

**STRATEGI PEMASARAN SOSIAL KELOMPOK
BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) AL-QODIRI JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
SOFI TAUFIQURRAHMAN
NIM. E20172187

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MARET 2022**

**STRATEGI PEMASARAN SOSIAL KELOMPOK BIMBINGAN
IBADAH HAJI (KBIH) AL-QODIRI JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

SOFI TAUFIOURRAHMAN

NIM. E20172187

Disetujui Pembimbing:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

M.F Hidayatullah, S.H.I, M.S.I

NIP. 197608122008011015

STRATEGI PEMASARAN SOSIAL KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH) AL-QODIRI JEMBER

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Jum'at

Tanggal : 22 April 2022

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Dr. Nurul Widyawati I.R., S.Sos, M.SI
NIP. 197509052005012003



Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M
NIP.198509152019032005

Anggota:

1. Dr. Tuti Anggraini, MA ()

2. M.F Hidayatullah, S.H.I M.S.I ()

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si

NIP. 196808072000031001



MOTTO

الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَةٌ ۖ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ ۗ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ يَعْلَمَهُ اللَّهُ ۗ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا يَتَأُولَى الْأَلْبَابِ ﴿١٩٧﴾

Artinya: (Musim) haji itu (pada) bulan-bulan yang telah dimaklumi. Barangsiapa mengerjakan (ibadah) haji dalam (bulan-bulan) itu, maka janganlah dia berkata jorok (rafats), berbuat maksiat dan bertengkar dalam (melakukan ibadah) haji. Segala yang baik yang kamu kerjakan, Allah mengetahuinya. Bawalah bekal, karena sesungguhnya sebaik-baik bekal adalah takwa. Dan bertakwalah kepada-Ku wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat ¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Salim Bahraesy, *Al Qur'an dan Terjemah*, (Surabaya: PT Karya Toha Putra Semarang, 2001), Al Baqarah (2):197.

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan skripsi ini untuk:

1. Kepada Ayah handa Rio Andriyono dan Ibunda Hamamah yang selalu memberi dukungan moral maupun materi, sehingga bisa menuntaskan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberi taufiq serta hidayahNya kepada penulis agar bisa membalas jasa-jasa mereka selama ini.
2. Kepada kepengurusan (KBIH) Al Qodiri Jember yang telah memberikan waktu dan berkenan mengizinkan saya melakukan penelitian disana.
3. Teman Seperjuangan Iendana Khoerunnissa' yang membantu serta memberikan support system kepada saya untuk menuntaskan skripsi ini.
4. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Khas Jember.
5. Seluruh teman-teman satu angkatan 2017 Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam yang selalu menjadi teman diskusi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur yang tanpa batas penulis sampaikan kepada Allah karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai salah satu persyaratan sarjana dengan mudah.

Sholawat serta salam tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari jahiliyah menuju ke zaman yang terang benderang yakni agama Islam.

Tentunya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sebab adanya dukungan dan do'a dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.M.M selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I selaku Kordinator Program Studi Ekonomi Syari'ah sekaligus selaku pembimbing skripsi yang tak henti-hentinya memberikan arahan, saran dan motivasi terhadap skripsi saya, semoga kesabarannya dalam mendidik penulis dapat bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Amin
4. Bapak/Ibu dosen, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan dan pengalaman yang berharga kepada peneliti selama di bangku kuliah.

5. Seluruh civitas akademika Univeritas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, kepada pimpinan, para dosen dan karyawan yang telah membantu dalam kelancaran proses penyelesaian tugas akhir ini.
6. Tim penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran pada saat menguji sehingga skripsi ini dapat disempurnakan.
7. Bapak Mufid Adnan selaku Sekertaris KBIH Al Qodiri Jember, Bapak Abdi Lazuardi dan Bapak Andi hartono selaku Tim Administrasi Dan Humas KBIH Al Qodiri Jember, yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam proses penelitian ini.
8. Seluruh informan yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk di wawancarai sebagai bahan skripsi.

Tiada kata yang dapat peneliti haturkan dan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang telah di berikan.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan yang ada didalamnya. Sehingga saran dan kritik yang konstruktif sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Jember, 21 Maret 2022
Penulis

Sofi Taufiqurrahman
E20172187

ABSTRAK

Sofi Taufiqurrahman, M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I 2021: *Strategi Pemasaran Sosial Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember*

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh KBIH Al Qodiri Jember. Strategi pemasaran ini adalah strategi pemasaran sosial yang ada di Al Qodiri Jember.

