bagi mereka yang beragama islam, baliqh, mumayis, berakal sehat dan bagi yang mampu untuk melaksanakannya. Ibadah haji merupakan ibadah yang nyata dan persaudaraan antar muslim sedunia, haji merupakan mu'tamar tahunan atau silahturahmi akbar dimana mereka dapat bertukar pengalaman, menyatukan visi dan presepsi progam dan ajuan memajukan islam di negeri masing-masing setelah mereka kembali dari ibadah hajinya. Umrah juga merupakan suatu ibadah yang dianjurkan setiap muslim yang mampu. Menghadapi persaingan usaha di bidang jasa ibadah haji, pihak perusahaan KBIH Assalamah Kopena menerapkan strategi pemasaran yang memahami bahwa melalui strategi yang kuat akan mudah memenangkan persaingan dalam merebut daya saing. Strategi yang diterapkan meliputi strategi marketing mix. Strategi ini diterapkan dalam rangka meningkatkan daya saing dalam memilih paket ibadah haji pada KBIH Assalamah Kopena. Strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing konsumen dalam memilih paket perjalanan ibadah haji.

Agar mampu melewati target yang ditetapkan, sehingga penting untuk diketahui pengaruh penerapan strategi pemasaran yang dilihat dari aspek segmentasi, target dan posisi pasar terhadap peningkatan daya saing. KBIH

[4] M. Hasbi ash-Shiddieqy, Pedoman Haji, Cet.Ke-1 (Semarang : Pustaka Rizki Putera,2009), hlm.1

Assalamah Kopena Kota Pekalongan merupakan salah satu perusahaan perjalanan ibadah haji. Dalam menjalankan usahanya KBIH Assalamah Kopena harus mampu bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama. Untuk itu perusahaan menerapkan daya saing sebagai arah untuk menciptakan berbagai peluang pasar yang dapat menguntungkan. Perusahaan harus banyak meningkatan kualitas serta kreatifitas dan inovasi agar mampu bersaing dengan jasa perjalanan ibadah haji.

Dalam pelaksanaan ibadah haji pemerintah sebagia penyelenggara ibadah haji dalah hal ini kementrian agama bekerja sama dengan masyarakat yang dapat melakukan bimbingan ibadah haji dengan dilakukan secara individu atau kelompok. Dari sinilah kemudian lahir Kelompok Bimbingan Haji (KBIH) yang berdasarkan Undang-Undang .Bimbingan jama'ah haji merupakan bagian dari pembinaan, pelayanan, dan perlindungan terhadapan jamaah haji yang menjadi salah satu tugas pemerintah sebagaimana amanat Undang-undang Nomer 13 Tahun 2008 tentang penyelanggara ibadah haji.

KBIH Assalamah berkembang dan dapat mendirikan perusahaan Perseroan Terbatas (PT) yang di beri nama Barokah Investasi KOPENA dimana sebagai salah satu cara untuk lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat Pekalongan dan sekitarnya terhadap kami. Berawal dari di dirikannya KBIH Assalamah Pekalongan yang berpusat satu-satunya di Kota Pekalongan dan sudah mendapat Ijin Operasional Dirjen

Penyelenggaraan Haji dan Umroh No. D/416 Tahun 2012 . Pada tahun 2014 telah di dirikanlah PT AL BAIKA ( Barokah Investasi Kopena).

Masyarakat Kota Pekalongan kala itu juga meningkat dalam mempersiapkan pelaksanaan ibadah Haji baik dari tahun ketahun. Lantas kondisi seperti ini menginspirasikan kepada HM Saelany untuk putar otak dengan melakukan pendekatan kepada beberapa pihak baik ulama maupun para pengusaha untuk menawarkan gagasan pelayanan bidang haji yang belum tergarap oleh warga nahdliyin di Kota Pekalongan. Inisiatif cerdas tersebut disambut baik oleh para ulama dan pada tahun 1993 menggandeng PCNU Kota Pekalongan serta mengundang seluruh ulama antara lain : KH Ghufron Achid, KH Zaenuri Zaenal Mustofa, KH Mudzakir Ashuri, KH Akrom Sofwan, KH Sakdullah Nahrowi , KH Maskur dan para ulama lainnya memproklamirkan berdirinya KBIH Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Kota Pekalongan khususnya bagi warga nahdliyin. KH Mudzakir Asyhuri mengusulkan nama ASSALAMAH untuk nama KBIH itu, akhirnya dapat disepakati di forum. Dari tahun ketahun, kepercayaan masyarakat Pekalonagan dan sekitarnya kian meningkat bersama KBIH Assalamah KOPENA. Perkembangan KBIH Assalamah KOPENA karena kerja keras bersama dari tiap pengurus yang kita gandeng sebagai kendaraan pelaksanaan ibadah umroh juga terpercaya.

