

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Umat Islam rela meninggalkan pekerjaan dan keluarganya selama waktu tertentu dan siap bersusah payah untuk menunaikan rukun Islam yang ke lima tersebut karena tingginya nilai ibadah haji.

Firman Allah (QS. Ali-Imron: 97) :

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا، وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barang siapa mengingkari (kewajiban haji), maka Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam” (Departemen Agama RI, 1971:92).

Seiring dengan meningkatnya kemampuan ekonomi masyarakat Indonesia, jumlah jamaah haji Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan bahkan jumlahnya melebihi kuota yang disediakan. Sebagai konsekuensi dari peningkatan jumlah jamaah haji, pemerintah sudah memiliki badan khusus dalam menangani hal tersebut yang berada di bawah naungan Kementrian Agama. Kementrian Agama bekerja sama dengan masyarakat yang dapat melakukan bimbingan ibadah haji dengan dilakukan secara individu ataupun kelompok. Dari sinilah

kemudian lahir Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang berdasarkan Undang-Undang Nomer 13 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji lebih tepatnya BAB VII tentang pembinaan pada ayat 1 yang berbunyi:

“dalam rangka pembinaan ibadah haji, masyarakat dapat memberikan bimbingan ibadah haji, baik dilakukan secara perseorangan maupun dengan membentuk kelompok bimbingan”

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang merupakan sebuah organisasi dakwah yang bertugas untuk membimbing para calon jama'ah haji agar dapat melaksanakan ibadah haji sesuai dengan syarat dan rukun haji dan nantinya akan menjadi haji yang mabrur. Bimbingan ibadah haji yang diberikan kepada calon jamaah haji sangatlah penting, karena dengan melalui pendidikan dan pelatihan jamaah haji dapat memperoleh pengetahuan, ketrampilan, serta memahami materi manasik haji. Tujuan dari bimbingan ibadah haji adalah meningkatkan ilmu pengetahuan khususnya tentang tata cara pelaksanaan ibadah haji. Beberapa masalah yang sering dihadapi oleh calon jamaah haji dalam proses bimbingan serta sebagai penghambat keberhasilan tujuan bimbingan secara efektif adalah latar belakang calon jamaah haji yang beragam terutama kependidikan, menurut data yang diperoleh lebih dari 50% berpendidikan sekolah dasar (SD), dan

terdapat jamaah yang tidak bisa berbahasa Indonesia dan tidak bisa untuk baca tulis (Depag, 2006: 2).

Dalam pelaksanaan bimbingan ibadah haji pemerintah sebagai penyelenggara ibadah haji dalam hal ini Kementerian Agama bekerja sama dengan masyarakat yang dapat melakukan bimbingan ibadah haji dengan dilakukan secara individu ataupun kelompok. Kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH) sangat dirasakan manfaatnya oleh calon jamaah haji. Sebab kekurangan bekal pemahaman tentang pelaksanaan ibadah haji telah dipenuhi oleh KBIH. KBIH dapat melaksanakan bimbingan apabila telah mendapatkan izin dari Kepala Kantor Wilayah Departemen Agama dengan memenuhi persyaratan serta menaati peraturan yang ada untuk mengadakan pembinaan terhadap jamaah haji.

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) juga merupakan sebuah organisasi yang tentunya mempunyai aturan atau manajemen organisasi. Karena organisasi merupakan sebuah kesatuan yang terdiri dari sejumlah komponen yang berinterelasi, dimana perimbangan serta koordinasinya merupakan kunci-kunci bagi upaya memaksimalkan kerja serta mengoptimalkan efisiensi secara keseluruhan (Winardi, 2004: 46-56). Maka Pendirian sebuah organisasi maupun lembaga tidak dapat dipisahkan dari tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang maupun sekelompok orang, begitu pula dengan KBIH yang di dalamnya dibentuk oleh

sekelompok orang yang dinilai mampu mengelola dan merawat serta membimbing jamaah haji dalam menunaikan ibadah haji.

