

## BAB I PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam. Melaksanakannya adalah wajib bagi setiap muslim yang telah mampu. Menunaikan ibadah haji adalah sesuatu yang sangat dirindukan oleh setiap umat Islam, bahkan oleh yang telah menunaikannya berkali-kali sekalipun.

Haji merupakan ibadah yang istimewa karena haji adalah ibadah badaniyah (fisik) dan maliyah (harta). Haji adalah ibadah yang mencakup keduanya, karena ibadah haji merupakan ibadah yang menempuh perjalanan yang membutuhkan nafkah (pembekalan) (Yusuf, 2003: 5).

Karena itu haji merupakan ibadah yang diwajibkan oleh Allah bagi yang mampu menjalankannya. Firman Allah dalam Q.S Ali Imran ayat 97:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مِّمَّا قَامَ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ

الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

*Artinya:* 97. padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim[215]; Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah[216]. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. [215] Ialah: tempat Nabi Ibrahim a.s. berdiri membangun Ka'bah. [216] Yaitu: orang yang sanggup mendapatkan perbekalan dan alat-alat pengangkutan serta sehat jasmani dan perjalanapun aman.

Menurut Ibrahim Muhammad Al-Jamal dalam bukunya “Fiqih Al-Ma’rat Al-Muslimah” arti haji menurut bahasa adalah menuju tempat yang suci, sedangkan menurut syara’ haji adalah berziarah ke Baitullah Al-Haram

melakukan wukuf di Arafah dan sa'i antara bukit Shafa dan Marwa dengan cara tertentu dalam waktu dan niat tertentu pula (Ibrahim, 1986: 286).

Haji merupakan ibadah rutin yang dijalankan umat manusia yang mampu untuk melaksanakan haji disetiap tahunnya. Haji pada hakikatnya merupakan aktifitas suci yang pelaksanaannya diwajibkan oleh Allah kepada umat Islam bagi yang mampu (*istito'ah*). Haji juga disebut sebagai kegiatan puncak ketaatan manusia dan berserah diri kepada Allah baik secara fisik, material, maupun spiritual (Ali, 2000: 1). Bagi setiap muslim di Indonesia, ibadah haji merupakan ibadah yang memiliki makna penting. Tidak diragukan lagi bahwa haji merupakan salah satu kewajiban yang agung dan mulia didalam Islam. Dasar akan wajibnya haji termaktub dalam Al-Qur'an, Sunnah, dan Ijma' (Yusuf, 2003:5).

Dewasa ini banyak terdapat KBIH yang membantu pelaksanaan pemberangkatan haji umat Islam. Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) merupakan salah satu organisasi dakwah yang bertugas untuk membantu proses pelayanan haji di Indonesia. Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan (Ratminto, 2013: 2). Pelayanan yang baik akan mempengaruhi banyaknya jumlah calon jamaah haji di Indonesia, maka dibutuhkan pengelolaan KBIH yang profesional sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap jamaahnya, dan KBIH yang berhasil perlu diinformasikan dalam bentuk promosi yang baik sehingga hal ini menggugah keinginan memiliki sesuatu prodak tertentu (Sondang, 1995: 212). Dengan promosi yang sesuai dengan minat yang diinginkan oleh jamaahnya, maka jamaah tersebut tidak segan-segan mengajak orang lain untuk mengikuti KBIH tersebut. Dewasa ini terdapat persaingan yang tidak dapat dihindari, maka KBIH mempunyai strategi yang

unggul agar mempunyai jama'ah yang mengikutinya. KBIH juga mempunyai manajemen organisasi atau tata aturan tentang strategi pemasaran. Strategi pemasaran dibutuhkan oleh KBIH agar berjalan dengan lancar dan efisien.

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan (Sofyan 2004: 168).

Berdasarkan penjelasan diatas, apabila organisasi atau KBIH tidak terdapat strategi, maka KBIH tidak berjalan dengan baik karena strategi merupakan prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi, strategi adalah pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi (Faisal, 2005: 3).

Hal ini dapat dilihat di KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus, ke dua KBIH tersebut menggunakan strategi pemasaran dalam organisasinya. Dilihat dari strategi yang digunakan oleh KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah, strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Nahdlatul Ulama' sedikit berbeda dari KBIH Muhammadiyah. Melihat dari jumlah jama'ah di KBIH Nahdlatul Ulama' cenderung lebih banyak dari pada KBIH Muhammadiyah, salah satu penyebabnya adalah karena mayoritas masyarakat Kabupaten Kudus memiliki pemahaman keagamaan Nahdlatul Ulama'.

Dari perbedaan jumlah jama'ah KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah penulis merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian di KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah yang terkait dengan strategi pemasaran di kelompok bimbingan haji. Atas dasar itu penulis akan memahas lebih lanjut tentang **“STUDI KOMPARATIF STRATEGI PEMASARAN KBIH NADLATUL ULAMA' DAN KBIH MUHAMMADIYAH KABUPATEN KUDUS TAHUN 2013”**

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah dalam meningkatkan jumlah calon jama'ah haji?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi pemasaran di KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus dalam meningkatkan jumlah calon jama'ah haji?

