

BAB III

GAMBARAN UMUM KBIH MULTAZAM DAN KBIH AL-THOYYIBAH

3.1. KBIH MULTAZAM

3.1.1. Sejarah Perkembangan

KBIH Multazam berdiri sejak tahun 2002, yang terletak di Jl. Kauman No. 10 Desa Karangdowo, Kecamatan Weleri, Kabupaten Kendal. Pendiri sekaligus Ketua KBIH Multazam bernama H. M. Suyuthi Muslich. H. M Suyuthi Muslich adalah sosok pribadi yang cerdas dan selalu mempunyai ide-ide cemerlang disetiap gerakannya. Menurut pemaparannya, KBIH Multazam mengambil nama atau istilah Multazam karena menurut artinya yakni Multazam merupakan dinding Ka'bah yang terletak di antara Hajar Aswad dengan pintu Ka'bah. Tempat ini merupakan tempat utama dalam berdoa, yang dipergunakan oleh jama'ah Haji dan Umroh untuk berdoa/ bermunajat kepada Allah SWT setelah selesai melakukan Thawaf.

Maka dari itu, dengan memakai nama Multazam harapan dari KBIH Multazam adalah agar doa para jamaah yang mengikuti bimbingan di KBIH Multazam dapat terkabul dan menjadi haji yang mabrur.

Ketua beserta para pengurus KBIH Multazam melakukan banyak cara dalam mengelola KBIH. Memperkuat intern KBIH yakni dengan menempatkan para pengurus sesuai pada kapasitas dan kemampuannya masing-masing atau penempatan (Job Descriptions) agar tidak terjadi tumpang tindih (Double Job) antara pengurus, sehingga nantinya akan menjadi (Team Work) yang kokoh. Kemudian memberikan pengarahannya, bimbingan, serta motivasi kepada para pengurus.

Dalam segi ekstern KBIH Multazam juga melakukan banyak cara yakni dengan menetapkan strategi pemasaran guna menunjang kemajuan KBIH Multazam. Strategi pemasaran yang dilakukan KBIH Multazam disepakati secara bersama-sama pada saat proses perencanaan (planning).

Seiring berjalannya waktu, KBIH Multazam mengalami banyak kemajuan. Banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan KBIH tersebut. Dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat ditandai dengan banyaknya calon jamaah haji yang mendaftar untuk mengikuti bimbingan haji di KBIH Multazam (Hasil wawancara kepada Ketua KBIH Multazam, H. M. Suyuthi Muslich pada tanggal 31 Mei 2010 di Jl. Kauman No. 10 Desa Karangdowo, Kecamatan Weleri, Kabupaten Kendal).

3.1.2. Visi, Misi dan Tujuan KBIH Multazam

a. Visi

- a) Memberi bimbingan kepada jamaah semata-mata karena ibadah kepada Allah SWT dan terhadap ridha-Nya.
- b) Mengimplementasikan fungsi KBIH dalam melayani semua bimbingan yang dibutuhkan jamaah untuk mencapai kemabrurannya.

b. Misi

- a) Mengutamakan kepuasan pelayanan bagi calon jamaah haji.
- b) Meningkatkan mutu Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkesinambungan sesuai perkembangan zaman.
- c) Meningkatkan suasana yang harmonis antara pembimbing dengan jamaah haji.

c. Tujuan

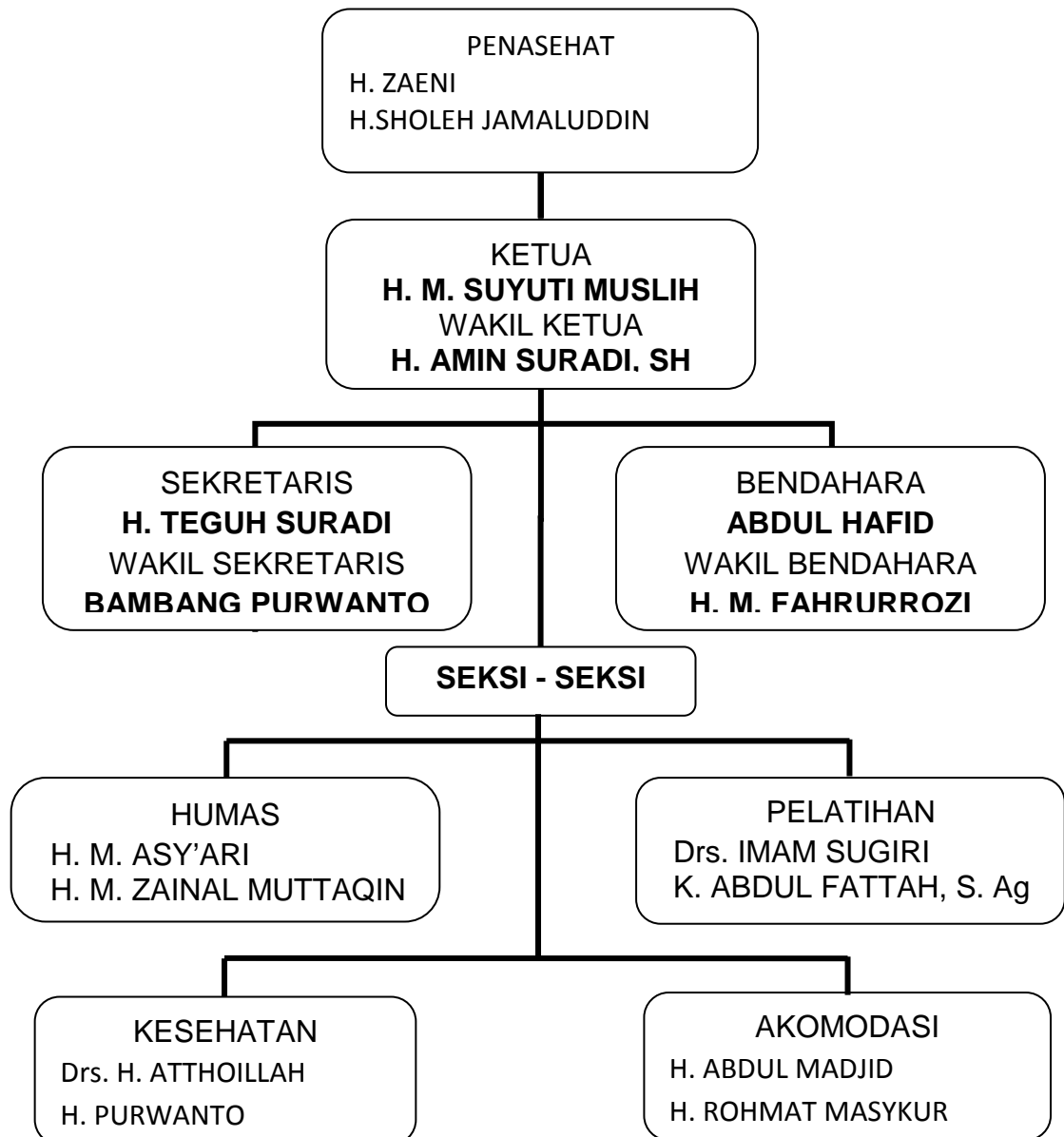
- a) Membantu pemerintah dalam mensosialisasikan prosedur pendaftaran haji kepada masyarakat.
- b) Membantu masyarakat yang ingin pergi haji terutama (usia lanjut) untuk memenuhi persyaratan pendaftaran haji.