KBIH merupakan organisasi yang bergerak dalam bidang jasa. Siapa pun calon jamaah haji yang ingin bergabung dengan salah satu KBIH harus mengeluarkan biaya bimbingan. Karena fungsi dari KBIH untuk membimbing calon jamaah haji agar lancar dalam ibadahnya. KBIH melayani bimbingan lebih spesifik dan mendalam lebih rinci dalam memberikan pelayanan sehingga jamaah haji merasa lebih paham dengan materi manasik haji itu sendiri, dengan begitu akan membuat jamaah lebih nyaman dengan ibadahnya. (pengurus KBIH NU, Hamid Suyuti)

Untuk menghadapi perkembangan dunia usaha, tingkat persaingan yang kian tajam, dalam proses kelancaran majunya KBIH adalah strategi pemasaran atau *marketing strategic* yang memang memiliki peran yang tidak kecil dalam proses pengenalan dan pengembangan brand KBIH hingga ukuran kesuksesan tercapai sehingga dapat dikatakan bahwasanya strategi dalam pemasaran KBIH membutuhkan pemikiran yang matang dan serius dalam pelaksanaannya. Usaha-usaha pemasaran KBIH haruslah diarahkan kepada konsumen yang ingin dituju sebagai sasaran pasarnya, strategi pemasaran merupakan kegiatan yang harus dilakukan agar pelaksanaan selanjutnya dapat berjalan lancar dan teratur. Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi atau lembaga

dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut (Tull dan Kahle, 1990: Tjiptono, 1997).

Fungsi pemasaran secara umum ialah agar secara menguntungkan terjadi penjualan produk baik dalam bentuk barang maupun jasa di pasaran yang sudah dimasuki sedemikian rupa sehingga tujuan organisasi tersebut tercapai. Strategi fungsional di bidang pemasaran menjadi penuntun dalam melakukan berbagai aktivitas pemasaran sehingga konsisten bukan hanya dengan strategi dasar yang telah ditentukan, akan tetapi juga dengan strategi berbagai bidang fungsional lainnya. Teori pemasaran yang sangat sederhana pun selalu menekankan bahwa dalam kegiatan pemasaran harus jelas siapa yang menjual, di mana, bilamana, bagaimana dan dalam jumlah apa dan kepada siapa (Siagian, 2003: 210).

Pemasaran akan berhasil apabila selalu diarahkan pada pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, merupakan suatu hal yang tidak dapat ditawar lagi. Penjual akan memperoleh balas jasa dari pembeli apabila pembeli merasa salah satu keinginan atau kebutuhannya dapat dipenuhi. Tentu saja, tersebut baru akan diperoleh apabila barang atau jasa yang dibelinya sesuai dengan persyaratan yang dapat dipenuhi, makin besar kemungkinan untuk terjadinya transaksi. Disinilah pemasaran berperan, sehingga

memungkinkan pembeli-pembeli membuat pilihan persyaratan mana yang lebih diutamakannya, yang nantinya akan dipenuhi oleh penjualnya (Marwan, 1991: 15).

Pemasaran KBIH tidak hanya sekali jalan dan berakhir dengan penjualan produk barang atau jasa melainkan merupakan proses yang bersambung dan menjadi upaya untuk mewujudkan penilaian lebih baik dari masyarakat kepada organisasi atau perusahaan. Jadi dengan demikian dapat dipastikan bahwasanya proses pemasaran KBIH akan selalu berjalan seiring dengan kepentingan dan kebutuhan KBIH akan pengakuan dari masyarakat (calon jamaah).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwasanya perkembangan kemajuan dan adanya kepercayaan masyarakat kepada organisasi usaha salah satunya bergantung kepada proses pemasaran. Tidak jarang organisasi usaha yang sudah lama malang melintang kalah kepercayaan dari masyarakat dengan organisasi usaha yang lebih baru kemunculannya. Hal ini seperti terjadi di lingkungan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Jepara. Berdasarkan informasi yang peneliti peroleh dari Kemenag Kabupaten Jepara saat ini terdapat 16 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di Jepara. KBIH NU Jepara ini berdiri sejak tahun 2004, ini dibuktikan dengan nomor surat ijin operasional No. Kw. 11.3/I/HJ.02/1483/2004. Selama 13

tahun KBIH NU Jepara harus mengalami persaingan dengan KBIH yang lain supaya mendapatkan calon jamaah haji.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari Kemenag Kabupaten Jepara jumlah pemberangkatan jamaah haji di Kabupaten Jepara tahun 2016 sebanyak 830 jamaah yang di bimbing oleh 16 KBIH. KBIH NU Jepara berada dalam urutan nomer satu dilihat dari sisi jamaahnya dengan membimbing sebanyak 135 jamaah. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya.