Tabel 1.1

Jumlah jamaah Haji yang ada di Kota Pekalongan dari Tahun 2016-2018 :

| Tahun | PT. Alfairus | PT. Najah | KBIH Assalamah |
|---|---|---|---|
| 2016 | 1 | 12 | 133 |
| 2017 | - | 17 | 153 |
| 2018 | 6 | 11 | 151 |

*data kantor pt. alfairus, kantor pt. Najah, kantor kbih assalamah*

Dari data yang sudah didapat, dapat dilihat dari 3 penyelenggaraan ibadah haji yang ada di Kota pekalongan yaitu pada Tahun 2016-2018 , bahwa selama 3 tahun berkala semakin banyak warga pekalongan yang minat dalam melakukan ibadah haji, sehingga berdampak pada KBIH Assalamah Kota Pekalongan pada tahun 2016 jamaah haji sebanyak 153, pada tahun 2017 jumlah haji sebanyak 153, tahun 2018 jamaah haji sebanyak 151, dan pada tahun 2017 jamaah haji mengalami penurunan.

KBIH Assalamah Kopena sendiri mempunyai beberapa kelebihan selain sudah banyak di kenal oleh masyarakat kota pekalongan karena KBIHnya, perusahaan ini juga mempunyai beberapa produk unggulan yang tidak kalah dengan PT NAJAH cabang kota Pekalongan dan PT Alfairus Permata Mulia Pekalongan.

Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **"STRATEGI PEMASARAN**

**IBADAH HAJI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH" (Studi Kasus KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan).**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagaiberikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan?
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan dalam strategi pemasaran?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran jamaah haji KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung jamaah haji KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan

## D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian "strategi pemasaran ibadah haji dalam upaya meningkatkan jumlah jama'ah (Studi kasus KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan)" adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis.

   Penelitian ini di harapkan di jadikan sumber pengetahuan dan rujukan bagi semua pihak yang inin mendalami ilmu strategi pemasaran

(*marketing mix*) khususnya bagi pihak ibadah haji dalam memaparkan strategi pemasaran

2. Secara praktisi,

   Penelitian ini memberikan gambaran tentang tingkat perkembangan hasil dari penelitian ini di harapkan dapat di jadikan acuan oleh lembaga yang bergelut di bidang jasa, khususnya pada kbih assalamah kopena dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah di masa yang akan datang.

## E. Sistematika Penulis

Sistematika penulisan penelitian "Strategi pemasaran ibadah haji dalam upaya meningkatkan jumlah jama'ah (Studi Kasus Kbih Assalamah Kota Pekalongan)" terbagi menjadi lima bab.

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan-penjelasan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam bab-bab. Penjelasan tersebut dirinci dengan urutan sebagai berikut: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang relavan dengan fokus penelitian sekripsi yaitu pengertian strategi pemasaran, sistem

pemasaran, bauran pemasaran *(marketing mix)*, pemasaran syariah, penelitian terdahulu.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan informasi dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini disajikan hasil penelitian serta pembahasan mengenai, strategi pemasaran ibadah haji dalam upanya meningkatkan jumlah jamaah di KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan.

**BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan berupa butir-butir bernomor yang konsisten dengan rumusan masalah dan analisis masalah. Sedangkan saran merupakan rekomendasi dari penulis kepada pihak-pihak tertentu yang berkaitan dengan penelitian.

# BAB V

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan strategi pemasaran KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan maka dapat disimpulkan bahwa KBIH Assalamah Kopena telah menjalankan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 7p yaitu *product*, (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (proses), *phsycal evidence* (bukti fisik).

Secara keseluruhan penerapan Strategi pemasaran KBIH Assalamah Kopena sangat efektif dan efisien dalam program strategi pemasaran. Produk yang ditawarkan berupa paket ibadah haji plus yang sangat menarik kepada calon jamaah haji, Dalam strategi harga tidak bertentangan dengan syariat islam dan sesuai dengan etika pemasaran dalam konteks harga, karena selain terjangkau dan sesuai dengan daya beli masyarakat harga yang ditentukan juuga dipengaruhi oleh mekanisme pasar yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang berlangsung secara sukarela serta tidak menjatuhkan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Pada biaya haji sesuai dengan selera jamaah atau harganya lebih murah pada umumnya. Selain itu juga KBIH Assalamah Kopena mempromosikan melalui media internet seperti, website, bloger, sosial media, brosur, pamlet, serta baliho yang ada dipinggir jalan. Tempat berada di lingkungan Kota Pekalongan yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh para calon

jamaah. Dimana para pegawai dilatih untuk melayani sepenuh hati setiap hari terhadap jamaah. Karyawan diharapkan mampu berpakaian dengan sopan sesuai peraturan. Dalam hal proses memberikan pelayanan yang baik dan selalu melakukannya dengan bertanggung jawab penuh. Kantor yang sudah tertata rapi, berAC dan bersih. Para pegawai KBIH Assalamah Kopena selalu menjaga penampilan agar tetap rapi.

