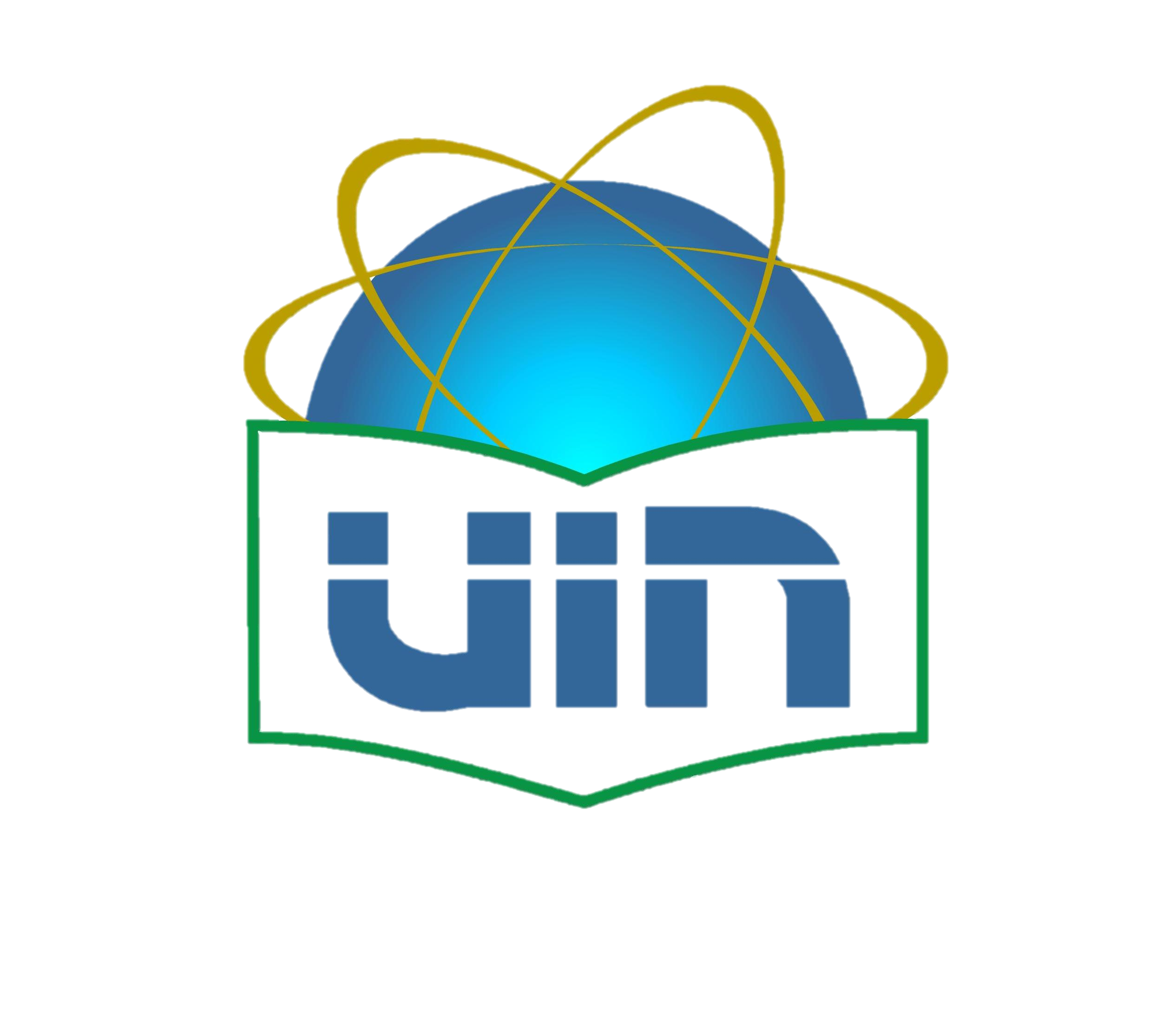
**EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT JAMAAH DI KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI DAN UMRAH (KBIHU) MIFTAHUSSAADAH CIAMIS**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Disusun Oleh:

**Muhammad Hifni Fajriani 11190530000099**

**Mila Zahrotul Millah 11190530000058**

**M. Ali Imran Hamzah 11190530000061**

**KONSENTRASI MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH**

**FAKULTAS ILMU DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA**

**1442 H/ 2021**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Indonesia merupakan Negara yang mayoritas penduduknya merupakan muslim, yang persentasenya mencapai 85 % dari total keseluruhan penduduk yang ada. Islam memiliki dasar-dasar atau landasan yang wajib dikerjakan oleh seluruh umat Islam yakni rukun Islam. Rukun Islam terdiri dari lima tindakan dasar yang harus dijalankan oleh seluruh kaum Islam, yang bagian puncaknya adalah melaksanakan ibadah haji.¹ Pelaksanaan ibadah haji dilakukan oleh orang yang kuasa ataupun mampu. Oleh karena itu jika seseorang sudah kuasa atau mampu maka hukum baginya melaksanakan ibadah haji ataupun umrah adalah wajib.