Melihat pentingnya masalah strategi pemasaran terhadap peningkatan volume jamaah haji di KBIH se-Kabupaten Jepara, peneliti tertarik terhadap strategi pemasaran dari KBIH NU. Untuk memperjelas lagi topik tersebut dalam penulisan karya ilmiah, maka dengan demikian peneliti memilih judul “Strategi Pemasaran pada KBIH NU di Kabupaten Jepara Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Haji Tahun 2016”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran KBIH NU di Kabupaten Jepara dalam meningkatkan jumlah jamaah haji tahun 2016?

2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat pemasaran KBIH NU di Kabupaten Jepara dalam meningkatkan jumlah jamaah haji tahun 2016?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran KBIH NU di Kabupaten Jepara pada tahun 2016.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pemasaran KBIH NU di Kabupaten Jepara dalam meningkatkan jumlah jamaah haji tahun 2016.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai bahan acuan yang di gunakan kantor yayasan KBIH NU cabang Jepara dalam penyelenggaraan pelayanan ibadah haji, di harapkan dapat menambah pembendaharaan keputakaan dalam bidang kewirausahaan Islam serta dapat digunakan sebagai perbandingan peneliti berikutnya. Penelitian ini semoga dapat dimanfaatkan untuk menambah khasanah keilmuan utamanya di bidang penelitian Ilmu Dakwah, dan secara khususnya di bidang kajian Manajemen Dakwah.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat utamanya tentang pemasaran KBIH untuk meningkatkan jumlah jamaah haji. Penelitian ini diharapkan pula dapat memberi tambahan informasi dan bahan evolusi bagi pemerintah dan Lembaga Haji tentang pemasaran KBIH untuk meningkatkan jumlah jamaah haji semakin baik.

D. TINJAUAN PUSTAKA

Untuk menghindari kesamaan penulisan dan *plagiat*, maka berikut ini penulis sampaikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Pertama, Skripsi Safiah (2007) Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul "*Strategi Pemasaran Produk (Pada Aspek Pola Distribusi Retail) PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Surabaya Tahun 2006-2007*". Dari penelitian di atas disimpulkan bahwa penelitian ini mengimplikasikan bahwa strategi pemasaran produk dilakukan dengan 2 strategi yaitu:

- a. Strategi internal yang merupakan strategi penerapannya dan internal perusahaan sendiri yaitu pada segi peningkatan mutu SDM pemasar agar menjadi tenaga pemasar yang profesional

dengan melakukan pelatihan, motivasi, dan mengadakan evaluasi secara regional.

- b. Strategi eksternal yang penerapannya dilakukan oleh pemasar pada waktu melakukan penjualan yaitu bagaimana menghadapi calon nasabah, presentasi produk, cara berkomunikasi dan sebagainya. Penerapan strategi tersebut dilapangan cukup efektif terlihat dari makin meningkatnya nasabah PT. Asuransi Takaful dari tahun ke tahun.

Kedua, Skripsi Rahmat Hidayat (1999), "*penerapan konsep pemasaran (marketing) dalam Dakwah islam (Telaah Terhadap Dakwah Nabi Muhammad SAW)*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep pemasaran (Marketing) secara umum dan penerapannya dalam dakwah Islam, serta untuk mengetahui penerapan konsep pemasaran dalam kegiatan dakwah Nabi Muhammad SAW. Penelitian ini mendapatkan suatu hasil yaitu secara teoritis penerapan atau pemanfaatan konsep marketing sangatlah menunjang keberhasilan dakwah. Nabi Muhammad SAW telah menggunakan konsep-konsep pemasaran dalam dakwahnya walaupun masih dalam wujud yang sederhana sesuai dengan situasi dan kondisi saat itu.

