

**STRATEGI PENERAPAN *EXPERIENTIAL*  
MARKETINGISLAMI BIRO PERJALANAN HAJI DAN  
UMROH DALAM MENINGKATKAN JAMAAH  
(StudiKasuspada PT FadluRobbiJepara)**

**SKRIPSI**

Disusunguna Memenuhi sebagian persyaratan mencapai  
derajat Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)

**Jurusan Ekonomi Islam (EI)**



Oleh:

**NI'MATUL FARIDA  
NIM 112411056**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2016**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
a.n. Sdr. Ni'matul Farida

Kepada Yth  
Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Assalamua'alaikum Wr.Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Ni'matul Farida  
Nomor Induk : 112411056  
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : **STRATEGI PENERAPAN *EXPERIENTIAL*  
*MARKETING* ISLAMI BIRO PERJALANAN  
HAJI DAN UMROH DALAM  
MENINGKATKAN JAMAAH (Studi Kasus  
pada PT Fadlu Robbi Jepara)**

Selanjutnya saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan

Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Semarang, 24 November 2016

Pembimbing I



**Drs. H. Hasyim Syarbani, MM**  
NIP. 19570913 198203 1002

Pembimbing II



**H. Muchammad Fauzi, MM**  
NIP. 19730217 200604 1001



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 02 Ngaliyan Telp. (024) 7601291  
Semarang 50185

**PENGESAHAN**

Skripsi saudara : Ni'matul Farida  
NIM : 112411056  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : **STRATEGI PENERAPAN *EXPERIENTIAL MARKETING* ISLAM BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DALAM MENINGKATKAN JAMAAH (Studi Kasus pada PT Fadlu Robbi Jepara)**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri dan dinyatakan lulus, pada tanggal:

**06 Desember 2016**

Selanjutnya dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata I tahun akademik 2015/2016

Semarang, 24 November 2016

Ketua Sidang,

**Mohammad Nadzir, SH.I, MSI**  
NIP.19730923 200312 1 002

Sekretaris Sidang,

**H. Muchammad Fauzi, SE, MM**  
NIP.19730217 200604 1 001

Penguji I

**Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag**  
NIP. 19690830 199403 2 003

Penguji II

**Ahmad Turmudi, SH, M.Ag**  
NIP. 19690708 200501 1 004

Pembimbing I

**Drs. Hasyim Syarbani, M.M.**  
NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing II

**H. Muchammad Fauzi, SE, MM**  
NIP. 19730217 200604 1 001



## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿29﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. an-Nisa’/4: 29).\*

---

\*Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur’an, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Jakarta: Depag RI, 2002, h. 122.

## PERSEMBAHAN

*Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT  
Atas rahmat dan hidayahnya kepada hambanya ini  
Serta shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW dan para sahabat yang  
mulia. Semoga sebuah karya sederhana ini menjadi kebanggaan bagi keluargaku  
tercinta.*

*Ku persembahkan karya ini untuk:*

- *Almamaterku tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN  
Walisongo Semarang*
- *Kedua Orang Tuaku Abah Moh. Masyfu' Durri dan Ummi Syafi'ah,  
yang selalu memberikan motivasi dan mencurahkan segala kasih  
sayang serta do'a yang tak henti-hentinya selalu diberikan untuk  
penulis*
- *Adikku Tercinta (Moh. Zaenal Abidin) dan Kakak sepupuku  
tercinta (Zetty Syarifah) yang selalu membuatku termotivasi dan  
selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik,*
- *Serta kepada seluruh keluarga besar Bani Durri dan Bani Amiruddin  
yang kusayangi dan kukasihi terima kasih atas motivasi dan doanya  
selama ini.*
- *Sahabatku tersayang (Yuliana, Alima, Khotim, Aniqoh, Shella, Silvi,  
Vaik, Rina, Dek Ulfah, Kumala, Rizal, Thohir, ) terima kasih atas  
bantuan, doa, nasehat, dan semangat yang kalian berikan untuk  
penulis*
- *Keluarga Besar EI B Najah Wa Nawiroh Angkatan 2011 tercinta*
- *Keluarga Besar Kost Sahid dan Kost Putri (Ferli, Nurul, Nely,  
Anik, Ipeh, Nunung, Nadia, Rizki, Ratna, Ainy, Intan, Nurul,*

*Teta, Shella Nania) yang selalu memberikan dukungannya dan semangatnya untuk penulis*

- *Semua pihak yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi sehingga skripsi ini terselesaikan.*

*“TERIMA KASIH UNTUK SEMUANYA*

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, November 2016

Deklarator,



METERAI  
TEMPEL  
TGL. 20  
5DF98AEF26266220  
6000  
ENAM RIBURUPIAH

Ni'matul Farida

## ABSTRAK

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran, untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Yang menjadi perumusan masalah adalah bagaimana penerapan manajemen pelayanan haji dan umrah PT. Fadlu Robbi Jepara? Bagaimana strategi *experiential marketing* biro perjalanan haji dan umroh PT. Fadlu Robbi Jepara dalam meningkatkan jemaah?