Haji merupakan rukun Islam yang kelima. Ketika seseorang sudah berhasil menunaikan keempat rukun Islam sebelum haji (syahadat, shalat, puasa, dan zakat), maka seseorang terdorong untuk menunaikan haji. Dalam Islam, penekanan haji tidak sekuat penekanan syahadat, shalat, puasa, dan zakat. Dengan kata lain, ibadah haji memiliki dua status hukum, wajib bagi yang mampu dan tidak wajib bagi yang tidak mampu. Berdasarkan Firman Allah dalam QS. Al -Imran : 97

وَلِلّٰهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ اِلَيْهِ سَبِيْلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَاِنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعٰلَمِيْنَ

*“Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam”. (QS. Ali Imran: 97)*

Agar ibadah haji dan umrah dapat berjalan dengan baik dan sempurna sehingga bisa mendapatkan ibadah yang mabrur, tentunya membutuhkan sebuah pelayanan dan pembimbing ibadah haji dan umrah agar dapat memudahkan jamaah dalam melaksanakan ibadahnya. Maka dari itu sangat dibutuhkan sebuah lembaga usaha yang bergerak dalam bidang jasa haji dan umrah. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam pelayanan haji dan umrah adalah kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Miftahussaadah Ciamis.

KBIHU Miftahussaadah merupakan lembaga Sosial Keagamaan yang telah mendapat izin pemerintah untuk melaksanakan bimbingan haji dan umrah terhadap calon jemaah di tanah air dan di Arab Saudi. Efektivitas merupakan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu tujuan yang diukur dengan kualitas, kuantitas, dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya.

Strategi pemasaran itu sendiri adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.

Dalam menjalankan perusahaannya KBIHU Miftahussaadah Ciamis menghadapi berbagai macam masalah dalam melakukan pemasaran, permasalahan tersebut yaitu tingginya persaingan dalam biro jasa yang sama menjadi sebuah permasalahan penting yang dihadapi oleh perusahaan dalam menarik minat jamaah. Maka perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, menjalankan daya saing ini sangat diperlukan strategi pemasaran yang baik sehingga dapat menarik minat jamaah. Untuk itu perusahaan menerapkan daya saing sebagai arah untuk menciptakan berbagai peluang pasar yang menguntungkan. Penerapan daya saing ini sangat ditentukan oleh pemasaran. Melalui pemasaran maka dapat ditentukan segmen pasar dalam menentukan target pasar, memerlukan promosi pemasaran yang lancar dan tersebar. Untuk pemasaran menggunakan kebijakan pemasaran yaitu bauran pemasaran yang menggunakan salah satu strategi yaitu strategi promosi yang gencar.

Menghadapi persaingan antar KBIHU maupun institusi-institusi lainnya, pihak dari KBIHU Miftahussaadah Ciamis menerapkan konsep strategi pemasaran yang benar-benar memahami tentang manajemen yang kuat dan dapat memudahkan persaingan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat (jamaah). Dan juga penerapan strategi pemasaran menjadi kunci penting suatu keberhasilan dari sebuah perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik meneliti dengan memilih judul **“EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT JAMAAH DI KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI DAN UMRAH (KBIHU) MIFTAHUSSAADAH CIAMIS”.**

1. **Batasan Masalah dan Rumusan Masalah**
   1. **Batasan Masalah**

Agar pembahasan skripsi ini tidak mengarah kepada pembahasan lain dan tetap lebih fokus pada judul penelitian, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas dan hanya memfokuskan mengenai Efektivitas Strategi Pemasaran dalam menarik minat jamaah di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Miftahussaadah Ciamis pada tahun 2020-2021.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, maka dapat diambil suatu rumusan permasalahan yang ingin dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Miftahussaadah Ciamis ?
2. Bagaimana efektivitas strategi pemasaran di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Miftahussaadah Ciamis dalam menarik minat jamaah ?
3. **Tujuan dan Manfaat Penelitian** 
   1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang, batasan, dan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIHU Miftahussaadah kota Ciamis.
2. Untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran KBIHU Miftahussaadah Ciamis dalam menarik minat jamaah.
   1. **Manfaat Penelitian**
3. Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan kajian lebih lanjut untuk peneliti yang lainnya, mengetahui lebih dalam mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh KBIHU Miftahussaadah Ciamis dalam menarik minat calon jamaah.

1. Manfaat Praktis
2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran dalam menarik minat calon jamaah.

1. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sebuah acuan bagi KBIHU Miftahussaadah Ciamis dalam menarik minat calon jamaah.

1. **Metode Penelitian**
   1. **Metode penelitian**

Metode Penelitian adalah cara yang akan ditempuh oleh peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian atau rumusan masalah. Menurut Prof. Dr. Sugiyono, penelitian kualitatif adalah pengumpulan data yang dipadu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan.² Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu melakukan penelitian untuk menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Metode kualitatif ini merupakan penelitian yang tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau prediksi.

* 1. **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu Kantor KBIHU Miftahussaadah berlokasi di Jl. Karang Anyar, Rancah, RT/RW 02/20 No. 25 Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat. Adapun terkait waktu, penulis membatasi waktu penelitian pada bulan November 2021

* 1. **Subjek dan Objek Penelitian**

a. Subjek penelitian ini adalah KBIHU Miftahussaadah Ciamis.

b. Objek penelitian ini adalah Efektivitas strategi pemasaran dalam menarik minat jamaah di KBIHU Miftahussaadah Ciamis.