Ketiga, Skripsi Adnin Mufattahah (2008), "*Manajemen Penyelenggaraan Bimbingan Ibadah Haji pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Kota Semarang*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pelayanan haji yang dilakukan

oleh kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH) di kota Semarang, serta mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat (jamaah haji) terhadap implementasi sistem pelayanan haji oleh KBIH kota Semarang. Dari penelitian ini dapat disimpulkan hasil penelitian, yaitu antara lain sebagai berikut: *pertama*, bahwa keberadaan KBIH semakin diminati oleh jamaah haji kota Semarang. Pada tahun 2006, dari seluruh jamaah haji kota Semarang yang berjumlah 2526 orang, 67 persennya atau sebanyak 1789 orang jamaah haji mengikuti KBIH. Sisanya sekitar 33 persen atau sebanyak 882 orang jamaah yang tidak ikut KBIH. Diprediksikan bahwa kedepan, para KBIH akan tetap penting selama belum ada upaya yang signifikan untuk memperbaiki dan meningkatkan pelayanan terhadap jamaah haji oleh pemerintah (depag) selaku penyelenggara haji, khusus dalam hal pembinaan dan pembimbingan jamaah haji. *Kedua*, terdapat kecenderungan pola hubungan KBIH dengan jamaah haji dari bersifat emosional menuju relasi fungsional-rasional. *Ketiga*, hubungan kemitraan antara KBIH dengan pemerintah (Depag) sebagai penyelenggara haji berada pada titik terendah. Hal ini di sebabkan oleh munculnya sikap dan perilaku saling curiga dan tidak percaya pada masing-masing pihak. Hubungan kemitraan yang rendah ini di sebabkan karena seringnya terjadi *diskoordinasi* dan *diskomunikatif* yang di lakukan oleh KBIH dalam berbagai even penyelenggaraan haji.

Selain itu juga di sebabkan oleh model kemitraan diantara keduanya.

Keempat, Skripsi Umi Kholisotun 2012 (IAIN Walisongo Semarang), "*Strategi Pelaksanaan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Nahdlatul ulama dalam memberi Kepuasan jamaah di Kabupaten Tegal Periode 2007 – 2010*". Peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pelaksanaan kelompok bimbingan ibadah haji Nahdlatul Ulama dalam memberi kepuasan jamaah di kabupaten Tegal periode 2007 – 2010 dan ingin mengetahui bagaimana aplikasi fungsi-fungsi manajemen oleh kelompok bimbingan ibadah haji nahdlatul ulama dalam memberi kepuasan jamaah di kabupaten tegal periode 2007–2010. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dan dengan menggunakan study lapangan (*field research*). Sumber data di peroleh dari hasil wawancara yang di sertai dengan studi kepustakaan (*library research*). Metode pengumpulan datanya dengan observasi dan wawancara. Untuk menganalisis data menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KBIH Nahdlatul Ulama di kabupaten tegal menggunakan strategi dengan mengimplementasikan fungsi-fungsi manajemen di dalam pelaksanaan KBIH. KBIH NU kabupaten Tegal memiliki strategi yang cukup baik dalam memberikan pembinaan kepada calon haji dengan merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi pembinaan. KBIH NU kabupaten tegal cenderung merencanakan

pembinaan dengan baik yaitu diantaranya dalam menentukan tujuan, media, materi, metode, dan evaluasi. Hal ini terlihat misalnya bila merujuk pada konsep manajemen adalah proses merencanakan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksanaan dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkannya kearah pencapaian tujuan KBIH. Secara umum sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen yang antara lain meliputi: *planning* (perencanaan), *actuating* (penggerakan), *organizing* (pengorganisasian), dan *controlling* (pengawasan).