## B. Saran

1. Sebagai perusahaan dalam bidang jasa disarankan untuk pihak pengelola membuat meningkatkan wawasan dan menerapkan ide-ide dalam pemasaran
2. Dalam strategi pemasaran KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan menunjukan perlunya merekrut tenaga kerja yang berkualitas dan berpengalaman serta berkompeten, sehingga selalu memberikan ide dan iovasi terbaru untuk meningkatkan jumlah jamaahnya.

# DAFTAR PUSTAKA

## BUKU


Abdullah Amrin. 2014. *Asuransi Syariah* (Jakarta, PT Elex Media Komputindo)hlm.215

Andi Prasetyo. 2014. *Memahami Metode Peneltian.* Yogyakarta : A Ruzz Media

Al-ZaZiri, Abdul Rahman. 1996. *Fiqih Empat Madzab*. Jakarta: Darul Ulum Press

Basu Swastha DH. 2005. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty

Buchari Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Buchari Alma. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta

Endah Prapti Lestari. 2011. *Pemasaran Strtegik*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. 2016. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka

Husain Umar. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers

Hadani Nawani. 2000. *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

Indriyo Gitosudarmo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. edisi kedua.Yogyakarta: BPFE

Ifham Sholihin Ahmad. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia

Irwan Dani. 1999. *Bagaimana Memperbaiki Pemasaran*. Jakarta: SMT Grafika Desa Putra

Idri. 2015. *Hadis Ekonomi. Edisi 1*. Jakarta: Premadamedia

Jajat Kristanto. 2011. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Erlangga

Jujun, S. Suriah Sumantri dan Andi Hakim Nasoetion. 2001. *Filsafat ilmu Sebuah Pengantar populer*. Surabaya : Pustaka Sinar Harapa

Jacky Mussry dkk. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran Hermawan Kartajaya*. Jakarta: Erlangga

Kuat Ismanto. *2009. Manajemen Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Muhammad Fuad Abdul Baqi. *Al-Mu'jam al-Mufahras li Alfadzi al-Qur'an al-Karim*. Kairo: Dar al-Hadisth

Muhammad Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah marketing*. Bandung: Mizan

M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur. 2012. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Ar- Ruzz Media

M. Suyanto.*Bussines strategy & Ethics.* Yogyakarta: Cv. Abadi Offset

Nana Herdiana Abdurrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia

Nana Herdiyana Abdurrahman. 2017. *manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia

Ratih Hurriyati. 2010. Manajemen Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta

Ratih Harriyati. 2013. *Bauran Pemasaran dan loyalitas konsumen.* Jakarta: Alfabeta

Ratih Hurriyati. 2018. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta

Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Produk*. Jakarta: Salemba Empat

Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat

Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Erlangga

Suharsismi Arikunto. 1989. *Prosedur Penelitian Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara

Singgih Wibowo. 1998. *Pedoman Mengelola Usaha Kecil*. Jakarta: Penebar Swadaya

Sofjan Assauri . 2010 . *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sofjan Assauri. 2011. manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers

Sondang P. Siagain. 1995. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara

Sofian Assuari. 2012. *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*

Sofian Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Rajawali Pers.

Jakarta: Raja Grafindo Persada

**SKRIPSI**

Amasse Galuh Prastiwi. 2016. *Manajemen Pemasaran oleh Travel Hasuna Tour Yogyakarta periode 2015-2016.* Yogyakarta: Skripsi UIN Yogyakarta

Balqis. 2018. *Stategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah.* Jakarta : Skripsi UIN Syarif Hidayatullah

Fildzah Salsabil Rasyiqoh. 2014. *Strategi Bauran Pemasaran PT. Alia Indah Wisata.* Jakarta:Skripsi UIN Syarif Hidayatullah

Khoirul Muttakim. 2017. Strategi Komunikasi dan Ibadah Haji di KBIH Bina Umat. Yogyakarta: Skripsi UIN Sunan Kalijaga

Siti Iroh Masruroh. 2010. *Strategi Pemasaran Simpanan Haji dalan meningkatkan Loyalitas Nasabah*. Jakarta*:* Skripsi UIN Hidayatullah