* 1. **Sumber Data Penelitian**

Data yang diperoleh penulis adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh berasal dari responden langsung dengan wawancara bersama pihak terkait.

1. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh penulis secara tidak langsung dari responden melainkan diperoleh dari dokumen-dokumen, catatan-catatan, website, brosur-brosur serta sumber lainnya.

* 1. **Teknik Pengumpulan Data**

1. Observasi

Istilah observasi diturunkan dari bahasa Latin yang berarti “melihat” dan “memerhatikan”. Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memerhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.

Dalam penelitian ini, guna mengetahui keadaan yang sebenarnya, penulis melakukan observasi langsung ke Kantor KBIHU Miftahussaadah Ciamis dengan mengamati aktivitas-aktivitas operasional.

1. Wawancara

Wawancara ialah suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan memengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut adalah pewawancara, responden, topik penelitian yang tertuang dalam daftar pertanyaan dan situasi wawancara.

Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang valid penulis melakukan wawancara langsung menggunakan metode sesi tanya jawab dengan pihak terkait.

1. Dokumentasi

Dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dalam penulisan skripsi ini penulis akan memperoleh data serta mengkaji dokumen-dokumen tertulis, seperti majalah, arsip, brosur, internet dan lain-lain.

* 1. **Teknik Analisis Data**

Teknik Analisis Data ialah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di interprestasikan. Teknik analisis data yang digunakan penulis ialah dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan bahan pustaka. Penulis menggunakan pola deskriptif dengan memaparkan semua data dan informasi yang diperoleh kemudian menganalisa data dengan bersumber dari dokumen-dokumen tertulis.

* 1. **Teknik Penulisan**

Adapun teknik penulisan dalam penulisan skripsi ini adalah mengacu kepada Keputusan Rektor UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Nomor: 507 Tahun 2017 tentang “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Skripsi, Tesis, dan Disertasi) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2017”.

1. **Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 6 bab yang disusun secara sistematis. Secara garis besar, isi dari setiap bab adalah sebagai berikut:

**BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab ini secara garis besar membahas tentang latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : Landasan Teori**

Dalam bab ini akan membahas mengenai teori-teori yang akan digunakan sebagai dasar penelitian dan dasar untuk mengelola data serta asumsi.

**BAB III : Gambaran Umum Tempat Penelitian (KBIHU Miftahussaadah Ciamis)**

Dalam bab ini akan membahas gambaran umum tentang KBIHU Miftahussaadah Ciamis yang merupakan tempat di mana penulis akan melakukan penelitian. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan tentang sejarah berdirinya, identitas, visi misi, tujuan, struktur organisasi, dan produk yang ditawarkan.

**BAB IV : Data dan Temuan**

Dalam bab ini secara garis besar akan membahas mengenai hasil penelitian yang penulis dapatkan, yang terdiri dari penyajian data penelitian melalui wawancara dengan ketua umum dari KBIHU Miftahussaadah Ciamis.

**BAB V : Pembahasan**

Dalam bab ini memberikan bahasan mengenai hasil penelitian yang ada di KBIHU Miftahussaadah Ciamis terkait efektivitas strategi pemasaran dalam menarik minat jamaah.

**BAB VI : Penutup**

Dalam bab ini merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan diambil dari penelitian dan hasil penelitian serta saran untuk tindak lanjut yang lebih baik ke depannya dalam usaha menyempurnakan penyusunan skripsi.

**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

1. **Pengertian Efektivitas**

Efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau pencapaian suatu tujuan yang diukur dengan kualitas, kuantitas, dan waktu, sesuai dengan yang telah direncanakan sebelumnya.

Menurut Wiyono Efektivitas diartikan suatu kegiatan yang dilaksanakan dan memiliki dampak serta hasil sesuai dengan yang diharapkan. Ada juga yang menjelaskan arti efektivitas adalah suatu tingkat keberhasilan yang dihasilkan oleh seseorang atau organisasi dengan cara tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Dengan kata lain, semakin banyak rencana yang berhasil dicapai maka suatu kegiatan dianggap semakin efektif.

Efektivitas berarti tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai atau dengan kata sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan.¹ Efektivitas merupakan gambaran yang memberikan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat tercapai. Hal ini begitu penting perannya di dalam setiap lembaga dan juga sangat berguna demi perkembangan dan kemajuan yang akan dicapai oleh suatu lembaga.