Kelima, Skripsi Kudriatiningsih (2012), "*Aplikasi Metode Dakwah dalam Pemasaran Takaful (Study Analisis PT. Asuransi Takaful di Solo)*". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana aplikasi metode dakwah dalam pemasaran tafakul pada PT. Asuransi Tafakul di Solo. Serta untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam pelaksanaan dakwah pada asuransi tafakul solo. Hasil dari penelitian ini ialah metode dakwah yang dilakukan dalam pemasaran takaful solo menggunakan beberapa metode antara lain dengan metode bil hikmah, metode mujadalah, metode mauidhotul hasanah, metode propaganda, metode home visit, dan metode tanya jawab, serta di sesuaikan dengan objek atau mad'unya dalam rangka mengembangkan ekonomi Islam. Kemudian anggapan bahwa angguransi mengandung tuntutan palsu dan macam-macam

kecurangan merupakan faktor utama yang menghambat kegiatan dakwah dalam pemasaran takaful di solo, sehingga perlu perhatian baik karyawan maupun pengemban amanat. Serta konsep pertanggung jawaban yang sejalan dengan islam terutama dalam bidang muamalah, diperlukan strategi dakwah yang tepat dalam pemasaran takaful di solo, yaitu dengan mengkonstruksikan wilayah dakwah yang akan di garap.

Persamaan dan perbedaan dari skripsi-skripsi sebelumnya: (1) Persamaan: Obyek penelitian merupakan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), Membahas mengenai pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), Memfokuskan pada strategi pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif, dalam pengolahan datanya sama-sama menggunakan analisis data deskriptif. (2) Perbedaan: Fokus penelitian ini adalah strategi pemasaran KBIH NU cabang Jepara dalam meningkatkan jumlah jamaah haji tahun 2016, adapun kajian-kajian dalam penelitian ini belum pernah dibahas dalam skripsi-skripsi sebelumnya. Kajian yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran KBIH dalam meningkatkan jumlah jamaah haji.

Adapun yang membedakan dengan penelitian terdahulu adalah pada produk yang ditawarkan, yaitu produk yang ditawarkan adalah produk jasa sehingga bauran pemasarannya jauh lebih spesifik jika dibandingkan dengan produk yang kasad mata.

Penelitian pertama objek yang diteliti yaitu pemasaran produk (Pada Aspek Pola Distribusi Retail) PT. Asuransi Takaful Keluarga. Untuk skripsi kedua dan kelima meneliti tentang penerapan pemasaran dalam dakwah islam, sedangkan untuk penelitian ketiga dan keempat meneliti tentang manajemen dan strategi dalam memberikan kepuasan jamaah. Penelitian ini akan menjadi hal yang baru dari penelitian sebelumnya terutama strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah jamaah haji dari tahun sebelumnya yang mengalami peningkatan.

E. METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang meliputi data langsung dan tidak langsung yang didapatkan dari narasumber atau informan yang diamati. Penelitian kualitatif merupakan suatu proses penelitian ilmiah yang lebih dimaksudkan untuk memahami masalah-masalah manusia dalam konteks sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan, melaporkan pandangan terperinci dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam *setting* yang alamiah tanpa adanya intervensi apapun dari peneliti.

2. Sumber dan Jenis Data

Penelitian dilakukan untuk menggali dan mengumpulkan data yang diperoleh dari berbagai sumber. adapun sumber data yang digali dari objek penelitian terdapat dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer atau data tangan pertama, memberikan informasi dan data secara langsung sebagai hasil pengumpulan sendiri (Kartono, 1990:73). Dalam penelitian ini informasi diperoleh dari KH. Abdul Hamid Suyuthi Wakil ketua 1 KBIH NU Cabang Jepara.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui pihak lain tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data ini diperoleh dari buku-buku dan tulisan-tulisan yang berkaitan dengan tema strategi pemasaran KBIH yang dibahas dalam penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Penggalian data yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan informasi dilakukan dengan beberapa cara. Karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan, maka yang harus diperoleh oleh peneliti adalah data yang berhubungan dengan data empiris, Adapun beberapa metode yang digunakan antara lain:

a. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Haris Herdiasyah, 2012: 8).

Wawancara digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dari Pengurus Yayasan KBIH NU Cabang Jepara yang dilakukan melalui wawancara atau tatap muka secara langsung. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan melalui pengumpulan data yang telah disiapkan oleh pewawancara berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Pada wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

b. Observasi,

Observasi berarti memperlihatkan dan mengikuti. Memperhatikan dan mengikuti dalam artian mengamati dengan teliti dan sistematis sasaran pelaku yang dituju. Cartwright mendefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosa (Hardiansyah, 2012:131).