## **C. Tujuan dan manfaat penelitian**

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

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menemukan jawaban rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah dalam meningkatkan jumlah calon jama'ah haji.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi pemasaran di KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus dalam meningkatkan jumlah calon jama'ah haji.

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

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dengan diadakan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Secara Teoritis, penelitian ini adalah sebagai bahan acuan yang digunakan oleh Kelompok Bimbingan Haji Nahdlatul Ulama' dan

Kelompok Bimbingan Haji Muhammadiyah serta KBIH lainnya dalam strategi pemasaran. Dan selain itu juga menambah khazanah ilmu pengetahuan dakwah khususnya jurusan manajemen dakwah, dengan harapan dapat dijadikan salah satu bahan studi banding pada peneliti yang lain.

- b. Secara Praktis, penelitian ini sebagai salah satu sarana bagi pengelola KBIH tentang bagaimana cara memasarkan KBIH agar banyak diminati oleh masyarakat luas.

#### **D. KAJIAN PUSTAKA**

Kajian pustaka ini dimaksudkan sebagai bahan pertimbangan, perbandingan, penelitian sebelumnya yang tentunya masing-masing mempunyai andil besar mencari teori, konsep-konsep, generalisasi-generalisasi yang dapat dijadikan landasan teoritis bagi penelitian yang hendak dilakukan. Daftar dan karya penelitian yang peneliti tersebut jadikan sebagai kajian pustaka sebagai berikut:

Pertama: Skripsi yang disusun oleh Siti Zulaichah (Tahun: 2010: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang): *“Peningkatan jumlah calon jama’ah haji di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) melalui strategi pemasaran (Studi Komparasi KBIH Multazam dan KBIH Al-Thoyyibah Kab. Kendal)”*. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Multazam dan KBIH Al-Thoyyiah dalam peningkatan jumlah perolehan calon jama’ah haji. Dan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran sangat berpengaruh dengan kemajuan dan kelangsungan pada sebuah lembaga (KBIH).

Kedua: Skripsi yang disusun oleh Joko Mesdy (Tahun: 2006: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang): *“Studi Komparasi terhadap Manajemen Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah & Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama’ Jawa Tengah 2005”*. Skripsi ini membahas tentang

perbandingan terhadap Manajemen Dakwah Majelis Tabligh Muhammadiyah dan Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama' Jawa Tengah 2005. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan majelis dakwah antara majelis tabligh Muhammadiyah dan Lembaga Dakwah Nahdlatul Ulama' Jawa Tengah 2005, perbandingannya meliputi konsep, aplikasi, dan problem manajemen yang mengitari kedua lembaga tersebut.

Ketiga: Skripsi yang disusun oleh Laila Ishayatun Nisa Awaliyah (Tahun: 2008: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang): "*Studi komparasi Manajemen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Nahdlatul Ulama' & Muhammadiyah di Kab. Tegal (2006-2008)*". Skripsi ini membahas tentang perbandingan antara Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Nahdlatul Ulama' dan Muhammadiyah. Bahwa KBIH Nahdlatul Ulama' menggunakan fungsi perencanaan sebagai salah satu fungsi manajemen, karena pengelolaan manajemen KBIH Nahdlatul Ulama' yang diterapkan dapat dikatakan mendasar pada program kerja. Sedangkan KBIH Muhammadiyah tidak jauh beda dengan KBIH Nahdlatul Ulama', KBIH Muhammadiyah sangat jelas mengaplikasikan fungsi-fungsi manajemen.

Keempat skripsi yang disusun oleh Jamil (Tahun: 2012: Fakultas Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang): "*Strategi pemasaran penghimpunan dana zakat, infaq, dan shadaqoh pada Badan Amil Zakat (Studi kasus Badan Amil Zakat Kab. Wonosobo)*". Skripsi ini membahas tentang Strategi pemasaran himpunan dana zakat, infaq, dan shodaqoh yang terdapat di Badan Amil Zakat. BAZDA merupakan salah satu lembaga ambil zakat yang sangat potensial untuk mensejahterakan masyarakat Wonosobo, sebab BAZDA Kab. Wonosobo sudah mempunyai donator atau muzakki yang jelas yaitu dari golongan PNS. Strategi pemasaran yang digunakan oleh BAZDA Kab. Wonosobo adalah program gerakan sadar zakat. BAZDA Kab. Wonosobo lebih memprioritaskan penghimpunan dana zakat, infaq, dan shodaqoh melalui Unit Pengumpulan Zakat yang terdapat di kecamatan.

Kelima skripsi yang disusun oleh Balqis (Tahun: 2008: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta): "*Strategi pemasaran Biro Perjalanan Haji dalam meningkatkan jumlah jama'ah*". Skripsi ini membahas tentang peningkatan jumlah calon jamaah haji, dengan meningkatnya jumlah calon jamaah haji maka lembaga tersebut menjalankan organisasinya dengan menggunakan strategi pemasaran agar masyarakat banyak yang berminat untuk mengikuti. Biro perjalanan haji dalam melakukan strategi pemasaran sesuai dengan syari'at Islam.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian tersebut penulis menyadari bahwasannya penelitian yang digunakan bukanlah hal yang baru, banyak tulisan yang membahas mengenai strategi pemasaran baik secara detail maupun umum. Penelitian yang digunakan oleh penulis tentang peningkatan jumlah calon jama'ah di kelompok bimbingan ibadah haji melalui strategi pemasaran. Penelitian ini dilakukan di salah satu KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah di Kabupaten Kudus. Penelitian ini akan menjelaskan tentang peningkatan jumlah calon jama'ah haji melalui strategi pemasaran. Dengan demikian penelitian ini berbeda dengan karya-karya yang telah dicantumkan.