1. **Strategi**

**1. Pengertian Strategi**

Menurut Stephanie K. Marrus, yang dikutip oleh buku Husein Umar, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Kemudian menurut Steiner dan Minner strategi adalah penempatan misi perusahaan, penempatan sasaran organisasi dalam mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran organisasi akan tercapai.²

**2. Penyusunan Strategi**

Perusahaan melakukan strategi untuk memenangkan persaingan bisnis yang dijalankannya, serta untuk mempertahankan keberlangsungan kehidupan perusahaan dalam jangka panjang.³ Untuk melakukan strategi dilakukan proses penyusunan strategi yang berdasarkan teori analisis SWOT yaitu:

Analisis Situasi, pada tahap ini, perusahaan perlu melakukan analisis mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi sekaligus juga menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi oleh organisasi dengan pendekatan analisis SWOT. Apa yang dinamakan sebagai analisis SWOT sebagai berikut:

1. Strength (kekuatan), merupakan karakteristik positif internal yang dapat dieksploitasi organisasi untuk meraih sasaran kinerja strategis.
2. Weakness (kelemahan), merupakan karakteristik internal yang dapat menghalangi atau kelemahan kinerja organisasi.
3. Opportunities (peluang), merupakan karakteristik dari lingkungan eksternal yang memiliki potensi untuk membantu organisasi meraih atau melampaui sasaran strateginya.
4. Threat (ancaman), merupakan karakteristik dari lingkungan eksternal yang dapat mencegah organisasi meraih sasaran strategis yang telah ditetapkan.⁴

**3. Fungsi dari strategi**

Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Untuk itu, terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

1. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
2. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
3. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang. Sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
4. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
5. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan.
6. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu.
7. **Pemasaran**

**1. Pengertian Pemasaran**

Menurut Philip dan duncan mendefinisikan pemasaran meliputi semua langkah yang digunakan atau dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ke tangan konsumen. W.J. Stanton mendefinisikan pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.⁵

**2. Sifat dan dasar pemasaran**

1. Setiap perencana dan operasi harus berorientasi konsumen, setiap departemen dan karyawan harus difokuskan pada kontribusi untuk memenuhi kebutuhan konsumen
2. Setiap aktivitas pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan
3. Pasaran yang terkoordinir, berorientasi konsumen harus diutamakan untuk mencapai kinerja perusahaan.

**3. Tujuan pemasaran**

Tujuan pemasaran ada dua yaitu:⁶

1. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.
2. Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran.

**4. Faktor-Faktor Dalam Sistem Pemasaran**

Dalam sebuah sistem pemasaran terdapat beberapa faktor yang saling mempengaruhi tergantung satu sama lain yaitu:

1. Organisasi dalam pemasaran.
2. Sesuatu yang dipasarkan.
3. Pasar yang dituju.
4. Para perantara ( pedagang dan agen).
5. Faktor lingkungan yang berupa kondisi perekonomian, demografi, sosial dan kebudayaan, teknologi, kekuatan politik dan hukum, dan persaingan.⁷

1. **Strategi Pemasaran**
   1. **Pengertian Strategi Pemasaran**

Menurut Tull dan Kahle yang di kutip oleh Effendi M Guntur mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang di masuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.⁸

Menurut Gregorius Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di pasar sasaran.

* 1. **Bentuk- Bentuk Strategi Pemasaran**
     1. Strategi Produk

Bahwa produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan buah fikiran. Jadi, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada seseorang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Produk disini meliputi barang fisik dan jasa.

Pengembangan produk merupakan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk kearah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih. Jadi, kegiatan pengembangan produk ini merupakan suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada atau menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan.

* + 1. Strategi Harga

Harga yaitu jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Harganya harus sesuai dengan pandangan tentang nilainya, supaya pembeli tidak beralih ke pesaingnya. Dalam strategi penetapan harga, disamping faktor tersebut di atas, perlu pula diperhatikan tujuan penetapan harga dan prosedur penetapan harga itu.

* + 1. Strategi promosi

Dalam sebuah strategi pemasaran, promosi adalah kegiatan yang ditunjukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal aka,nproduk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat dipergunakan dalam mempromosikan suatu produk, yaitu iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan publikasi.

* + 1. Strategi Saluran (Distribusi)

Saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen atau industry pemakai. Pemilihan tempat distribusi yang tepat sangat penting dilakukan untuk memperluas pasar dalam mencapai keuntungan yang diinginkan. Oleh karena itu kebijakan penyaluran merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu, yang mencakup penentuan saluran pemasaran (marketing channels) dan distribusi fisik (phisycal distribution). Kedua faktor tersebut mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk .

1. **Daya Tarik dan Minat**
   1. **Pengertian Daya Tarik**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia daya tarik adalah kebolehan untuk memikat hati orang lain. Jika seseorang telah terpikat dengan suatu objek tertentu maka akan timbul rasa tertarik dan berminat terhadap objek tersebut.

Menurut Karyono dalam jurnal Pengaruh Daya Tarik Dan Aksesibilitas mengatakan bahwa “ada tiga syarat daya tarik yaitu: (1) ada sesuatu yang bias di lihat, (2) ada sesuatu yang dapat di kerjakan, (3) ada sesuatu yang bisa di beli.⁹

* 1. **Pengertian Minat**

Minat yaitu perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang. Ada tiga batasan minat yaitu:

* + 1. Suatu sikap yang bisa memikat perhatian seseorang terhadap objek tertentu secara selektif.
    2. Suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap suatu objek tertentu sangat berharga untuk individu.
    3. Sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah dan tujuan tertentu.
  1. **Faktor dan Fungsi Minat**

1. Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat tidak bisa timbul dengan sendirinya dengan cara tiba-tiba dari dalam diri seseorang, minat bisa timbul pada diri seseorang memalui proses. Dengan adanya suatu perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut bisa berkembang. Munculnya rasa minat ini biasanya ditandai dengan adanya suatu dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kesesuaian atau kecocokan. Timbulnya rasa minat pada seseorang bisa disebabkan dengan beberapa hal, antara lain yaitu tertarik atau rasa senang, kebutuhan dan perhatian. Minat timbul karena adanya rasa senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang terhadap jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan suatu dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktivitas.