Fokus penelitian dalam penelitian ini diantaranya: 1) Bagaimana strategi pemasaran sosial KBIH Al Qodiri Jember? 2) Bagaimana implikasi strategi pemasaran sosial KBIH Al Qodiri Jember?

Dari fokus masalah diatas maka dapat ditentukan bahwa tujuan penelitian penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember 2) Untuk mengetahui implikasi strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan termasuk jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field search* yang mana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati situasi yang terjadi

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember. a). Menggunakan strategi khusus dalam menarik jemaah yakni Strategi Pemasaran Sosial. b). Promosi dilakukan menggunakan media siaran pada malam jum'at ketika kegiatan manaqib berlangsung yang disiarkan di JTV Jember dan YouTube. c). Jemaah yang sudah menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember melakukan promosi sendiri dengan mengajak sanak saudara dan tetangganya untuk menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember. d). Bentuk promosinya adalah mereka menceritakan pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember. 2. Implikasi strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember dinilai berhasil a). Jemaah haji merasa mendapatkan perhatian lebih dari pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember. b). Jemaah haji merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember. c). Meningkatnya permintaan jumlah calon jemaah haji di KBIH Al Qodiri Jember. d). Penggunaan jasa yang beruntun dikalangan masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, KBIH Al Qodiri Jember

ABSTRACT

Sofi Taufiqurrahman, MF Hidayatullah, SHI, MSI 2021: Social Marketing Strategy of Al Qodiri Hajj Guidance Group (KBIH) Al Qodiri Jember

This study discusses the marketing strategy implemented by KBIH Al Qodiri Jember. This marketing strategy is a social marketing strategy in Al Qodiri Jember.

The research focuses in this study include: 1) What is the social marketing strategy of KBIH Al Qodiri Jember? 2) What are the implications of the social marketing strategy of KBIH Al Qodiri Jember?

From the focus of the problem above, it can be determined that the research objectives of this research are as follows: 1) To find out the social marketing strategy of hajj travel services at KBIH Al Qodiri Jember 2) To find out the implications of social marketing strategies for hajj travel services at KBIH Al Qodiri Jember.

The approach used in this research is a qualitative approach and includes a type of descriptive research. The research method uses a qualitative descriptive method. This type of research is a field research or field search in which researchers go directly to the field to observe the situation. The

results of the research show that: 1. Social marketing strategy for Hajj travel services at KBIH Al Qodiri Jember. a). Using a special strategy in attracting congregants, namely the Social Marketing Strategy. b). The promotion is carried out using broadcast media on Friday nights when manaqib activities take place which are broadcast on JTV Jember and YouTube. c). Congregants who have used the services of KBIH Al Qodiri Jember did their own promotion by inviting their relatives and neighbors to use the services of KBIH Al Qodiri Jember. d). The form of promotion is that they tell about the services provided by the management of KBIH Al Qodiri Jember. 2. The implications of the social marketing strategy for Hajj travel services at KBIH Al Qodiri Jember are considered successful a). Hajj pilgrims feel that they are getting more attention from the services provided by the management of KBIH Al Qodiri Jember. b). Hajj pilgrims are satisfied with the services provided by the management of KBIH Al Qodiri Jember. c). The increasing demand for the number of prospective pilgrims at KBIH Al Qodiri Jember. d). Continuous use of services among the community.

Keywords: Marketing Strategy, KBIH Al Qodiri Jember

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah	8
F. Sistematika pembahasan	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	27
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	32

C. Subyek Penelitian	33
D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Analisis Data	35
F. Keabsahan Data	36
G. Tahap-tahap penelitian	37
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	39
A. Gambaran Objek Penelitian	39
B. Penyajian Data dan Analisis	43
C. Pembahasan Temuan	59
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
Lampiran-lampiran	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Jemaah Haji Tahun 2017-2019 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Qodiri Jember.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Haji merupakan salah satu keinginan semua muslim. Akan tetapi biaya haji yang dibidang tidak cukup murah, mau tidak mau mereka yang ingin melaksanakan haji harus menabung terlebih dahulu. Asalkan ada niat dan tekad kuat untuk berhaji maka siapa pun yang ingin berhaji pasti akan diijabah doanya oleh Allah SWT. Allah berfirman dalam surah Ali Imron yat 97:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ^ط وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا ^ق وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ ^ج
الْبَيْتِ مَنْ أُسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ^ج وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ^{٤٧}

