

**STRATEGI PEMASARAN KELOMPOK BIMBINGAN
IBADAH HAJI (KBIH) YAYASAN ASSALAMAH KOTA
PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)



Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh :

MUH. NUR KHOLIS

(121311044)

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2016

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (Lima) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
a.n. Muh. Nur Kholis

Semarang, 03 November 2016

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
Dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi, dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Muh. Nur Kholis

NIM : 121311044

Fak/ Jur. : Dakwah Dan Komunikasi/ MD

Judul Skripsi : **“Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Yayasan Assalamah Kota Pekalongan”**.

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Bidang Substansi Materi



Dr. Hj. Yuyun Affandi, M.A.
NIP. 19600603 199203 2 002

Bidang Metodologi & Tatatulis



Drs. H. Fachrur Rozi, M.Ag.
NIP. 19690501 199403 1 001

PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI
(KBIH) YAYASAN ASSALAMAH KOTA PEKALONGAN**

Disusun oleh :

Muh. Nur Kholis
121311044

Telah dipertahankan didepan dewan penguji
pada tanggal 29 November 2016 dan dinyatakan lulus memenuhi syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/ Penguji I

H. M. Alfandi, M. Ag
NIP. 19710830 199703 1 003

Sekretaris/ Penguji II

Abdul Ghoni, M. Ag
NIP. 19770709 200501 1 003

Penguji III

Dr. H. Muhammad Sulthon, M. Ag
NIP. 19620827 199203 1 001

Penguji IV

Dr. Hj. Misbah Zulfa E, M. Hum.
NIP. 19620107 199903 2 001

Pembimbing I

Dr. Hj. Yuvun Affandi, M.A.
NIP. 19600603 199203 2 002

Pembimbing II

Drs. H. Fachrur Rozi, M. Ag.
NIP. 19690501 199403 1 001



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi dan di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 01 November 2016



Muh. Nur Kholis

NIM.121-311-044

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا
بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya:

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri.”(QS. Ar- Ra’du: 11)¹

"مَنْ جَدَّ وَجَدَّ"

Artinya: “Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka pasti akan ada jalannya”.

“Tidak ada keberhasilan tanpa adanya suatu proses,
Maka nikmatilah setiap proses yang ada.”

¹Departemen Agama RI, 2005, *Alqur'an Dan Terjemahnya*, Jakarta: CV. Karya Insan Indonesia (KARINDO) hal. 337-338

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang insyaallah memberikan syafa'at kepada umat Nabi Muhammad SAW yang beriman. Tidak lupa karya ini penulis persembahkan untuk :

1. Ayahanda H. Fauzan dan Ibunda Hj. Sri Mugiyati dan keluarga tercinta yang selalu memberikan motivasi, do'a, segala pengorbanan, serta kasih sayang untuk terus berjuang. Semoga Allah Sang Maha Pencipta alam semesta selalu memberikan anugerah tiada tara atas segala pengorbanan dan jasa yang telah diberikan.
2. Kakakku Islahul Afiyah dan Abdul Afif, serta adik-adikku M. Nasikhul Ibad, Umi Khabibah, M. Furqon dan Zaidatul Amanah yang saya banggakan dan saya cintai terima kasih atas pengertiannya dan bantuan do'anya dalam proses penyelesaian pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Hj. Yuyun Affandi, M.A. dan Bapak Drs. H. Fachrur Rozi, M. Ag. selaku pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Masyayikh dan ustadz-ustadz di lingkungan UIN Walisongo Semarang yang selalu memberikan semangat untuk secepatnya menyelesaikan skripsi.
5. Masyayikh dan ustadz-ustadzku dari jenjang pendidikan TK, SD, MTs dan MAS.

ABSTRAKSI

Nama: Muh. Nur Kholis (121-311-044), Dengan judul skripsi: **“Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Yayasan Assalamah Kota Pekalongan”**.

Haji merupakan salah satu rukun islam yaitu rukun yang kelima, hukum melaksanakan haji adalah wajib sekali seumur hidup bagi umat muslim yang mampu, baik secara finansial maupun fisik. Seiring dengan meningkatnya kemampuan ekonomi masyarakat Indonesia, bertambah pula minat masyarakat dalam hal untuk berhaji, maka mengakibatkan adanya persaingan antar KBIH dalam menarik masyarakat untuk ikut dalam KBIH tersebut. KBIH Yayasan Assalamah adalah salah satu KBIH yang ada di kota pekalongan, sekarang ini juga harus menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan KBIH-KBIH lain. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, strategi pemasaran dibutuhkan, yang mana strategi pemasaran ini merupakan salah satu senjata bagi perusahaan untuk menghadapi persaingan pasar.

Dari permasalahan tersebut, penelitian difokuskan untuk mengetahui: strategi pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Yayasan Assalamah dalam memasarkan produk/jasa dalam pembimbingan ibadah haji, faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi pemasaran KBIH Yayasan Assalamah, dan upaya yang dilakukan oleh KBIH Yayasan Assalamah Kota Pekalongan dalam peningkatan jumlah calon jamaah haji.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan, dengan metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode wawancara (*interview*) dan metode dokumentasi sehingga terkumpul data primer dan data sekunder, kemudian di analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang mana mempunyai karakteristik bahwa data yang digambarkan adalah data yang benar-benar ada di lapangan. Dari metode ini akan menghasilkan jawaban penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh KBIH ini yaitu dengan menggunakan beberapa media, yaitu media cetak berupa koran dan brosur, kemudian

media elektronik yaitu lewat radio dan sosial media berupa *Facebook*. Selain itu juga komunikasi lisan (*word of mouth*) juga menjadi media informasi yang dianggap penting, yang juga terjadi di KBIH ini.