1. Fungsi Minat

Fungsi minat sangat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan, manusia akan memberikan penilaian, menentukan ketika sudah memilih yang diinginkan dan akan secara langsung mengambil suatu keputusan. Pada kenyataannya minat bisa berubah- ubah sesuai dengan kehendak yang diinginkan seseorang yang bersangkutan. Minat tidak hanya selalu bersifat tetap, semakin panjang lama waktunya, maka minat yang dialami akan terjadi perubahan yang semakin besar. Begitu juga dengan sebaliknya, jika lama waktu semakin kecil, maka terjadinya perubahan minat bisa diminimalisir.¹⁰

1. **Pengertian Jamaah**

Jamaah adalah kata bahasa Arab, yang artinya “kompak” atau bersama-sama. Ungkapan salat berjamaah berarti salat yang dikerjakan secara bersama-sama di bawah pimpinan seorang imam. Jamaah juga berarti sekelompok manusia yang terikat oleh sikap pendirian keyakinan dan tugas serta tujuan yang sama. Islam menganjurkan umat Islam menggalang kekompakan dan kebersamaan yaitu suatu masyarakat yang terdiri dari pribadi-pribadi muslim yang berpegang pada norma-norma Islam, menegakkan prinsip ta'awun (tolong-menolong), dan kerjasama, untuk tegaknya kekuatan bersama demi tercapainya tujuan yang sama.¹¹

Sedangkan pengertian jamaah haji yaitu warga negara Indonesia beragama Islam yang telah mendaftarkan diri untuk menunaikan ibadah haji sesuai syarat yang telah ditetapkan.¹²

1. **KBIHU**
   1. **Pengertian KBIHU**

Kelompok Bimbingan lbadah Haji dan Umrah (KBIHU) adalah lembaga Sosial Keagamaan yang telah mendapat izin pemerintah untuk melaksanakan bimbingan haji dan umrah terhadap calon jemaah di tanah air dan di Arab Saudi,¹³ dapat dikatakan bahwa Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) merupakan suatu lembaga sosial keagamaan Islam yang telah mendapatkan izin dari Kementerian Agama untuk menyelenggarakan dan melaksanakan bimbingan ibadah haji.

Hubungannya dengan kegiatan pembinaan calon jemaah haji, pemerintah, dalam hal ini Kementerian Agama, membuka diri terhadap adanya peran serta masyarakat. Bentuk peran serta dan keterlibatan masyarakat itu, kini telah melembaga dalam bentuk organisasi, yakni Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) yang merupakan mitra kerja pemerintah membimbing calon jemaah haji (prahaji dan pascahaji).

* 1. **Fungsi dan Peran KBIHU**

a. Fungsi KBIH, antara lain:

* + 1. Sebagai mitra pemerintah dalam memberikan informasi dan bimbingan kepada calon jamaah
    2. Sebagai konsultan dan sumber informasi tentang hal-ihwal mengenai .
    3. Sebagai pembimbing bimbingan manasik haji di tanah air untuk pembekalan terhadap calon haji menuju haji mandiri dan mabrur.
    4. Sebagai pengarah membantu & motivator terhadap jamaah di tanah suci.

b.Peran yang bisa dilakukan oleh KBIHU antara lain:

* + 1. Memberikan bantuan kepada calon jemaah dalam proses pendaftaran haji.
    2. Melakukan sosialisasi tentang ketentuan-ketentuan perhajian di Indonesia.
    3. Menyusun buku panduan bimbingan yang didasarkan pada buku pedoman bimbingan Departemen Agama.
    4. Melaksanakan bimbingan dan pelatihan ibadah haji di Tanah Air serta di Arab Saudi.
    5. Melaksanakan bimbingan dan pendampingan ibadah haji di Arab Saudi dengan menyediakan pembimbing 1 orang/rombongan.
    6. Memberikan bimbingan dan pendampingan ibadah yang wajib dan sunah termasuk umrah.
    7. Memberikan pembimbingan pascahaji untuk meningkatkan kualitas jemaah haji dan menjaga kemabruran hajinya.

**BAB III**

**GAMBARAN UMUM**

1. **Sejarah Berdirinya dan Identitas KBIHU Miftahussaadah**
2. **Sejarah Berdirinya**

Kelompok Bimbingan Haji dan Umroh (KBIHU) Miftahussaadah Ciamis merupakan lembaga perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan pelayanan jamaah haji dan umrah. Penamaan KBIHU Miftahussaadah pada awalnya hanya KBIH saja, didirikan sekitar tahun 1977 oleh bapak H. Rahmat Syarif Hidayat (H. Doyot). Kurang lebih sudah 40 tahun lebih H. Rahmat Syarif Hidayat berkecimpung didunia perhajian. KBIHU Miftahussaadah merupakan KBIHU pertama di Kabupaten Ciamis, dan juga sudah memiliki izin Kanwil Kemenag Nomor: KW.10.3/HJ,01/479/TH2018.