- c) Memberi bimbingan ibadah haji di tanah air sesuai dengan materi dan pola yang diterapkan oleh Direktorat Pembinaan Haji.
- d) Memberi bimbingan perjalanan haji termasuk larangan-larangan barang bawaan dari tanah air maupun dari Arab Saudi.
- e) Mengkoordinasikan dan membantu pelaksanaan bimbingan dengan petugas haji.
- f) Membimbing perjalanan ibadah haji sejak dari tanah air sampai pelaksanaan ibadah haji di Arab Saudi dan kembali ke Tanah Air dengan predikat haji mabrur.

3.1.3. Struktur Organisasi

(Sumber: diambil dari arsip KBIH Multazam pada tanggal 31 Mei 2010 di Jl. Kauman No. 10 Desa Karangdowo, Kecamatan Weleri, Kabupaten Kendal).

Susunan Pengurus



3.1.4. Sarana dan Prasarana KBIH Multazam

1) Kantor

KBIH Multazam belum memiliki ruangan tersendiri, namun untuk kegiatan administrasi organisasi dilaksanakan

bersamaan kegiatan manasik di rumah pembimbing untuk pengetikan surat-surat administrasi.

2) Aula

Untuk aula di tempatkan di halaman masjid depan rumah pembimbing yang memang cukup untuk kegiatan manasik, dengan halaman parkir yang luas untuk menampung kendaraan calon jamaah haji, juga untuk praktek atau simulasi manasik haji.

3) Sound System

Untuk mendukung kegiatan manasik, KBIH Multazam menggunakan *Sound Portable Tens, Double Speaker* dan *Audio Visual* (CD dan Televisi) untuk menanyangkan, dan menjelaskan kepada calon jamaah haji yang memang membutuhkan tayangan visual.

4) Komputer

Komputer sudah merupakan alat administrasi yang penting KBIH Multazam memiliki 3 unit komputer yang bisa dimanfaatkan dengan baik, untuk mendukung kelancaran proses administrasi dan untuk memproduksi surat-surat yang dibutuhkan.

5) Proyektor

KBIH Multazam sudah mempunyai 1 (satu) proyektor sebagai alat pembantu proses bimbingan manasik haji yang dilakukan.

3.1.5. Alat Peraga

1) Ka'bah

KBIH Multazam mempunyai 1 miniatur Ka'bah yang bisa digunakan untuk simulasi dan sangat mendukung untuk menjelaskan kegiatan anasik khususnya materi haji yang berhubungan dengan Thawaf.

2) Jamarot

KBIH Multazam mempunyai 3 (tiga) unit.

3) Tempat Sa'i

KBIH Multazam mempunyai 1 (satu) unit.

4) Gambar peraga

KBIH Multazam mempunyai beberapa gambar peraga berukuran besar dan ada yang berukuran kecil yang dapat dipergunakan untuk menjelaskan materi manasik haji.

3.1.6. Materi/ Silabus Manasik

No	Jenis Bimbingan	Materi Bimbingan	Tutor	Waktu	Tempat
1	Panduan perjalanan haji	Perjalanan dari rumah sampai embarkasi, Perjalanan di pesawat termasuk penggunaan fasilitas di pesawat, Perjalanan darat selama di arab Saudi termasuk baksis (uang tips)	KH. Soleh Jamaluddin	3 kali pertemuan	Aula
2	Manasik haji/ umrah	Cara memakai ihram, Umrah, Thowaf, Sa'i, Wukuf, Mabit,	KH. M. Suyuti Muslih	13 kali pertemuan	

		melontar Jumrah, larangan-larangan haji, Qurban dan Dam, syarat rukun/wajib haji dan fiqh haji			
3	Ziarah	Sejarah masjid peninggalan Rasulullah SAW, sejarah gua-gua yang disinggahi Rasulullah SAW, sejarah kota Makkah dan Madinah	KH. Soleh Jamaluddin	3 kali pertemuan	Aula
4	Kesehatan	Cara menjaga kesehatan haji, cara mengatasi jamaah yang sakit	H. Qodri	2 kali pertemuan	
5	Informasi umum	Dokumentasi/surat-surat haji yang harus dibawa jamaah, penjelasan kegiatan di embarkasi, penjelasan pemeriksaan dokumen haji di bandara King Abdul Aziz, penjelasan barang bawaan jamaah, cara menyimpan dokumen haji, penjelasan pengumpulan/pengambilan koper dan tas, penjelasan keberangkatan dan kepulangan haji, informasi-informasi lainnya	KH. M. Suyuti Muslih	8 kali pertemuan	Aula
6	Simulasi manasik	Praktek memakai kain ihram	Seluruh petugas	2 kali pertemuan	Aula

(Sumber: diambil dari arsip KBIH Multazam pada tanggal 31 Mei 2010).

3.1.7. Strategi Pemasaran KBIH Multazam

a) Strategi Pemasaran

Dalam fungsi–fungsi manajemen yang terdiri dari *planning* (perencanaan), *organising* (pengorganisasian), *actuating* (memberi dorongan), serta *controlling* (pengawasan) disebutkan bahwa strategi pemasaran ditetapkan ketika proses *planning* (perencanaan). Seorang ketua KBIH melaksanakan fungsi–fungsi manajerial untuk mengetahui sasaran-sasaran yang dibutuhkan, tentang cara untuk mencapainya sebagaimana ditetapkan dalam perencanaannya. Tidak ada satupun lembaga atau organisasi dapat mencapai sukses tanpa ditunjang dengan perencanaan yang baik.