Reihan Risqullah Manggabarani. 2014. Analisis Pengaruh strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing dalam memilih paket umroh pada biro perjalanan. Makasar: Skripsi Universitas Hasanudin

**INTERNET**

www.wordpress.com/2012/06/04/pengertian-biro-perjalanan.2016.Diakses tanggal 20

https://tafsirweb.com/3135-surat-at-taubah-ayat-119.html

http://www.daqutravel.com/perbedaan-antara-haji-khusus-atau-haji-plus-dengan-haji-reguler. 2018. Diakses tanggal 15

http://haryo50e.blogstudent.mb.ipb.ac.id/2015/04/17/konsep-7p-product-place-price-promotion-people-process-physical-evidence-industri-kosmetik-estee-lauder-majalah-hearst-magazine. 2018. Diakses tanggal 21

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Penelitian_deskriptif. Diakses tanggal 12

**LAMPIRAN 1**

**Pedoman wawancara strategi pemasaran ibadah haji dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah**

1. Kapan KBIH Assalamah Kopena berdiri di Kota Pekalongan?
2. Apa yang melatarbelakangi berdirinya KBIH Assalamah Kota Pekalongan?
3. Apa motto dari perusahaan ini?
4. Bagaimana dengan struktur organisasinya pada perusahaan KBIH Assalamah Kota Pekalongan ?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan karyawan agar masyarakat mengenal KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan?
6. Berapa harga ibadah haji yang di terapkan oleh KBIH Assalamah Kopena?
7. Produk apa saja yang ditawarkan KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan?
8. Bagaimana KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan dalam merekrut karyawan?
9. Fasilitas apa saja yang didapatkan para jamaah saat menggunakan jasa KBIH Assalamah Kopena?
10. Berapa jumlah jamaah haji pada tahun 2016-2018 apakah ada penurunan dan peningkatan?
11. Faktor pendukung dan penghambat apa saja yang dialami KBIH Assalamah Kopena

**LAMPIRAN 2**

**Hasil Observasi dengan bagian pemasaran KBIH Assalamah Kopena**

Tanggal : 11 Maret 2019

Waktu : 10.00-11.00 WIB

Tempat : Kantor KBIH Assalamah Kopena

Narasumber : Adip

1. Sejak kapan KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan berdiri?

   "KBIH Assalamah Kopena berdiri pada tahun 1993 di bawah naungan Kopena (Koperasi Pemuda Buana).

2. Apa yang melatarbelakangi beridirinya KBIH Assalamah Kopean di kota Pekalongan?

   "Masyarakat Kota Pekalongan kala itu juga meningkat dalam mempersiapkan pelaksanaan ibadah Haji baik dari tahun ketahun. Lantas kondisi seperti ini menginspirasikan kepada HM Saelany untuk putar otak dengan melakukan pendekatan kepada beberapa pihak baik ulama maupun para pengusaha untuk menawarkan gagasan pelayanan bidang haji yang belum tergarap oleh warga nahdliyin di Kota Pekalongan. Inisiatif cerdas tersebut disambut baik oleh para ulama dan pada tahun 1993 menggandeng PCNU Kota Pekalongan serta mengundang seluruh ulama memproklamirkan berdirinya KBIH Kelompok Bimbingan Ibadah Haji di Kota Pekalongan"

3. Apa motto KBIH Assalamah Kopena Pekalongan sendiri?

   ”KBIH Assalamah Kopena mempunya motto”melayani sepenuh hati”

4. Bagaimana dengan struktur organisasinya pada perusahaan KBIH Assalamah Kota Pekalongan ?

   “Penanggung Jawab Pengurus Yayasan “Al Haromain” Pekalongan Penasehat, 1) KH. Achmad Zuhdi Khariri, 2) HM. Saelany Machfudz, 3) KH. Yasykur Mastur, Ketua H. Romadhon Abdul Djalil, Wk. Ketua Hj. Ninik Muniroh, Sekretaris Hj. Bahijah, Bendahara H. Nur Hamid, BA, Pelaksana Harian, 1) H.Ahmad Adib, 2) M. Syukron, 3) Ariska Diah Riskiyah”

5. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan karyawan agar masyarakat mengenal KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan?