Sebelum berbentuk lembaga KBIHU, pendiri sudah memulai kiprahnya dengan bermukim di Saudi Arabia, mengurusi jamaah haji-umrah dengan para syeikh-syeikh yang ada di Arab Saudi terutama di Mekkah Al-Mukarromah. Hingga pada akhirnya beliau memutuskan untuk mengurus para jamaah sendiri dan membangun serta mengelola KBIHU Miftahussaadah, sampai sekarang beliau telah menjadi penasihat di lembaga ini. KBIHU Miftahussaadah terus berkembang dan semakin terkenal didengar oleh masyarakat dari tahun ke tahun.

1. **Identitas KBIHU Miftahussaadah**
2. Nama Lembaga : KBIHU Miftahussaadah
3. Alamat Lembaga : Jl. Kawunglarang NO. 25 RT. 02 RW. 20 Karanganyar Rancah Ciamis JawaBarat
4. Jenis Lembaga : Lembaga Bidang Jasa
5. **Visi dan Misi KBIHU Miftahussaadah**

Visi dan misi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Miftahussaadah Ciamis adalah sebagai berikut :

**Visi** :

“Berkhidmat untuk memberikan pelayanan bimbingan manasik haji dan umrah semaksimal mungkin, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan Syariat ajaran Islam yaitu Al Qur'an dan As Sunnah. Dan turut membantu memperlancar penyelenggaraan ibadah haji dan umrah”.

**Misi** :

* 1. Membimbing ibadah haji dan umrah dengan menggunakan fiqih Ahlussunnah Wal Jamaah.
  2. Memberikan materi manasik haji yang memadai dan komprehensif.
  3. Mengadakan pendampingan calon jamaah haji dan umrah baik dari tanah air sampai ke tanah suci (Mekah dan Madinah).

1. **Tujuan KBIHU Miftahussaadah**

Tujuan didirikannya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Miftahussaadah Ciamis sebagai berikut :

* 1. Menjadikan Kelompok Bimbingan ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) yang profesional.
  2. Membantu tugas pemerintah departemen agama dalam memberikan bimbingan teknis dan operasional kepada calon jamaah haji dalam memahami serta mengamalkan manasik sesuai dengan Al Qur’an dan As sunnah.
  3. Memberikan Pelayanan yang nyaman dan tentram kepada calon jamaah.
  4. Menjadikan Calon haji yang mandiri artinya calon haji dapat berangkat haji tanpa ada ketergantungan penuh terhadap pembimbing, sehingga calon haji dapat melaksanakan hajinya dengan penuh kesadaran yang didasari oleh Ilmu manasik haji.

**D. Struktur Organisasi KBIHU Miftahussaadah**

**E. Produk Yang Ditawarkan**

**BAB IV**

**DATA DAN TEMUAN**

1. **Strategi Pemasaran KBIHU Miftahussaadah Ciamis**

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan KBIHU Miftahussaadah sebagai berikut :

1. Produk

Aspek dari produk yang di ciptakan dapat dispesifikasikan dengan benda atau jasa pada KBIHU Miftahussaadah Ciamis sudah memiliki berbagai macam produk yang ditawarkan oleh lembaga kepada konsumennya.

Dalam memasarkan produk KBIHU Miftahussaadah tim marketing tidak hanya memasarkan di wilayah Rancah, Ciamis saja tapi juga memasarkan produk- produk kepada masyarakat-masyarakat yang berada dipinggiran dan pelosok, hal tersebut membutuhkan waktu, tenaga, dan pengorbanan, tetapi hal ini menjadi sebuah hambatan sekaligus sebuah tantangan untuk tim marketing dalam memasarkan produk KBIHU Miftahussaadah supaya masyarakat bisa mengenal dan juga yakin untuk menggunakan layanan dari KBIHU Miftahussaadah Ciamis.

1. Harga

Mengacu pada jumlah uang yang harus dibayar oleh seorang pembeli supaya bisa mendapatkan produk yang kita jual, begitu juga dengan KBIHU Miftahussaadah Ciamis yang sudah membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan jamaah mulai dari harga dan pelayanannya.

KBIHU Miftahussaadah Ciamis juga menjual dengan harga murah melainkan menjual kualitas layanan. KBIHU Miftahussaadah lebih baik menjual dengan harga yang sedikit mahal dengan layanan yang bagus dan nyaman untuk jamaah, dibandingkan menjual dengan harga yang murah tapi jamaah tidak merasakan kenyamanan. Dalam hal ini sangat mementingkan kenyamanan jamaah dalam beribadah agar jamaah mendapatkan ibadah yang mabrur, apabila jamaah merasakan kenyamanan maka hal ini akan berdampak positif untuk KBIHU Miftahussaadah, karena akan berkesinambungan untuk calon jamaah yang lain, sebab jamaah yang sudah pernah menunaikan ibadah haji dan umrah melalui KBIHU Miftahussaadah Ciamis akan menceritakan pengalaman selama beribadah di tanah suci.