Sedangkan upaya yang dilakukan KBIH Yayasan Assalamah dalam menarik jamaah haji supaya mendaftar adalah dengan memanfaatkan jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Yayasan Assalamah dengan menyampaikan dari mulut ke mulut (*word of mouth*), melalui pelayanan yang baik, dan juga dengan menggunakan media sosial berupa *Facebook*.

Adapun kendala atau faktor penghambat dalam strategi pemasaran adalah karena segmentasi geografi dari KBIH ini adalah hanya sebatas wilayah Kota Pekalongan saja. Namun, di Kota Pekalongan bukan hanya ada satu KBIH saja, melainkan terdapat beberapa KBIH yang juga berusaha menarik masyarakat agar ikut mendaftar di KBIH nya, hal itu menjadikan adanya persaingan secara tidak langsung antar KBIH agar setiap tahunnya mendapatkan jamaah, lebih-lebih bisa terus meningkat jumlah calon jamaah nya pada setiap tahunnya.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Karena atas Rahmat dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Yayasan Assalamah Kota Pekalongan”*. Sholawat serta salam penulis sanjungkan kepada beliau baginda Nabi Muhammad SAW beserta segenap keluarga dan sahabatnya semoga kita bisa mendapatkan syafaatnya besok di akhirat kelak.

Penulis sadar akan keterbatasan kemampuan yang ada, maka dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ucapkan terimakasih yang tak terhingga, kepada :

1. Rektor UIN Walisongo Semarang, Bapak Prof. Dr.H. Muhibbin, M, Ag.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, Bapak Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M.Ag.
3. Ibu Dr. Hj. Yuyun Affandi, M.A.dan Bapak Drs. H. Fachrur Rozi, M. Ag. selaku pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang atas segala ilmu yang telah diberikan.
5. Segenap karyawan dan karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

6. Ayahanda H. Fauzan dan Ibunda Hj. Sri Mugiyati, dan Keluarga yang selalu tulus memberikan do'a dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
7. Untuk Mbakku Islahul Afiyah, Masku Abdul Afif, dan adik-adikku M. Nasikhul Ibad, Umi Khabibah, M. Furqon dan Zaidatul Amanah yang selalu memberikan motivasi dan dorongan agar secepatnya menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besar KBIH Yayasan Assalamah Kota Pekalongan yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian ditempatnya.
9. Sahabat-sahabati Alumni MAS Simbang Kulon yang selalu menemani dalam suka maupun duka selama menimba ilmu di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
10. Untuk keluarga MD-B 2012 yang selalu ada untuk berbagi cerita dan tawa.
11. Untuk seseorang yang istimewa, Puji Lestari Ningsih yang selalu mendorong, menyemangati, memotivasi dan menjadi teman diskusi untuk menyelesaikan skripsi.
12. Untuk temanku M. Kholilurrohman (Colel) yang selalu menjadi teman diskusi dan mendorong untuk secepatnya menyelesaikan skripsi.
13. Senior-senior yang sudah memberikan banyak pengalaman selama ini.

14. UKM Musik UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang sangat luar biasa yang tidak saya dapatkan dibangku perkuliahan.
15. Dan semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
- 16.

Do'a ku untuk mereka, "semoga Allah membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari yang mereka berikan pada diriku". Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh untuk disebut sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran maupun masukan sangat penulis harapkan. Meskipun dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, penulis tetap berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. *Amin...*

Semarang, 01 November 2016

Penulis

Muh. Nur Kholis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN ABSTRAKSI	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR ISI	xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Metode Penelitian	15
G. Sistematika Penulisan	20

BAB II : STRATEGI PEMASARAN DAN KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH)

A. Strategi Pemasaran	23
1. Pengertian Strategi Pemasaran	23
2. Tipe-Tipe Strategi Pemasaran	33

	3. Proses Pemasaran	37
B.	Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) .	50
	1. Pengertian KBIH	50
	2. Syarat Pendirian KBIH	50
	3. Hak Dan Kewajiban KBIH	51
	4. Tugas Dan Fungsi KBIH	52
BAB III	: GAMBARAN UMUM KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) YAYASAN ASSALAMAH KOTA PEKALONGAN	
	A. Geografi Kota Pekalongan	57
	B. Sejarah Berdirinya KBIH Yayasan Assalamah	60
	C. Visi, Misi Dan Motto KBIH Yayasan Assalamah	62
	D. Struktur Organisasi KBIH Yayasan Assalamah	63
	E. Fasilitas KBIH Yayasan Assalamah	68
	F. Perkembangan Jamaah KBIH Yayasan Assalamah	70
	G. Strategi Pemasaran KBIH Yayasan Assalamah	74
	H. Upaya yang dilakukan KBIH Yayasan Assalamah Dalam Menarik Jamaah	77
BAB IV	: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KBIH YAYASAN ASSALAMAH KOTA PEKALONGAN	

A. Analisis Strategi Pemasaran Pada KBIH Yayasan Assalamah	81
1. Pemilihan Strategi Pemasaran Pada KBIH Yayasan Assalamah	81
2. Segmentasi Pasar KBIH Yayasan Assalamah	84
3. Strategi Posisi Bisnis KBIH Yayasan Assalamah	85
4. Marketing Mix Pada KBIH Yayasan Assalamah	86
B. Analisis SWOT Strategi Pemasaran KBIH Yayasan Assalamah	93

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	99
B. Saran	101
C. Penutup	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar kelurahan yang ada di Kota Pekalongan	hal. 60
Tabel 4.1 Analisis SWOT strategi pemasaran KBIH Yayasan Assalamah.....	hal. 94