   “KBIH Assalamah Kopena melakukan berbagai promosi melalui televisi, radio, brosur, internet, media sosial. Lewat situlah kami memperkenalkan produk kami kepada masyarakat”

6. Berapa harga di terapkan oleh KBIH Assalamah Kopena?

   “Untuk hargaya mas, harganya biasanya bisa berubah-ubah sesuai dengan nilai dollar. Dan setiap paket harganya berbeda-beda sesuai dengan faselitsnya”

7. Produk apa saja yang ditawarkan KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan?

"Kami memiliki produk berupa, paket bimbingan haji khusus/plus, pakaet umroh reguler, paket umroh maulid rajab dan syaban, paket umroh ramadhan, paket umroh plus wisata"

8. Bagaimana KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan dalam merekrut karyawan?

   "Kami merekrut karyawan dengan cara memilih karyawan mempertimbangkan beberapa halnya. Cotonya seperti SDM, lulusan minimal, pengalaman, dengan cara seperti itu usaha kami akan cepat maju"

9. Fasilitas apa saja yang didapatkan para jamaah saat menggunakan jasa KBIH Assalamah Kopena?

   "Biasanya ya mas, faselitas yang diberikan berupa buku panduan, hotel minimal bintang 4 dekat dengan masjidil haram, tidak memilih hotel jauh karena menyusahkan para jamaah, selalu mengutamakan kenyamanan jamaah den gan pesawat yang terbaik seperti pesawat garuda"

10. Berapa jumlah jamaah haji pada tahun 2016-2018 apakah ada penurunan dan peningkatan?

    "Pada tahun 2016 jamaah haji itu sebanyak 133, pada tahun 2017 jumlah haji sebanyak 153, tahun 2018 jamaah haji sebanyak 151, dan pada tahun 2017 jamaah haji mengalami penurunan"

11. Faktor pendukung dan penghambat apa saja yang dialami KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan?

“Faktor pendukungnya itu, kantor kami yang berada di area perkotaan dan memiliki faselitas yang memadai dan sudah di kenal oleh banyak masyarakat khususnya masyarakat pekalongan dan sekitarnya. Untuk faktor penghambatnya ya harus di untuk untuk banyak berinovasi hal-hal baru untuk memajukan KBIH Assalamah Kopena”

**Hasil Wawancara dengan Staf KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan**

Tanggal : 10 Februari 2019

Waktu : 09.45 – 11:30 WIB

Tempat : KBIH Assalamah kota Pekalongan

Narasumber : Riskiyah

1. Ada berapa karyawan yang ada pada KBIH Assalamah Kota Pekalongan?

   "Ada 5 karyawan"

2. Apakah karyawan disini mempunyai tugas masing-masing?

   "Iya mas, disini ada beberapa karyawan yang mempunyai tugas sendiri namun disini karyawan juga harus bisa semuanya dalamm menangani calon jamaah, disini saya juga harus bisa memasarkan produknya ketika ditanya para calon jamaah. Begitupun juga dengan karyawan lainnya"

3. Apakah ada peraturan khusus yang ada pada KBIH Asslamah Kopena Kota Pekalongan?

   "Untuk peraturan khusus itu tidak ada, seperti umumnya saja pada perusahaan jasa ibadah haji lainnya"

4. Apakah karyawan dituntut untuk kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya ?

   "Iya mas disini kan kita satu tim, jadi harus bareng-bareng berfikir untuk memajukan dan mmengembangkan KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan"

5. Contoh pelayanan yang bagaimana yang didapat para calon jamaah apabila ingin menggunakan jasa KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan?

   “Pelayanannya kami dituntut untuk selalu ramah kepada calon jamaah mas,. Informasi yang kami sampaikan juga tidak pernah dibuat-buat, artinya nyata dalam segi pelayanan yang akan didapat para jamaah apabila melakukan ibadah haji”

**Hasil Wawancara dengan Alumni KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan**

Tanggal : 2 Agustus 2019

Waktu : 17.00 WIB – Selesai

Tempat : Jenggot

Narasumber : Endang Fitriani

1. Tahun berapa bapak/ibu berangkat haji/umroh?

   "saya berangkat Haji tahun 2017 mas, dan semoga nanti ditahun-tahun berikutnya saya bisa naik haji lagi"

2. Dari mana bapak/ibu mendapat informasi tentang KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

   "saya mendapat informasi tentang KBIH Assalamah Kopena dari teman saya yang sudah berangkat haji lewat KBIH Assalama Kopena"

3. Kenapa bapak/ibu memilih KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

   "karena KBIH Assalamah merupakan KBIH yang cukup berpengalaman dalam penyelenggaraan ibadah haji"

4. Apakah bapak/ibu pernah mendengar iklan/promo tentang KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

   "dulu saya pernah mas melihat iklan di radio"

5. Layanan apa yang bapak/ibu peroleh dari KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

   "kami mendapat pelayanan dari dari ustad yang ramah serta pembimbing yang sabar"

6. Apa kelebihan dari KBIH Assalah Kopena Pekalongan?

   “sumua faselitas tersedia”

7. Apakah biaya investasi bimbingan di KBIH Assalamah Kopena Pekalongan sesuai pelayanan yang diberikan?

   “sanagat sesuai dengan pelayanan yang diberikan”