1. Promo

Adapun promosi yang digunakan oleh KBIH Miftahussaadah Ciamis seperti :Promosi dengan melakukan silaturrahim yaitu petugas bagian KBIHU Miftahussaadah mendatangi langsung kepada calon jamaah haji, dan melakukan silaturrahim ke alumni jamaah haji untuk melakukan promosi secara langsung kepada jamaah.

1. Menyebarkan brosur suatu bentuk promosi yang dilakukan oleh KBIHU Miftahussaadah, brosur disebarkan kepada calon jamaah haji, dan kepada alumni jamaah. Dan hal ini berdampak pada kepercayaan oleh jamaah haji yang belum menunaikan ibadah haji.
2. Apadun promosi menggunakan benner yang dilakukan oleh KBIHU Miftahussaadah memberikan benner kepada calon jamaah haji yang menunaikan ibadah haji setiap tahunnya. Dengan memberikan benner kepada jamaah haji cukup evektif untuk melakukan promosi KBIHU Miftahussaadah.
3. Strategi promosi dengan menggunakan alumni jamaah haji yaitu jamaah yang ikut KBIHU Miftahussaadah, ketika sudah menunaikan ibadah haji akan bercerita kepada orang lain, kalau mengikuti bimbingan KBIHU Miftahussaadah atau promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)
4. Dalam strategi pemasaran memberikan pelayanan prima merupakan bentuk promosi yang digunakan oleh KBIHU Miftahussaadah. Dengan meberikan pelayanan prima kepada jamaah haji secara tidak langsung jamaah haji KBIHU Miftahussaadah akan bercerita kepada orang lain.
5. Distribusi

Mengacu kepada penyaluran produk agar sampai ke pelanggan. KBIHU Miftahussaadah Ciamis dalam hal ini memiliki tim marketing yang sudah memiliki keahlian serta mengikuti pelatihan dan di percaya oleh lembaga dalam menyampaikan produk KBIHU Miftahussaadah. Karena tujuan dari distribusi adalah menyediakan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh jamaah pada waktu dan tempat yang tepat.

1. **Faktor Pendukung dan Penghambat** 
   * 1. **Faktor Pendukung**

Dari beberapa keberhasilan yang dialami KBIHU Miftahussaadah Ciamis yang berdasarkan pemasaran atau menginformasikan dalam hal bimbingan manasik haji, produk-produk yang dikeluarkan, program- programnya semua atas dukungan dari masyarakat sekitar, namun jika dilihat dari sisi pemasaran faktor pendukungnya adalah adanya tim marketing yang berkompeten dalam hal menawarkan jasa dan juga dapat bekerja sama dengan KBIHU Miftahussaadah Ciamis.

* + 1. **Faktor Penghambat**

1. Adanya Pesaing

Yang menjadi faktor penghambat strategi pemasaran KBIHU Miftahussaadah Ciamis adanya pesaing, yang dilakukan oleh KBIHU Miftahussaadah ada kesamaan dengan teori yang dijelaskan oleh Michael E Porter. Michael E Porter menjelaskan hadirnya pesaing yang baik dapat membawa berbagai manfaat startegis yang bisa digolongkan ke dalam empat kategori: meningkatkan keunggulan bersaing, memperbaiki strtuktur organisasi yang ada, membantu perkembangan pasar, dan menghalangi pesaing yang baru.

1. Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM)

Adapun yang menjadi faktor penghambat strategi pemasaran KBIHU Miftahussaadah Ciamis yaitu kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang ada di kantor setiap harinya. Karena ketika ada pengumpulan berkas yang banyak akan kewalahan untuk mengejakannya.

1. Tidak Mempunyai Blog atau Website

Faktor penghambat dalam strategi pemasaran KBIH Miftahussaadah karena tidak mempunyai blog wabsite sehingga dalam melakukan promosi di dalam media online kurang maksimal.

1. **Tanggapan Seorang Calon Jamaah**

Seorang calon jamaah KBIHU Miftahussaadah Ciamis, tidak hanya mengetahui melalui brousur, benner, melainkan faktor yang lebih kuat dalam menarik minat jamaahnya adalah melalui mulut ke mulut atau bisa juga bertatap muka langsung, sebagaimana yang di katakan oleh Ibu Hani lutfiah sebagai seorang calon jamaah di KBIHU Miftahussaadah Ciamis.

Begitu hal nya dengan Seorang jamaah bisa tertarik dengan KBIHU Miftahussaadah Ciamis, karena pelayanan dari bidang pemasaran sudah cukup bagus mulai dari dijelaskan secara detail, dan langsung dibawa ke kantor KBIHU Miftahussaadah. Hal ini merupakan sebuah strategi pemasaran yang dilakukan bidang pemasaran dari KBIHU Miftahussaadah yang mampu membuat masyarakat tertarik terhadap paket-paket yang ditawarkan. Maka calon jamaah tidak merasakan ada masalah sedikitpun, sehingga dapat membuat calon jamaah lebih percaya dengan KBIHU Miftahussaadah Ciamis.