Perencanaan strategi pemasaran dilakukan dengan disepakati para pengurus lembaga. Strategi apa yang akan digunakan diolah sedemikian rupa sehingga nantinya tidak akan menjadi sebuah penyebab kegagalan dalam pencapaian tujuan lembaga atau organisasi. Strategi yang digunakan sesuai dengan target yang akan dicapai maka akan berdampak baik dalam lembaga. Proses perencanaan sebuah lembaga, menetapkan berbagai keputusan diantaranya adalah bagaimana bisa mempromosikan sebuah lembaga tersebut di khalayak umum. Hal ini sangatlah penting karena tanpa

adanya proses pemasaran, orang tidak akan tahu keberadaan lembaga tersebut. Ketika proses pemasaran sudah dilakukan, maka semakin banyak orang yang mengetahui adanya lembaga atau organisasi tersebut.

Strategi pemasaran tersebut ditentukan dalam perencanaan awal dan terprogram. Pada tahun 2007 KBIH Multazam merencanakan memperoleh calon jamaah haji sekitar 70 atau 80 orang. Kemudian pada tahun 2008 KBIH Multazam juga merencanakan memperoleh calon jamaah haji sekitar 60 sampai dengan 70 orang. Sedangkan pada tahun 2009 KBIH Multazam merencanakan memperoleh calon jamaah haji sekitar 50 orang (calon jamaah haji).

Strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Multazam adalah 1) Memanfaatkan jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Multazam, 2) Mengedarkan pamflet atau brosur , 3) mengerahkan pengurus untuk mendata calon jamaah haji.

b) Keunggulan Bersaing

Strategi pemasaran yang jitu harus dibarengi dengan perencanaan daya saing organisasi atau lembaga yang handal. Kondisi yang bangkrut pada sebuah lembaga sebagian besar disebabkan oleh penarikan kembali dana investasi yang telah ditanamkan investor. Dalam hal ini adalah kepercayaan dari

jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan (Triton, 2008: 97-98).

Keunggulan bersaing yang dimiliki oleh KBIH Multazam adalah KBIH Multazam mempunyai banyak peserta bimbingan ibadah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Multazam, sehingga ini menjadi daya saing terhadap KBIH lain. Banyaknya jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan menjadi sebuah strategi pemasaran tersendiri bagi KBIH Multazam, untuk merekrut massa (calon jamaah haji lain). Hal ini terbukti dengan banyaknya calon jamaah haji yang mendaftar dengan indikasi mendapatkan informasi dari jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Multazam.

KBIH Multazam juga mempunyai daya saing yang dapat dilihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki dalam melayani peserta bimbingan ibadah haji. Sarana dan prasarana ini yang menjadi daya saing tersendiri bagi para calon jamaah haji, sehingga nantinya banyak calon jamaah haji yang tertarik mengikuti bimbingan di KBIH Multazam. Didukung dengan adanya tenaga pembimbing yang kompeten sehingga menambah citra baik KBIH Multazam.

c) Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Multazam adalah: *pertama*, memanfaatkan para jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Multazam agar menyampaikan informasi kepada calon jamaah haji lainnya yang sedang mencari bimbingan haji, agar ikut ke KBIH tersebut. Hal ini sangat berpengaruh bagi kelancaran proses pemasaran sebuah KBIH. Dengan banyaknya jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan kemudian dengan sendirinya mereka akan memperkenalkan KBIH ini kepada calon jamaah haji yang sedang mencari bimbingan. Proses seperti ini akan tetap bertahan jika KBIH tersebut bisa memberikan pelayanan yang baik, sehingga dampak positif yang dirasakan oleh jamaah haji yang mengikuti bimbingan akan disampaikan kepada calon jamaah haji yang sedang mencari bimbingan KBIH. Namun sebaliknya, ketika pelayanan yang diberikan oleh KBIH kurang memuaskan para jamaah haji, maka ini akan berdampak negatif yang imbasnya nanti akan menimbulkan citra jelek yang akan disampaikan pada calon jamaah haji yang sedang mencari bimbingan KBIH.

Kedua, KBIH Multazam juga mengedarkan pamflet atau brosur agar dapat menarik minat para calon jamaah haji untuk ikut bimbingan di KBIH Multazam. Fungsi dari

pengedaran pamflet atau brosur ini adalah ketika ada calon jamaah haji yang daerahnya jauh dari lokasi maka calon jamaah haji tersebut bisa melihat serta mengetahui adanya KBIH Multazam sehingga mereka akan mencoba mencari info lebih dalam lagi dan nantinya akan mendaftar di KBIH Multazam. Hal – hal yang ditampilkan di pamflet dan brosur adalah sesuatu yang mudah difahami, menarik, serta mencantumkan keunggulan – keunggulan yang dimiliki KBIH.

Ketiga, KBIH Multazam juga mengerahkan para pengurus agar mendata orang – orang yang akan menunaikan ibadah haji di desa-desa. Melalui cara inilah KBIH Multazam dapat menarik perhatian para calon jamaah haji.

d) Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Hasil dari pelaksanaan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh KBIH Multazam adalah manfaat yang dirasakan oleh KBIH terutama dengan bertambah banyaknya calon jamaah haji yang mendaftar dan mengikuti bimbingan di KBIH Multazam. Kebanyakan dari calon jamaah haji yang mengikuti bimbingan di KBIH Multazam mendapatkan informasi dari jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH tersebut.

Pada tahun 2007 dan 2008 KBIH Multazam memajukan KBIH dengan menggunakan strategi pemasaran diatas. Walaupun kurang memenuhi target, yaitu perencanaan memperoleh calon jamaah haji sekitar 70 – 80 calon jamaah haji, namun pada tahun 2007 dan tahun 2008 setidaknya KBIH Multazam bisa memperoleh 45 calon jamaah haji. Menurut jamaah haji yang pernah mengikuti bimbingan haji di KBIH Multazam menyatakan bahwa kebanyakan dari mereka mengetahui KBIH Multazam karena mereka mengetahui KBIH Multazam dengan adanya proses pemasaran yang dilakukan. Dengan didukung oleh proses pelayanan yang sangat profesional maka banyak calon jamaah haji yang tertarik untuk mengikuti bimbingan di KBIH Multazam.