8. Apakah terjangkau biaya tersebut untuk masyarakat umum?

   “sangat terjangkau mas, harganya sesuai dengan faselitas yang didapatkan mas, tidak mengecewakan terhadap para jamaah, salah satunya saya”

9. Apakah KBIH assalamah Kopena Pekalongan mudah dijangkau dari tempat tinggal bapak/ibu?

   “sangat terjangkau mas, soalnya tempatnya dekat”

10. Apakah bapak/ibu pernah memberikan informasi kepada masyarakat tentang KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

    “kebetulan saya belum pernah memberikan informasi”

**Hasil Wawancara dengan Alumni KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan**

Tanggal : 8 Agustus 2019

Waktu : 16.00 WIB – Selesai

Tempat : Kraton Lor

Narasumber : Imam Khanafi

1. Tahun berapa bapak/ibu berangkat haji/unroh?

   "kami berangkat haji tahun 2017 mas"

2. Dari mana bapak/ibu mendapat informasi tentang KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

   "saya mendengan informasi dari tetangga saya mas, yang duku sudah pernah berangkat ibadah haji lewat KBIH Assalamah Kopena"

3. Kenapa bapak/ibu memilih KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

   "yaa saya membutuhkan bimbingancara berhaji mas"

4. Apakah bapak/ibu pernah mendengan iklan/promo tentang KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

   "senbelumnya saya belum pernah melihat iklan atau promo, kami tau KBIH Assalamah Kopena dari Bpk. Wahyudi"

5. Layanan apa yang bapak/ibu peroleh dari KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

   "yaa pelayanan yang diberikan sangatlah bagus, ustadnyapun sangat berpengalaman dan ketika itu saya merasa nyaman mas"

6. Apa kelebihan dari produk KBIH Assalah Kopena Pekalongan?

“kelebihan produknya, faselitas yang diberikan bermacam-macam seperti buku panduan, seragam, tas, dan juga makanan

7. Apakah biaya investasi bimbingan di KBIH Assalamah Kopena Pekalongan sesuai pelayanan yang diberikan?

   “ha.a sesuai mas”

8. Apakah terjangkau biaya tersebut untuk masyarakat umum?

   “terjangkau, karena biayanya hampir sama dengan yang lain”

9. Apakah KBIH Assalamah Kopena Pekalongan mudah dijangkau dari tempat tinggal bapak/ibu?

   “mudah dijangkau, tetapi dikota jalannya lumayan rame”

10. Apakah bapak/ibu pernah memberikan informasi kepada masyarakat tentang KBIH Assalamah Kopena Pekalongan?

    “sudah pernah mas, kami menyarankan teman menggunakan KBIH Assalamah Kopena”

LAMPIRAN 3

Gambar 6.1

Surat Izin Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 168/In.30/F.IV/TT.00/02/2019 22 Februari 2019
Lamp : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth,
Pimpinan Graha Albaika Kota Pekalongan
di-
**Tempat**

***Assalamu'alaikum Wr.Wb.***

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Okta Khoirul Anam
NIM : 2013114233

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: **"Strategi Pemasaran Biro Umroh Dan Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah".**