KBIHU Miftahussaadah bukan sekedar mengutamakan pelayanan yang sempurna untuk jamaahnya, tapi KBIHU Miftahussaadah menawarkan juga paket-paket umrah yang sesuai dengan kebutuhan dari masyarakat, dan memberikan kemudahan dalam beribadah ketanah suci.

**BAB V**

**PEMBAHASAN**

1. **Strategi Pemasaran Di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Dan Umrah (KBIHU) Miftahussaadah Ciamis**

Strategi pemasaran dipandang sebagai rencana untuk memaksimumkan peluang meraih bisnis yang ditargetkan melalui pengelolaan faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan, seperti desain produk, periklanan, pengendalian biaya, dan pengetahuan pasar. Definisi dari strategi pemasaran itu sendiri adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Dunia pemasaran diibaratkan sebagai suatu medan tempur bagi para produsen dan para pedagang yang bergerak dalam komoditi yang sama maka perlu sekali diciptakan suatu strategi pemasaran, agar dapat memenangkan peperangan tersebut.

Strategi pemasaran yang dilakukan KBIHU Miftahussaadah sebagai berikut :

1. Produk

Aspek dari produk yang di ciptakan dapat dispesifikasikan dengan benda atau jasa pada KBIHU Miftahussaadah Ciamis sudah memiliki berbagai macam produk yang ditawarkan oleh lembaga kepada konsumennya.

Dalam memasarkan produk KBIHU Miftahussaadah tim marketing tidak hanya memasarkan di wilayah Rancah, Ciamis saja tapi juga memasarkan produk- produk kepada masyarakat-masyarakat yang berada dipinggiran dan pelosok, hal tersebut membutuhkan waktu, tenaga, dan pengorbanan, tetapi hal ini menjadi sebuah hambatan sekaligus sebuah tantangan untuk tim marketing dalam memasarkan produk KBIHU Miftahussaadah supaya masyarakat bisa mengenal dan juga yakin untuk menggunakan layanan dari KBIHU Miftahussaadah Ciamis.

1. Harga

Mengacu pada jumlah uang yang harus dibayar oleh seorang pembeli supaya bisa mendapatkan produk yang kita jual, begitu juga dengan KBIHU Miftahussaadah Ciamis yang sudah membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan jamaah mulai dari harga dan pelayanannya.

KBIHU Miftahussaadah Ciamis juga menjual dengan harga murah melainkan menjual kualitas layanan. KBIHU Miftahussaadah lebih baik menjual dengan harga yang sedikit mahal dengan layanan yang bagus dan nyaman untuk jamaah, dibandingkan menjual dengan harga yang murah tapi jamaah tidak merasakan kenyamanan. Dalam hal ini sangat mementingkan kenyamanan jamaah dalam beribadah agar jamaah mendapatkan ibadah yang mabrur, apabila jamaah merasakan kenyamanan maka hal ini akan berdampak positif untuk KBIHU Miftahussaadah, karena akan berkesinambungan untuk calon jamaah yang lain, sebab jamaah yang sudah pernah menunaikan ibadah haji dan umrah melalui KBIHU Miftahussaadah Ciamis akan menceritakan pengalaman selama beribadah di tanah suci.

1. Promosi
   * 1. Promosi dengan melakukan silaturrahim yaitu petugas bagian KBIHU Miftahussaadah mendatangi langsung kepada calon jamaah haji, dan melakukan silaturrahim ke alumni jamaah haji untuk melakukan promosi secara langsung kepada jamaah.
     2. Menyebarkan brosur suatu bentuk promosi yang dilakukan oleh KBIHU Miftahussaadah, brosur disebarkan kepada calon jamaah haji, dan kepada alumni jamaah. Dan hal ini berdampak pada kepercayaan oleh jamaah haji yang belum menunaikan ibadah haji.
     3. Apadun promosi menggunakan benner yang dilakukan oleh KBIHU Miftahussaadah memberikan benner kepada calon jamaah haji yang menunaikan ibadah haji setiap tahunnya. Dengan memberikan benner kepada jamaah haji cukup evektif untuk melakukan promosi KBIHU Miftahussaadah.
     4. Strategi promosi dengan menggunakan alumni jamaah haji yaitu jamaah yang ikut KBIHU Miftahussaadah, ketika sudah menunaikan ibadah haji akan bercerita kepada orang lain, kalau mengikuti bimbingan KBIHU Miftahussaadah atau promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)
     5. Dalam strategi pemasaran memberikan pelayanan prima merupakan bentuk promosi yang digunakan oleh KBIHU Miftahussaadah. Dengan meberikan pelayanan prima kepada jamaah haji secara tidak langsung jamaah haji KBIHU Miftahussaadah akan bercerita kepada orang lain.
2. Distribusi

Mengacu kepada penyaluran produk agar sampai ke pelanggan. KBIHU Miftahussaadah Ciamis dalam hal ini memiliki tim marketing yang sudah memiliki keahlian serta mengikuti pelatihan dan di percaya oleh lembaga dalam menyampaikan produk KBIHU Miftahussaadah. Karena tujuan dari distribusi adalah menyediakan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh jamaah pada waktu dan tempat yang tepat.

1. **Efektivitas Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Jamaah Di KBIHU Miftahussaadah Ciamis**