Pada tahun 2009 terjadi penurunan diantaranya tentang: semangat kerja para pengurus yang berkurang serta Ketua KBIH yang disibukkan dengan berbagai urusan. Target perekrutan calon jamaah haji yang direncanakan dapat memperoleh 50 calon jamaah haji, namun pada tahun 2009 KBIH Multazam (dengan berbagai masalah yang disebutkan diatas), maka KBIH Multazam tidak bisa memperoleh calon jamaah haji. Dampak negatif dari masalah ini adalah terjadi penurunan tingkat pelayanan terhadap para calon jamaah haji

sehingga banyak calon jamaah haji yang merasakan ketidakpuasan dalam proses pembimbingan. Sehingga banyak dari mereka yang berpindah ke KBIH lain.

Hal ini menunjukkan bahwa proses pemasaran sangat menentukan kemajuan KBIH namun bagaimana cara mempertahankan kemajuan harus tetap diperhatikan. Faktor utama mempertahankan citra baik sebuah lembaga adalah dengan tetap menunjukkan bahwa pelayanan dilakukan dengan sebaik-baiknya. Ini sebenarnya akan berjalan mudah ketika *Team Work* atau para pengurus (terutama Ketua) dapat berperan aktif untuk memajukan lembaganya. Ketika kuantitas sudah diperoleh, maka satu hal yang harus diutamakan adalah mempertahankan kualitas sebuah lembaga.

3.1.8. Data Calon Jamaah Haji Tahun 2007–2009

1. Data Calon Jamaah Haji Tahun 2007

Pada tahun 2007 KBIH Multazam memperoleh 45 calon jamaah haji, yang terdiri dari 25 calon jamaah haji laki-laki dan 20 calon jamaah haji perempuan. Jumlah pembimbing di KBIH Multazam pada tahun 2007 adalah satu orang yakni KH. M. Suyuthi Muslich.

(Data jamaah haji tahun 2007 dapat dilihat di lampiran).

2. Data Calon Jamaah Haji Tahun 2008

Pada tahun 2008 KBIH Multazam tidak mengalami peningkatan dalam merekrut calon jamaah haji. Sama halnya pada tahun 2007, pada tahun 2008 KBIH Multazam juga memperoleh 45 calon jamaah haji, yang terdiri dari 27 calon jamaah haji laki-laki dan 18 calon jamaah haji perempuan. Jumlah pembimbing di KBIH Multazam pada tahun 2008 adalah satu orang yakni KH. M. Suyuti Muslih.

(Data calon jamaah haji tahun 2008 dapat dilihat di lampiran).

3. Data Calon Jamaah Haji Tahun 2009

Karena berbagai masalah yang dihadapi oleh KBIH Multazam diantaranya adalah menurunnya tingkat pelayanan bimbingan kepada calon jamaah haji, serta kurang kompaknya antara masing-masing pengurus maka pada tahun 2009 tidak dapat memberangkatkan calon jamaah haji.

Hal ini sebenarnya tidak akan berdampak fatal jika semua pihak saling menyadari *job description* masing-masing pengurus terutama adalah ketua KBIH tersebut. Dalam kasus seperti ini peran seorang ketua sangatlah penting, karena maju mundurnya sebuah organisasi atau lembaga adalah tergantung dari pengelolaan ketua, serta pengurus – pengurusnya.

Strategi pemasaran yang telah digunakan oleh KBIH Multazam memang sudahlah cukup membuktikan bahwa KBIH Multazam tetap semangat berusaha merekrut para calon jamaah haji. Namun seringkali organisasi atau lembaga lalai ketika banyaknya jamaah yang ikut bimbingan, KBIH tersebut justru kurang mengelola manajemennya dengan baik. Akibatnya jamaah yang sudah mengikuti bimbingan merasa kurang dan akhirnya setelah mengikuti bimbingan, merasa ingin pindah ke KBIH yang lain.

Suksesnya kegiatan proses pemasaran tidak hanya tergantung pada kualitas produk yang dihasilkannya, kebijakan yang tepat serta pelayanan yang cepat, tetapi banyak tergantung pada pembinaan hubungan antara subyek dan obyek yang berkelanjutan.

Dari uraian–uraian diatas, dapat diketahui bahwa tidak serta merta KBIH ketika sudah maju dan berada dipuncak akan tetapi mempertahankan eksistensinya, namun hal-hal yang menjadi penyebab kegagalan organisasi harus tetap diperhatikan. Hal terkecil apapun, itu sangat berpengaruh pada tingkat kepercayaan pelanggan (calon jamaah haji).

3.2. KBIH AL-THOYYIBAH

3.2.1. Sejarah Perkembangan

Calon jamaah haji Indonesia sudah begitu banyak bahkan daftar tunggu sudah mencapai tahun 2011 bahkan 2012. Ini menunjukkan bahwa kaum muslimin Indonesia sudah banyak yang mampu membayar untuk biaya pergi haji, namun demikian disebabkan oleh perbedaan pendidikan dan pengetahuan, ilmu haji atau yang biasa disebut *manasikil hajj* masih banyak dibutuhkan oleh calon jamaah haji tersebut. Bahkan di kabupaten Kendal, yang akhir-akhir ini jumlah jamaah haji sudah mencapai kurang lebih seribu orang, 75 % sudah ikut pada kelompok bimbingan ibadah haji atau KBIH. Sehingga sudah menjadi satu kebutuhan keberadaan KBIH di lingkungan masyarakat.

Atas dasar demikian itulah dengan tulus ikhlas mensucikan hati untuk menjadi pelayan untuk para *dzuyyufurrohman*, sehingga didirikan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang bernama KBIH Al-Thoyyibah.

a. Nama KBIH

Dengan memilih Al-Thoyyibah sebagai nama untuk KBIH, dengan niat dan maksud hati menjadi bersih, baik, murni untuk melayani calon jamaah haji, tanpa berniat hanya untuk mencari keuntungan material belaka.

b. Alamat

Tempat aktifitas KBIH Al-Thoyyibah beralamat di RT 05 RW 01 desa Johorejo kecamatan Gemuh kabupaten Kendal kode Pos 51356 dengan No HP. 081325861597, ini adalah kantor, aula dan tempat tinggal ketua sekaligus pembimbing KBIH Al-Thoyyibah, HM. Fatkhur Rohman, yang jarak dari kota kabupaten Kendal \pm 12 Km, dari kota kecamatan Gemuh \pm 5 Km, namun dari jalan raya pantura \pm 400 m.

c. Yayasan

KBIH Al-Thoyyibah bernaung di bawah yayasan Nugroho dengan akta Yayasan No : 31 , Tanggal 23 Desember 2004, nomor NPWP : 02.405.294.6.513.000, dengan alamat: Leban RT 05 Rw 02 Johorejo Gemuh Kendal.

d. No Ijin Operasional

Ijin Operasional KBIH Al-Thoyyibah adalah : Kw.11.3/I/Hj.02/828/2005 tertanggal 26 April 2005.