## **E. METODOLOGI PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2007: 8-9).

Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting), disebut juga metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut sebagai penelitian kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya bersifat kualitatif (Sumadi, Jakarta: 80).

## **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian merupakan sumber subjek dari mana data dapat diperoleh. Data-data yang dijadikan acuan dalam penelitian ini diambil dari berbagai sumber di antaranya:

Sumber data primer; data yang diperoleh langsung dari objek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Data primer juga disebut data asli (Saifudin 1998: 91). Sumber data primer dari penelitian ini adalah para pengelola dan pembimbing dari KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus.

Sumber data sekunder; data yang mendukung data primer dan dapat diperoleh dari luar objek penelitian (Nazir 1998: 235). Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah data yang tidak berasal dari data primer yang dapat memberikan dan melengkapi serta mendukung informasi terkait dengan objek penelitian. Sumber data sekunder dari penelitian ini adalah dari dokumen, lapangan, dan kepustakaan yang lain yang mendukung dari data sekunder seperti arsip, visi dan misi, struktur organisasi yang terdapat pada KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para *interviewee* (Joko, 2011: 39).

Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung tentang sesuatu yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus. Wawancara ini dilakukan kepada Pemimpin, dan karyawan KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus.

b. Dokumen

dokumen merupakan cara pengumpulan data dengan meneliti bahan dokumentasi yang ada dan mempunyai relevansi dengan tujuan penelitian (Anas, 2008: 30).

Teknik ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data tentang:

- 1) Kondisi dan gambaran umum tentang KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah.
- 2) Keadaan organisasi yang terdapat dalam KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah.
- 3) Sarana dan fasilitas KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah.
- 4) Data jumlah calon jama'ah haji.

c. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Joko, 2011:63). Penulis melakukan penelitian dengan cara meneliti langsung terhadap segala sesuatu yang terkait dengan strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus, dengan cara

mengamati atau mengikuti pengajian rutin antar angkatan di KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus.

#### 4. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Langkah-langkah analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

##### a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi (Sugiyono, 2010:339). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2010: 338).

Tahapan reduksi data dilakukan untuk menelaah data secara keseluruhan yang diperoleh dari lapangan. Dalam penelitian ini, berarti mereduksi data meliputi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran, serta hal-hal pokok yang dianggap penting yang diperoleh dari KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah.

##### b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya mendisplaykan data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk

memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut (Sugiyono,2010: 341).

Dalam penelitian ini, akan mendiskripsikan data berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan secara rinci terkait dengan fokus penelitian yang disajikan dengan teks naratif.

c. *Verifikasi Data*(Penarikan Kesimpulan)

Langkah selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2010: 345).

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif, diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan berupa data deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Dalam penelitian ini, berarti kesimpulan yang didapatkan merupakan temuan mengenai permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah untuk menggunakan metode strategi seperti apa yang sebaiknya digunakan agar masyarakat tertarik untuk mengikutinya.

## **F. SISTEMATIKA PENULISAN**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis dan konsisten serta dapat menunjukkan gambaran yang utuh dalam skripsi ini, maka penulis akan menguraikan dalam tiga bagian, yaitu awal, bagian isi, dan bagian akhir.

Bagian awal skripsi berisi halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, halaman pernyataan, halaman abstrak, kata pengantar, daftar isi, dan daftar lampiran.

Bagian isi skripsi terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab pertama berisi tentang Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan metodologi penelitian.

Bab kedua berisi tentang landasan teori yang terdiri dari dua sub bab, sub bab pertama berisi tentang ibadah haji yang meliputi pengertian ibadah haji, macam-macam ibadah haji, wajib haji, dan rukun haji. Sub bab kedua berisi tentang strategi pemasaran yang terdiri dari pengertian strategi, pengertian pemasaran, pengertian strategi pemasaran, jenis-jenis strategi pemasaran, dan manfaat strategi pemasaran.

Bab ketiga berisi tentang gambaran umum KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah yang meliputi tinjauan historis, visi dan misi, tujuan organisasi, struktur organisasi, program kerja KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah, strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah, faktor pendukung dan penghambat KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah.

Bab keempat membahas tentang analisis data penelitian tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah dalam meningkatkan jumlah calon jama'ah haji dan faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi pemasaran di KBIH Nahdlatul Ulama' dan KBIH Muhammadiyah dalam meningkatkan jumlah calon jama'ah haji.

Bab kelima terdiri dari kesimpulan, saran-saran dan penutup.

Bagian akhir dari skripsi ini adalah daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat pendidikan peneliti.