Proses ini dilaksanakan secara kompleks pada objek penelitian untuk mengumpulkan kelengkapan data secara tidak langsung dengan melakukan survey secara tiba-tiba dan juga langsung dengan melakukan observasi bersamaan dengan teknik yang lainnya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ini adalah melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Hardiansyah, 2012:134).

4. Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman, menyatakan bahwa data yang telah terkumpul perlu di proses dan dianalisis sebelum dapat digunakan. Data yang dianalisis adalah data yang diperoleh dari data primer yang terkumpul, meliputi hasil wawancara dan observasi dengan pimpinan cabang dan pengurus KBIH NU Jepara, serta masyarakat yang pernah bergabung di KBIH NU Jepara. Analisis selanjutnya dilaksanakan pada data sekunder untuk melengkapi data yang dibutuhkan.

Tahapan dari analisis data yang dilaksanakan adalah sebagai berikut (Yusuf, 2014:407):

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data menunjuk kepada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan pemisahan, dan pentransformasian data mentah yang terlihat dalam catatan tertulis lapangan (*written-up field notes*). Reduksi data telah dilakukan sebelum pengumpulan data di lapangan, yaitu pada waktu penyusunan proposal, pada saat penentuan kerangka konseptual, tempat, perumusan permasalahan, dan pemilihan pendekatan dalam pengumpulan data. Reduksi data juga dilaksanakan pada waktu pengumpulan data seperti membuat kesimpulan, pengkodean, membuat tema, membuat pemisahan dan menulis memo.

b. Data *Display*

Display dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun sehingga membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat *display* dari suatu fenomena akan membantu seseorang memahami apa yang terjadi atau mengerjakan sesuatu. Bentuk *display* data dalam penelitian kualitatif yang paling sering yaitu teks naratif dan kejadian yang terjadi masa lampau.

c. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan utama dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Peneliti harus jujur dan menghindari bias subjektivitas dirinya.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah pembahasan serta pengertian tentang skripsi, maka disusun dalam rangkaian bab-perbab yang menjadi kesatuan yang tidak bisa dipisahkan dari masing-masing bab, dan terbagi juga menjadi sub-persub.

Penulisan skripsi diawali dengan: halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman abstraksi, halaman motto, halaman kata pengantar, daftar isi, daftar tabel kemudian diikuti bab pertama.

Bab Pertama : Pendahuluan. Pada bab ini, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian,

kerangka teoritik, tinjauan pustaka, metodologi penelitian serta sistematika penulisan skripsi.

Bab Kedua : Strategi pemasaran KBIH perspektif teoritis. pada bab ini diuraikan kajian teoritis mengenai teori-teori yang menjadi landasan dalam kerangka pemikiran dalam penelitian ini, yaitu tentang pengertian strategi, pengertian strategi pemasaran, macam-macam strategi pemasaran, tujuan strategi pemasaran, faktor pendukung dan penghambat pemasaran jasa, KBIH perspektif teoritis.

Bab Ketiga : Strategi pemasaran KBIH NU di Kabupaten Jepara tahun 2016. Pada bab ini diuraikan 1. Gambaran umum KBIH NU di Kabupaten Jepara meliputi: sejarah, visi dan misi, struktur kepengurusan, sarana dan prasarana, materi / silabus materi. 2. Strategi pemasaran KBIH NU dalam meningkatkan jumlah jamaah haji di Kabupaten Jepara tahun 2016, Pelaksanaan strategi pemasaran, Hasil pelaksanaan strategi pemasaran, Data jamaah haji tahun 2016. 3. Faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi pemasaran KBIH NU di Kabupaten Jepara dalam meningkatkan jumlah jamaah haji tahun 2016.

Bab Keempat : Analisis strategi pemasaran KBIH NU dalam meningkatkan jumlah jamaah haji di Kabupaten Jepara tahun 2016, pada bab ini diuraikan tentang: Analisis strategi pemasaran KBIH NU dalam meningkatkan jumlah jamaah haji di Kabupaten Jepara tahun 2016, serta analisis faktor pendukung dan

penghambat KBIH NU dalam meningkatkan jumlah jamaah haji di Kabupaten Jepara tahun 2016.

Bab Kelima : Penutup, pada bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan kata penutup.

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat pendidikan penulis.