3.2.2. Visi, Misi dan Tujuan

a) **Visi :**

Terbimbingnya calon jama'ah haji di Kota Kendal dengan manasik yang benar, sesuai tuntunan Rasulullah sejak pelatihan sampai pelaksanaannya di tanah suci.

b) Misi :

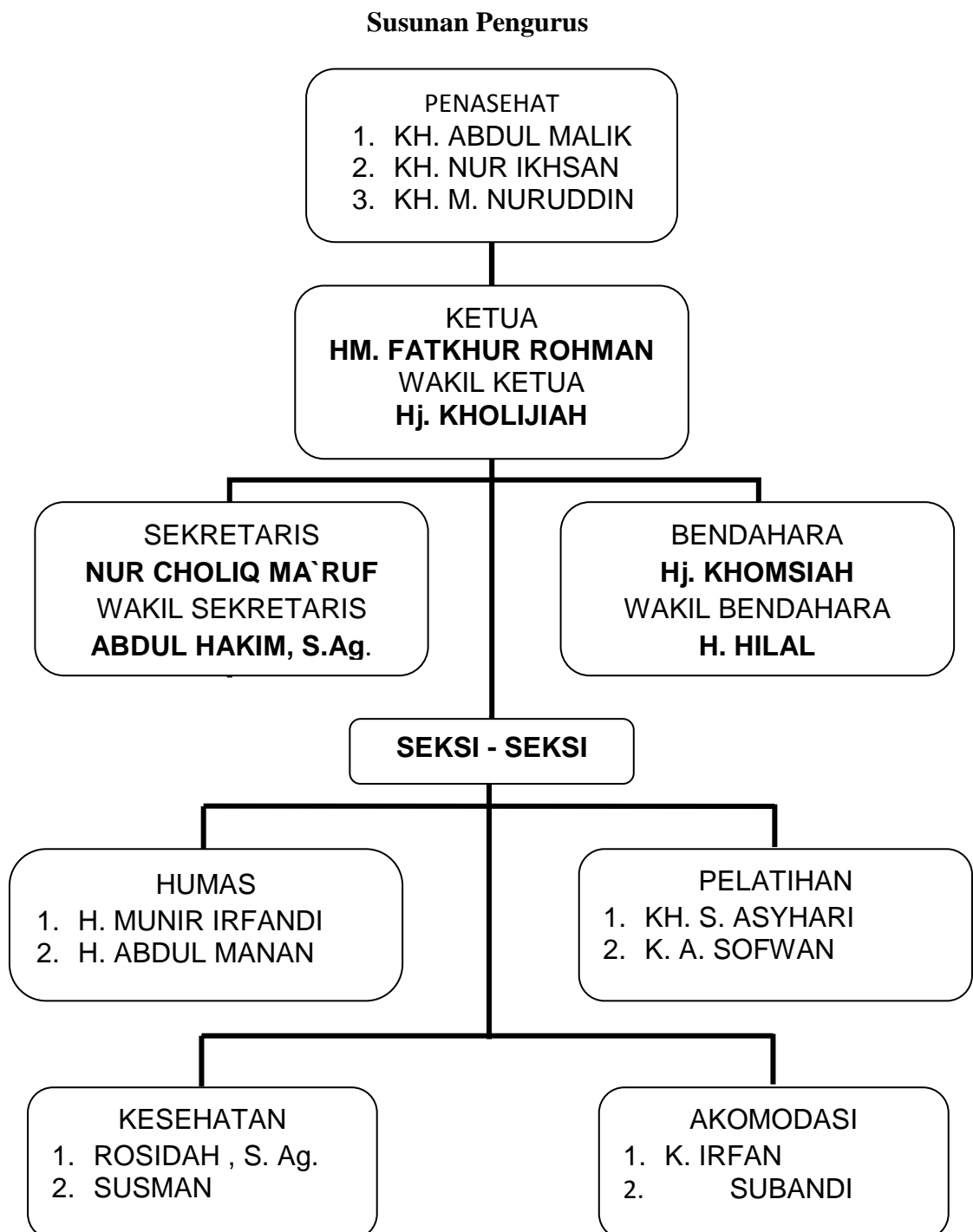
- a) Memberikan bimbingan dan pelatihan manasik haji kepada calon jama'ah haji sebagai perwujudan dakwah amar ma'ruf nahi munkar.
- b) Memberikan pembinaan ke-Islaman jama'ah pasca ibadah haji dalam rangka pelestarian haji mabrur dan peningkatan pemahaman ajaran Islam
- c) Memberikan pendampingan kepada calon jama'ah haji dalam rangka menjalankan manasik mulai dari tanah air sampai selesainya ibadah haji di tanah suci.

c) Tujuan

- a) Melaksanakan dakwah amar ma'ruf nahi munkar dengan cara memberikan bimbingan manasik kepada calon jama'ah haji agar dapat menjalankan ibadah dengan baik dan benar sesuai Al - Qur'an dan Hadits.
- b) Membantu tugas pemerintah atau dalam hal ini adalah Departemen Agama (Depag) dalam memberikan bimbingan teknis dan operasional kepada calon jama'ah haji dalam memahami dan mengamalkan manasik sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits (sumber: diambil dari arsip KBIH Al-Thoyyibah pada tanggal 2 Juni 2010).

3.2.3. Struktur Organisasi

(Sumber: diambil dari arsip KBIH Al-Thoyyibah pada tanggal 2 Juni 2010).



3.2.4. Sarana dan Prasarana

1) Kantor

Untuk kantor memang secara khusus KBIH Al-Thoyyibah belum memiliki ruangan tersendiri, namun untuk kegiatan administrasi organisasi dilaksanakan bersamaan kegiatan manasik di rumah pembimbing dan kadang pula di rumah sekretaris untuk pengetikan surat-surat administrasi, dengan prinsip semua aktifitas administrasi bisa berjalan lebih baik.

2) Aula

Sampai sekarang untuk aula masih di tempatkan di rumah pembimbing, yang memang cukup untuk kegiatan manasik $\pm 50 \text{ m}^2$, dengan halaman parkir yang luas untuk menampung kendaraan calon jamaah haji, juga untuk praktek atau simulasi manasik haji.