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb.***

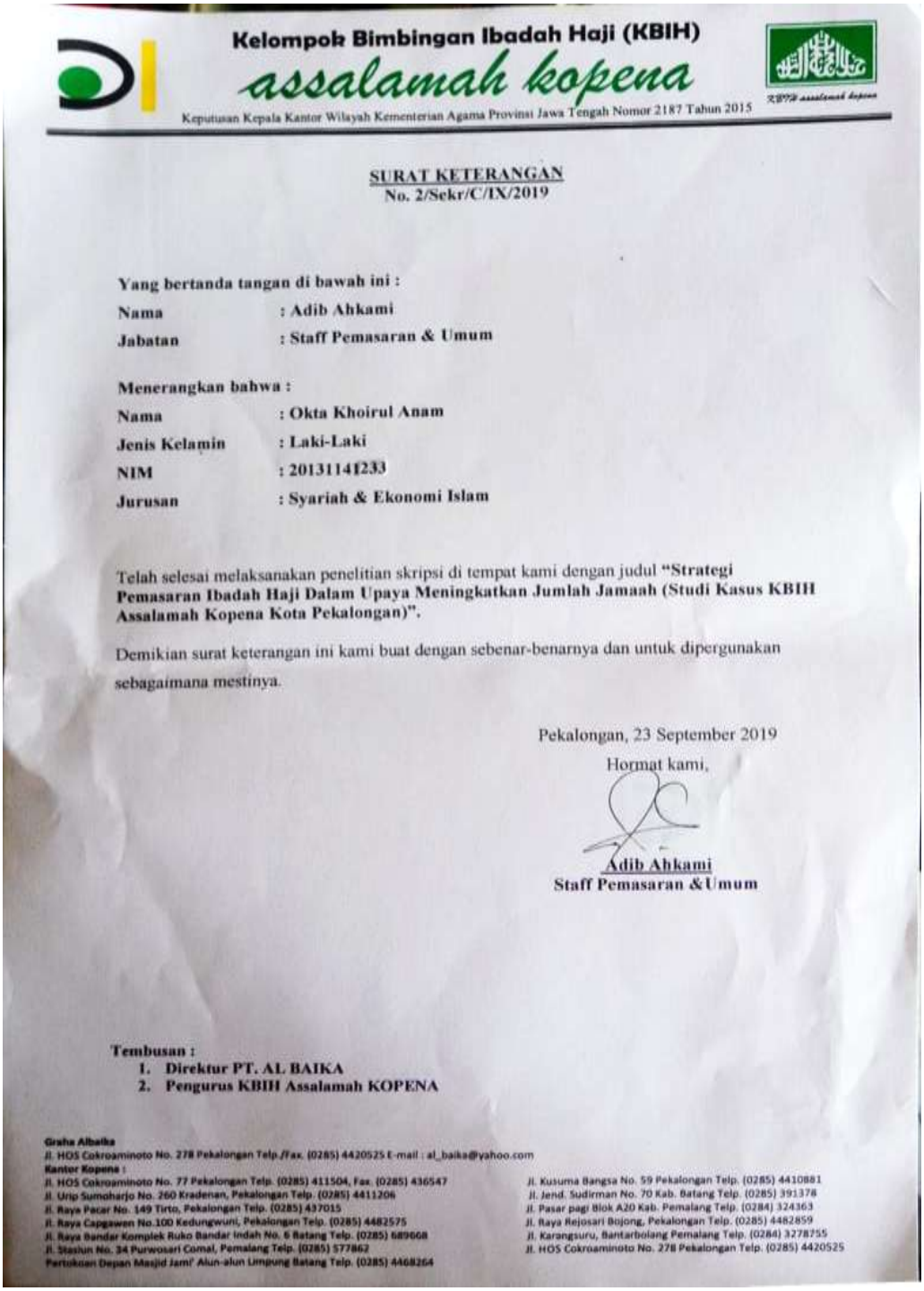
Dekan

**Shinta Dewi Rismawati**

LAMPIRAN 4

Gambar 6.2

Surat Bukti Penelitian



**Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)**

**assalamah kopena**

Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah Nomor 2187 Tahun 2015

**SURAT KETERANGAN**
**No. 2/Sekr/C/IX/2019**

**Yang bertanda tangan di bawah ini :**

**Nama** : **Adib Ahkami**
**Jabatan** : **Staff Pemasaran & Umum**

**Menerangkan bahwa :**

**Nama** : **Okta Khoirul Anam**
**Jenis Kelamin** : **Laki-Laki**
**NIM** : **20131141233**
**Jurusan** : **Syariah & Ekonomi Islam**

Telah selesai melaksanakan penelitian skripsi di tempat kami dengan judul **"Strategi Pemasaran Ibadah Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah (Studi Kasus KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan)".**

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 23 September 2019

Hormat kami,

**Adib Ahkami**
**Staff Pemasaran &Umum**

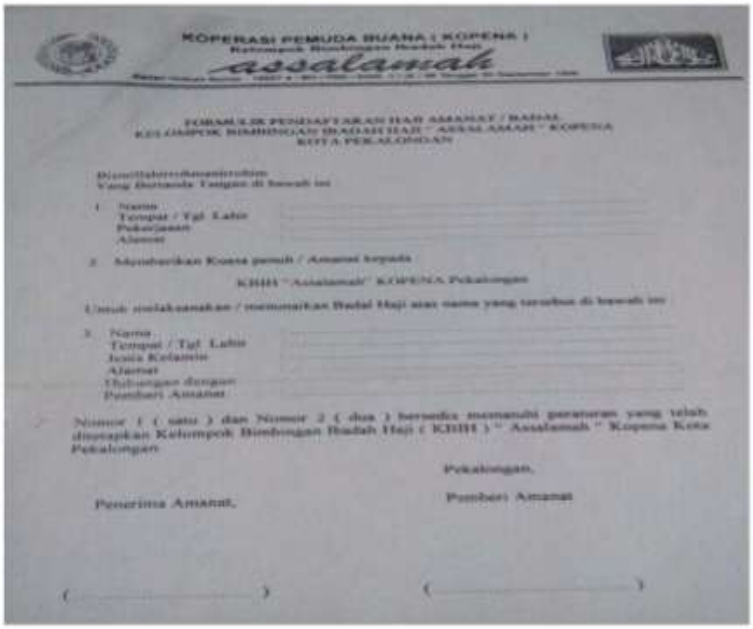
**Tembusan :**
1. **Direktur PT. AL BAIKA**
2. **Pengurus KBIH Assalamah KOPENA**