Penelitian ini merupakan jenis penelitian penelitian lapangan (*field research*) yang berpijak pada laporan penelitian dan bersifat kualitatif dengan pendekatan normatif. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi kepada narasumber yaitu kepada manajer dan karyawan PT. Fadlu Robbi Jepara yang bersangkutan pada tema penelitian skripsi ini, serta kepada pelanggan/mitra PT. Fadlu Robbi Jepara yang menggunakan produk umroh atau haji plus Data sekunder adalah kitab atau buku yang mendukung data primer. Metode pengumpulan data dengan Pengamatan (*Observasi*), wawancara, dan dokumentasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan deskriptif analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan manajemen pelayanan haji dan umrah PT. Fadlu Robbi Jepara pada prinsipnya manajemen yang diterapkan KBIH PT Fadlu Robbi Jepara sesuai dengan konsep manajemen. Hal ini terlihat misalnya bila merujuk pada konsep manajemen adalah proses merencanakan tugas, mengelompokkan tugas, menghimpun dan menempatkan tenaga-tenaga pelaksana dalam kelompok-kelompok tugas dan kemudian menggerakkannya ke arah pencapaian tujuan KBIH. Secara umum sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen yang antara lain meliputi: *planning* (perencanaan); *actuating* (penggerakkan); *organizing* (pengorganisasian); dan *controlling* (pengawasan). Dari proses pemberangkatan dan kepulangan, PT. Fadlu Robbi Jepara memberikan service yang baik yaitu mulai dari rumah, PT. Fadlu Robbi Jepara sudah memberikan perhatian yang lebih dan jika transit ke negara lain, PT. Fadlu Robbi juga memberikan service yaitu dengan adanya handling-handling di tiap negara seperti ketika transit di negara tersebut, hal itu dilakukan agar jemaah merasakan kenyamanan dan kepuasan terhadap travel PT. Fadlu Robbi Jepara. Strategi *experiential marketing* biro perjalanan haji dan umroh PT. Fadlu Robbi Jepara dalam meningkatkan jemaah, pada prinsipnya PT. Fadlu Robbi mencoba menggeser pendekatan pemasaran tradisional yaitu 4P (*product, price, place, and promotion*) yang hanya bertumpu pada fitur dan *benefit*. *Experiential marketing* yang diterapkan PT. Fadlu Robbi Jepara, tidak hanya berorientasi pada fitur dan *benefit* tetapi juga mengutamakan emosi pelanggan dengan memberikan fasilitas-fasilitas yang bisa memberikan kepuasan bagi pelanggan sehingga tercapai *memorable experience* yang membuat pelanggan mengulang kembali pengalamannya dengan jasa PT. Fadlu Robbi, dan bahkan mau mengeluarkan uang lebih untuk menikmati pengalaman baru menggunakan fasilitas lain yang ditawarkan PT. Fadlu Robbi.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang maha pengasih dan penyayang, bahwa atas taufiq dan hidayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi yang berjudul: “***STRATEGI PENERAPAN EXPERIENTIAL MARKETING ISLAMI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH DALAM MENINGKATKAN JAMAAH (Studi Kasus pada PT Fadlu Robbi Jepara)***” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.
3. Bapak Drs.H.Hasyim Syarbani, MM selaku pembimbing I dan Bapak H.Muchammad Fauzi, SE, MM selaku pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak pimpinan perpustakaan Universitas yang telah memberikan izin dan layanan perpustakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para Dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, beserta staf yang telah membekali berbagai pengetahuan
6. Orang tuaku yang senantiasa berdoa serta memberikan restunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah penulis berserah diri, dan semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Amin.

**Penulis**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Tinjauan Pustaka .....	8
F. Metodologi Penelitian .....	12
G. Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB II : TINJAUAN UMUM TENTANG STRATEGI <i>EXPERIENTIAL</i></b>	
<b><i>MARKETING ISLAM</i></b>	
A. Pengertian Strategi .....	20
B. Marketing dalam Islam .....	25
C. Strategi Marketing dalam Islam .....	33
1. Strategi Marketing .....	33
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	35
D. Experiential Marketing .....	41
1. Pengertian, Karakteristik, dan Manfaat Experiential	
Marketing.....	41
2. Munculnya Konsep Experiential Marketing.....	47

E. Kepuasan Pelanggan .....	49
-----------------------------	----

### **BAB III : GAMBARAN UMUM PT. FADLU ROBBI JEPARA**

A. Latar Belakang PT. Fadlu Robbi Jepara .....	55
1. Sejarah Singkat berdirinya PT. Fadlu Robbi Jepara .....	55
2. Visi dan Misi.....	57
3. Struktur Organisasi PT. Fadlu Robbi Jepara .....	58
B. Produk-produk yang Ditawarkan PT. Fadlu Robbi Jepara ....	59
C. Manajemen Pelayanan Haji dan Umrah PT. Fadlu Robbi Jepara .....	63

### **BAB IV : ANALISIS STRATEGI PENERAPAN EXPERIENTIAL MARKETING ISLAMI BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMROH PADA PT FADLU ROBBI JEPARA**

A. Penerapan Manajemen Pelayanan Haji dan Umrah PT. Fadlu Robbi Jepara .....	69
B. Strategi <i>Experiential Marketing</i> Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT. Fadlu Robbi Jepara dalam Meningkatkan Jemaah	82

### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	92
B. Saran-saran .....	93
C. Penutup .....	94

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**