3) Sound System

Untuk mendukung kegiatan manasik, KBIH Al-Thoyyibah menggunakan *Sound Portable Tens, Double Speaker* dan *Audio Visual* (CD dan Televisi) untuk menanyangkan, dan menjelaskan kepada calon jamah haji yang memang membutuhkan tayangan visual.

4) Komputer

Komputer sudah merupakan alat administrasi yang penting KBIH Al-Thoyyibah memiliki 1 set unit komputer

dan 1 Laptop yang bisa dimanfaatkan dengan baik, untuk mendukung kelancaran proses administrasi dan untuk memproduksi surat-surat yang dibutuhkan.

5) Proyektor

KBIH Al-Toyyibah sudah mempunyai 1 (satu) proyektor sebagai alat pembantu proses bimbingan manasik haji yang dilakukan.

3.2.5. Alat Peraga

5) Ka'bah

Untuk maket Ka'bah KBIH Al-Thoyyibah ada 1 unit yang bisa digunakan untuk simulasi dan sangat mendukung untuk menjelaskan kegiatan anasik khususnya materi haji yang berhubungan dengan Towaf.

6) Jamarot

KBIH Al-Thoyyibah mempunyai 3 (tiga) unit.

7) Tempat Sa'i

KBIH Al-Thoyyibah mempunyai 1 (satu) unit.

8) Gambar peraga

KBIH Al-Thoyyibah mempunyai beberapa gambar peraga berukuran besar, yang dapat dipergunakan untuk menjelaskan, materi manasik haji.

3.2.6. Materi/ Silabus Manasik

Ada sepuluh materi pokok yang KBIH Al-Thoyyibah sajikan terhadap calon jamaah haji, dan tiap satu materi tersebut disampaikan satu kali pertemuan, dan tiap satu kali pertemuan selama 2,5 jam (Mulai pukul 13.30 wib – 16.00 wib.) namun demikian tidak menutup kemungkinan untuk menjelaskan ulang pada jamaah di jam dan materi yang lain.

Sedangkan tempat manasik untuk wilayah Kendal bawah di rumah Bp. HM. Fatkhurrohman sedangkan untuk wilayah kendal atas bertempat di rumah Bp. H. Misbahul Munir jaten Ngadiwarno Sukorejo, dengan maksud mendekati kepada calon jamaah agar tidak terlalu jauh apabila hendak manasik (Arsip KBIH Al-Thoyyibah).

Dan materi manasik Haji tersebut adalah sebagai berikut:

NO	MATERI	PENYAJI	TEMPAT
1	Manasik Perdana dan Ta'aruf calon Jamaah Haji KBIH AL THOYYIBAH	Bp. HM. Fathurrohman	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
2	Istilah – Istilah dalam Manasik Haji	Bp. HM. Fathurrohman	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
3	Rukun- Rukun Haji	Bp. HM. Fathurrohman	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
4	Wajib-wajib Haji	Bp. HM. Fathurrohman	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
5	Sunnah – Sunnah Haji	Bp. HM. Fathurrohman	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
6	Fiqih Haji	Bp. HM. Fathurrohman	Rumah Bp. HM.

			Fathurrohman
7	Perjalanan Haji	Bp. HM. Fathurrohman	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
8	Ziarah / treveling	Bp. HM. Fathurrohman	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
9	Kesehatan Haji	HM. Qodri (Petugas Kesehatan dari Plantungan)	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
10	Informasi Umum	H. Jamzuri, SH. (Kasi PHU Depag Kendal)	Rumah Bp. HM. Fathurrohman
11	Praktek Manasik Haji	Bp. HM. Fathurrohman dan pengurus	Islamic Centre Manyaran Semarang

(Sumber: diambil dari arsip KBIH Al-Thoyyibah pada tanggal 2 Juni 2010).

3.2.7. Strategi Pemasaran KBIH Al-Thoyyibah

a) Strategi Pemasaran

Strategi *merupakan* sebuah rencana, karena akan menentukan tindakan-tindakan pada masa yang akan datang. Kemudian strategi pemasaran ditetapkan dalam proses perencanaan (*Palnning*).

Perencanaan (*Planning*) merupakan fungsi dasar (*fundamental*) manajemen, karena prinsi-prinsip manajemen yang lain seperti (*Controlling, Organizing*), harus terlebih dahulu direncanakan. Perencanaan ditujukan pada masa depan yang penuh dengan ketidakpastian, karena adanya perubahan kondisi dan situasi. Perencanaan bertujuan untuk menentukan tujuan, kebijakan-kebijakan, prosedur, dan

program serta memberikan pedoman cara-cara pelaksanaan yang efektif dalam mencapai tujuan.

KBIH Al-Thoyyibah menentukan strategi pemasaran yang ditetapkan dan terprogram. Program merupakan suatu rencana yang pada dasarnya telah menggambarkan rencana yang konkret. Pada tahun 2007 dan tahun 2008, KBIH Al-Thoyyibah menggunakan strategi pemasaran yaitu *Pertama*, memanfaatkan para jamaah haji yang telah melakukan bimbingan ibadah haji di KBIH Al-Thoyyibah, *Kedua*, menyebarkan brosur serta pamphlet. Pada tahun 2007, KBIH Al-Thoyyibah merencanakan dapat merekrut calon jamaah haji sekitar 50 orang. Kemudian pada tahun 2008, KBIH Al-Thoyyibah merencanakan dapat merekrut calon jamaah haji sekitar 60 *orang*.

Pada tahun 2009 *KBIH* Al-Thoyyibah merencanakan dapat merekrut calon jamaah haji sekitar 80 orang. Untuk itu, pada tahun 2009 *KBIH* Al-Thoyyibah berusaha lebih memajukan *KBIH* dengan menambah strategi pemasaran yang digunakan, yaitu dengan memanfaatkan media internet, berupa *Blog* dan *Website*.

b) Keunggulan Bersaing.

KBIH Al-Thoyyibah mengedepankan strategi pemasaran *KBIH* serta pelayanan kepada peserta bimbingan

ibadah haji. Walaupun umur dari KBIH Al-Thoyyibah masih tergolong muda dibanding dengan KBIH Multazam namun dalam eksistensinya KBIH Al-Thoyyibah berusaha keras untuk mengenalkan kepada khalayak umum tentang keberadaan dan keunggulan-keunggulan KBIH melalui strategi pemasaran yang dipakai.