**Graha Albaika**
Jl. HOS Cokroaminoto No. 278 Pekalongan Telp./Fax. (0285) 4420525 E-mail : al_baika@yahoo.com
**Kantor Kopena :**
Jl. HOS Cokroaminoto No. 77 Pekalongan Telp. (0285) 411504, Fax. (0285) 436547
Jl. Urip Sumoharjo No. 260 Kradenan, Pekalongan Telp. (0285) 4411206
Jl. Raya Pacar No. 149 Tirto, Pekalongan Telp. (0285) 437015
Jl. Raya Capgawen No.100 Kedungwuni, Pekalongan Telp. (0285) 4482575
Jl. Raya Bandar Komplek Ruko Bandar Indah No. 6 Batang Telp. (0285) 689668
Jl. Stasiun No. 34 Purwosari Comal, Pemalang Telp. (0285) 577862
Pertokoan Depan Masjid Jami' Alun-alun Limpung Batang Telp. (0285) 4468264
Jl. Kusuma Bangsa No. 59 Pekalongan Telp. (0285) 4410881
Jl. Jend. Sudirman No. 70 Kab. Batang Telp. (0285) 391378
Jl. Pasar pagi Blok A20 Kab. Pemalang Telp. (0284) 324363
Jl. Raya Rejosari Bojong, Pekalongan Telp. (0285) 4482859
Jl. Karangsuru, Bantarbolang Pemalang Telp. (0284) 3278755
Jl. HOS Cokroaminoto No. 278 Pekalongan Telp. (0285) 4420525

LAMPIRAN 5

Gambar 6.3

Brosur Pendaftaran Ibadah Haji


KOPERASI PEMUDA BUANA ( KOPENA )

assalamah

Yang Bertanda Tangan di bawah ini

1. Nama
   Tempat / Tgl. Lahir
   Pekerjaan
   Alamat

2. Memberikan Kuasa penuh / Amanat kepada

KBIH " Assalamah " KOPENA Pekalongan

Untuk melaksanakan / memberikan Badal Haji atas nama yang tersebut di bawah ini

3. Nama
   Tempat / Tgl. Lahir
   Jenis Kelamin
   Alamat
   Hubungan dengan
   Pemberi Amanat

Nomor 1 ( satu ) dan Nomor 2 ( dua ) bersedia mematuhi peraturan yang telah ditetapkan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji ( KBIH ) " Assalamah " Kopena Kota Pekalongan

Pekalongan,

Penerima Amanat,

Pemberi Amanat

( ) ( )

Gambar 6.4

Brosusr KBIH Assalamah Kopena Kota Pekalongan

Gamabar 6.5

Wawancara Pribadi Dengan Bpk. Adib Bagian Pemasaran KBIH Assalamah Kopena

# DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**IDENTITAS DIRI**

| | |
|---|---|
| Nama | : Okta Khoirul Anam |
| NIM | : 2013114233 |
| Tempat, tanggal lahir | : Pekalongan, 14 Oktober 1995 |
| Jenis kelamin | : Laki-laki |
| Agama | : Islam |
| Alamat | : Ds. Bumirejo, Rt. 08, Rw. 01, Kec. Ulujami |
| Alamat email | : khoirulokta4@gmail.com |
| Nomor Handphone | : 082225669677 |

**IDENTITAS ORANG TUA**

| | |
|---|---|
| Nama Ayah | : Abdullah |
| Nama Ibu | : Patonah |
| Agama | : Islam |
| Alamat | : Ds. Bumirejo, Kec. Ulujami, Kab. Pemalang |

**RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SDN 02 Bumirejo : Lulus Tahun 2007
2. SMP N 2 Ulujami : Lulus Tahun 2010
3. SMA N 1 Ulujami : Lulus Tahun 2013
4. IAIN Pekalongan : Lulus Tahun 2019

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenar – benarnya untuk digunakan seperlunya.

Pekalongan, 14 November 2019

Penulis

Okta Khoirul Anam

2013114233

# STRATEGI PEMASARAN IBADAH HAJI DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH (STUDI KASUS KBIH ASSALAMAH KOPENA KOTA PEKALONGAN)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)


Oleh :

**OKTA KHOIRUL ANAM**
**NIM. 2013114233**



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**


**2019**