Wujud dari usaha keras diatas adalah strategi pemasaran KBIH dengan memanfaatkan jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah untuk menginformasikan kepada calon jamaah haji lain agar masuk atau mendaftar di KBIH Al-Thoyyibah. Pada awalnya KBIH Al-Thoyyibah mencari sendiri calon jamaah haji. Namun lama kelamaan, ketika sudah ada jamaah haji yang pernah mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah maka pihak KBIH meminta jamaah haji tersebut untuk menginformasikan keberadaan dan keunggulan KBIH.

c) Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Pada tahun 2007 dan tahun 2008, proses pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Al-Thoyyibah hampir sama dengan apa yang dilakukan oleh KBIH Multazam yaitu *Pertama*, dengan cara memanfaatkan para jamaah haji yang telah melakukan bimbingan ibadah haji di KBIH ini. Banyak dari jamaah haji yang mengikuti bimbingan di KBIH Al-

Thoyyibah menyatakan bahwa pelayanan yang dilakukan KBIH Al-Thoyyibah sangat memuaskan maka banyak jamaah haji yang mengajak calon jamaah haji yang sedang mencari KBIH untuk mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah. KBIH Al-Thoyyibah melakukan hal tersebut, karena menurut Ketua KBIH ini dilakukan karena KBIH Al-Thoyyibah hanya semata-mata membantu calon jamaah haji dan mengharap ridho Allah SWT.

Kedua, KBIH Al-Thoyyibah juga melakukan penyebaran brosur serta pamflet agar calon jamaah haji yang jauh dan belum mengetahui KBIH Al-Thoyyibah dapat mengetahui keberadaan KBIH tersebut.

Pada tahun 2009, KBIH Al-Thoyyibah berusaha memasarkan KBIH dengan menggunakan media internet, berupa *Blog* dan *Website* agar dapat menarik minat dari calon jamaah haji agar mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah. Hal ini dilakukan karena banyak masukan dari orang-orang yang mengetahui KBIH Al-Thoyyibah, terutama para jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah yang mencoba menawarkan untuk menggunakan media ini. Karena dirasakan media ini banyak manfaatnya. Sehingga mulai tahun 2009, KBIH Al-Thoyyibah menggunakan media internet ini.

d) Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Hasil kerja keras para pengurus dalam memasarkan KBIH ini ternyata membuahkan hasil yang baik, terbukti dengan semakin banyaknya calon jamaah haji yang mendaftar dan mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah. Pada tahun 2007, yang dalam perencanaannya dapat merekrut calon jamaah haji yang berjumlah 50 orang, ternyata dengan usaha-usaha yang dilakukan diantaranya dengan (proses pemasaran) maka pada tahun 2007 KBIH Al-Thoyyibah memperoleh calon jamaah haji yang berjumlah 58 orang. Walaupun terjadi peningkatan hanya sedikit pertambahan calon jamaah, namun menurut KBIH Al-Thoyyibah hal ini sudah sangat membanggakan namun harus tetap berusaha meningkatkan lagi.

Pada tahun 2008, KBIH Al-Thoyyibah merencanakan memperoleh calon jamaah haji sekitar 60 orang. Dengan berbagai usaha yang dilakukan oleh pengurus KBIH, maka di tahun 2008 KBIH Al-Thoyyibah mendapatkan calon jamaah haji yang berjumlah 64 orang. Sama halnya pada tahun 2007, tahun 2008 juga terjadi peningkatan namun hanya berapa persen saja. Walaupun begitu hal ini justru menjadi semangat tersendiri bagi para pengurus KBIH Al-Thoyyibah untuk

lebih meningkatkan mutu dan kualitas demi memajukan KBIH Al-Thoyyibah.

Pada tahun 2009, KBIH Al-Thoyyibah merencanakan memperoleh calon jamaah haji sekitar 80 orang. Dengan belajar dari pengalama – pengalaman tahun kemarin serta dengan jerih payah para pengurus untuk meningkatkan jumlah calon jamaah haji, maka pada tahun 2009 KBIH Al-Thoyyibah memperoleh calon jamaah haji yang berjumlah 102 orang. Hal ini merupakan suatu kebanggaan atas kerja keras selama ini. Banyak dari jamaah haji yang mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah menyatakan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh KBIH Al-Thoyyibah sangat baik, tidak hanya omongan belaka atau bukan hanya dalam proses pemasarannya yang menunjukkan hal baik di (brosur serta *Blog*) saja. Namun dalam prakteknya KBIH AL-Thoyyibah sangat menjaga kepercayaan calon jamaah haji dengan melayani sebaik-baiknya. (Hasil wawancara dengan ketua KBIH Al-Thoyyibah, Bapak H. M. Fathurrahman pada tanggal 25 Mei 2010 di Desa Johorejo RT 05 RW 01 Kecamatan Gemuh Kabupaten Kendal).

Proses pemasaran sangat berpengaruh pada kemajuan sebuah lembaga atau organisasi. Ketika proses pemasaran sudah dilakukan dengan baik maka semakin banyak orang

yang mengetahui adanya organisasi atau lembaga tersebut. Langkah selanjutnya adalah berusaha mengelola dan melayani calon jamaah haji dengan baik. Sehingga dari hal ini akan tercipta kondisi yang stabil dan terus meningkat, bukan sebaliknya yaitu jamaah merasa kurang dilayani sehingga banyak yang berpindah ke KBIH lain.

Penyelenggaraan komunikasi dengan obyek merupakan suatu syarat mutlak bagi setiap lembaga yang menghasilkan produk yang ditujukan kepada para konsumen yang tidak dikenalnya. Penyelenggaraan komunikasi dengan pasar (calon jamaah haji) juga berarti suatu syarat mutlak bagi suatu lembaga yang ingin menjamin kelangsungan hidupnya dan terus maju berkembang.

3.2.8. Data Calon Jamaah Haji Tahun 2007-2009

1. Data Calon Jamaah Haji Tahun 2007

Pada tahun 2007 KBIH Al-Thoyyibah memperoleh 57 calon jamaah haji yang terdiri dari 29 calon jamaah haji laki-laki dan 28 calon jamaah haji perempuan. Jumlah pembimbing di KBIH Al-Thoyyibah pada tahun 2007 adalah satu orang yaitu KH. M. Fathurrahman.

(Data calon jamaah haji tahun 2008 dapat dilihat di lampiran).

2. Data Calon Jamaah Haji Tahun 2008

Pada tahun 2008 KBIH Al-Thoyyibah mengalami peningkatan. Pada tahun 2008 KBIH Al-Thoyyibah memperoleh 64 calon jamaah haji yang terdiri dari 33 calon jamaah haji laki-laki dan 31 calon jamaah haji perempuan. Jumlah pembimbing di KBIH Al-Thoyyibah pada tahun 2007 adalah satu orang yaitu KH. M. Fathurrahman.

(Data calon jamaah haji tahun 2008 dapat dilihat di lampiran).

3. Data Calon Jamaah Haji Tahun 2009

Pada tahun 2009 KBIH Al-Thoyyibah mengalami banyak peningkatan. Pada tahun 2008 KBIH Al-Thoyyibah memperoleh 102 calon jamaah haji yang terdiri dari 47 calon jamaah haji laki-laki dan 55 calon jamaah haji perempuan. Jumlah pembimbing di KBIH Al-Thoyyibah pada tahun 2007 adalah satu orang yaitu KH. M. Fathurrahman.

(Data calon jamaah haji tahun 2009 dapat dilihat di lampiran).

3.3. Persamaan dan Perbedaan Strategi Pemasaran KBIH Multazam dan KBIH Al-Thoyyibah

1) Persamaan Strategi Pemasaran KBIH Multazam dan KBIH Al-Thoyyibah

Persamaan dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Multazam dan KBIH Al-Thoyyibah diantaranya adalah;

pertama, sama-sama memanfaatkan para jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di kedua KBIH tersebut agar menyampaikan informasi kepada calon jamaah haji lainnya yang sedang mencari bimbingan haji, untuk ikut bergabung di kedua KBIH tersebut. Jika pelayanan yang diberikan KBIH memenuhi keinginan jamaah haji maka dengan sendirinya jamaah haji tersebut yang akan mempromosikan KBIH tersebut. Begitu pula sebaliknya, ketika jamaah haji merasa kurang diperhatikan atau kurang dilayani oleh KBIH maka jamaah haji tersebut mustahil akan mempromosikan KBIH. Jadi melakukan komunikasi dengan jamaah haji sangat berpengaruh bagi kemajuan KBIH di masa yang akan datang.

Hal ini sangat berpengaruh bagi kelancaran proses pemasaran sebuah KBIH. Karena penyelenggaraan komunikasi dengan obyek merupakan suatu syarat mutlak bagi setiap lembaga yang menghasilkan produk yang ditujukan kepada para konsumen yang tidak dikenalnya. Penyelenggaraan komunikasi dengan pasar (calon jamaah haji) juga berarti suatu syarat mutlak bagi suatu lembaga yang ingin menjamin kelangsungan hidupnya dan terus maju berkembang.

Kedua, pengedaran pamflet atau brosur agar menarik minat para calon jamaah haji untuk ikut bimbingan di KBIH Multazam dan KBIH Al-Thoyyibah. Cara ini ternyata sangat membantu kegiatan pemasaran KBIH. Hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan

jamaah haji yang ikut bimbingan di KBIH tersebut membuktikan bahwa banyak jamaah haji yang mengetahui KBIH dengan membaca pamflet yang diedarkan oleh KBIH. Untuk selanjutnya calon jamaah haji biasanya tertarik dengan tulisan yang tertera dibrosur atau pamflet, kemudian mereka akan menghubungi atau mendatangi alamat KBIH. Proses ini akan terus berlanjut ketika pihak KBIH dapat memberikan pelayanan yang baik. Tidak sekedar tulisan yang tertera di brosur dan pamflet, namun dapat dibuktikan dalam kenyataannya.

Persamaan diatas sangat berpengaruh kepada masyarakat (calon jamaah haji) serta dampak positifnya banyak calon jamaah haji yang ikut mendaftar bimbingan di kedua KBIH tersebut.

2) Perbedaan Strategi Pemasaran KBIH Multazam dan KBIH Al-Thoyyibah

Perbedaan strategi pemasaran KBIH Multazam dan KBIH Al-Thoyyibah terletak pada; *Pertama*, KBIH Multazam mengerahkan para pengurus agar mendata orang-orang yang akan menunaikan ibadah haji di desa-desa. Pengurus KBIH Multazam yang menempati desanya masing – masing mendata tetangga atau saudara yang hendak menunaikan ibadah haji. Mereka menawarkan bimbingan KBIH Multazam kepada calon jamaah haji tersebut. Sehingga nantinya calon jamaah haji tersebut dapat tertarik dan akhirnya mendaftar untuk mengikuti bimbingan ibadah haji di KBIH Multazam. Melalui cara inilah KBIH Multazam dapat menarik

perhatian para calon jamaah haji. Dalam proses ini, KBIH Al-Thoyyibah tidak melakukan hal yang sama karena menurut Ketua KBIH Al-Thoyyibah hal ini tidak perlu dilakukan. KBIH Al-Thoyyibah lebih memfokuskan para pengurusnya dalam proses pelayanan KBIH itu sendiri. KBIH Al-Thoyyibah lebih mengedepankan komunikasi kepada para jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan ibadah haji di KBIH Al-Thoyyibah karena ketua KBIH percaya bahwa secara tidak langsung para jamaah haji itulah yang akan membawa citra baik kepada calon jamaah haji lainnya.

Kedua, KBIH Al-Thoyyibah melakukan strategi pemasaran KBIH dengan menggunakan media internet, berupa *Blog* dan *Website* agar dapat menarik minat dari calon jamaah haji agar mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah. Karena perkembangan zaman yang terus bergulir, maka strategi ini dirasa sangat dibutuhkan dan sangat membantu proses pemasaran KBIH. Ternyata strategi dengan memanfaatkan media internet ini membuahkan hasil yang baik, terbukti dengan semakin banyaknya calon jamaah haji yang mendaftar dan mengikuti bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan ibadah haji di KBIH Al-Thoyyibah membuktikan bahwa media internet yang banyak digemari oleh para remaja ini ternyata berdampak positif karena

banyak dari calon jamaah haji yang mengetahui informasi KBIH Al-Thoyyibah juga dicarikan informasi/ perantara anak-anak mereka yang mencari data KBIH di internet.

Hasil dari ini adalah anak-anak tertarik pada KBIH Al-Thoyyibah sehingga nanti mereka yang menyarankan kepada orang tuanya untuk ikut bimbingan di KBIH Al-Thoyyibah. Orang tua akan menindak lanjuti informasi tersebut dengan menghubungi pihak KBIH atau mendatangi langsung KBIH tersebut untuk mengetahui lebih dalam tentang pelayanan dan seluk beluk bimbingan yang KBIH tersebut lakukan.