Artinya: “Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah Dia. Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji) maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (Tidak memerlukan sesuatu dari semesta alam.” (QS. Ali Imran: 97).²

Pada umumnya orang yang belum berhaji tidak tau tentang tata cara berhaji. Dan ada juga sebagian dari mereka mungkin mengetahui dari sumber bacaan, cerita orang yang sudah berhaji dan melihat dari televisi. Namun mereka tidak tau secara langsung tata cara berhaji. Sehingga perlu dilakukan bimbingan serta tata cara berhaji bagi orang yang akan melaksanakan ibadah haji. dan juga untuk bimbingan haji bagi yang sudah lanjut usia harus di lakukn secara khusus.

² Al Qur'an dan Terjemah, Ali Imron (3):97

pada tahun 2006 Puslitbang meneliti tentang “Persepsi Calon Jemaah Haji terhadap Kualitas Pembimbingan KBIH dan non KBIH di Indonesia-Arab Saudi”. Yang mana hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa ada perbedaan tentang persepsi atau penilaian dari jemaah haji yang bergabung dengan KBIH dan jemaah haji yang tidak bergabung dengan KBIH, yang mana perbedaan tersebut terlihat dari bimbinganannya.³

Sebuah lembaga bimbingan ibadah haji harus memiliki izin dari kementerian agama untuk melakukan bimbingan kepada jemaahnya.⁴ Tugas KBIH adalah membimbing dan membina para jemaahnya yang akan melaksanakan ibadah haji. belakangan ini semakin banyak jumlah lembaga KBIH dan seiring berjalannya waktu bentuk orientasi dari bisnis Lembaga KBIH semakin menonjol. Pemerintah memberlakukan peraturan agar kegiatan yang dilakukan oleh KBIH tersebut tidak merugikan kepada masyarakat.

Kepuasan layanan yang diberikan oleh pengurus KBIH adalah bentuk keberhasilan dari KBIH tersebut. Para pengurus KBIH harus memiliki kelayakan yang tinggi ketika menghadapi jemaahnya. Pemasaran KBIH juga memiliki peranan penting agar jumlah jemaah yang bergabung dengan KBIH tersebut jumlahnya banyak. Pemasaran merupakan bentuk pengaturan dan proses sosial yang mana melalui proses tersebut individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan serta butuhkan. Yang mana proses

³ Imam Syaukani, *Manajemen Pelayanan Haji di Inonesia* (Jakarta: Departemen Agama RI: Badan Litbang dan Dilat Kehidupan Keagamaan, 2009),6.

⁴ <http://jatim.Kemenag.go.id/file/file/haji/isaq1426576477.pdf>.

tersebut juga melalui sebuah penciptaan serta pertukaran sebuah timbal balik dari sebuah produk dan juga nilai dari orang lain.

Fakta diatas menunjukkan ketertarikan pengusaha untuk membuka bisnis haji. Sekarang dapat kita temui agan perjalanan haji atau KBIH diberbagai kota besar. Namun sekarang sudah merambat ke kota kecil juga. Perusahaan yang bergerak dibidang travel haji dan umrah Sekarang sangat mudah untuk ditemui. Yang mana juga mereka saling berlomba untuk meningkatkan jumlah jemaah yang bergabung dengan KBIH nya. Mereka harus memutar otak dalam melakukan strategi marketing untuk memajukan usahanya.

Strategi merupakan sebuah gambaran besar sebuah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang dibentuk melalui suatu perumusan (formulation) yang disertai dengan sebuah pelaksanaan (implementation).⁵ Sebuah perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan kebutuhan biaya dalam segmen sasaran.⁶

Pemasaran adalah proses pada kegiatan sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial.⁷ Pengertian lainnya menjelaskan bahwa, Pemasaran adalah menciptakan penawaran dan modifikasi produk serta melayani pelanggan secara transparan dari individu hingga kelompok untuk mendapat apa yang mereka inginkan.⁸

⁵ Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta:Amara Book, 2008), 27.

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kancana,2005), 61.

⁷ Freedy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 48.

⁸ Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, *Marketing Wise*, (Jakarta:PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005), 4.

Salah satu strategi dalam pemasaran adalah strategi pemasaran sosial. konsep ini mengasumsikan bahwa tujuan dari pemasaran sosial adalah mengatasi setiap masalah sosial yang ada dikalangan masyarakat. Strategi ini menggunakan dua bidang ilmu, yakni bidang ilmu komunikasi dan bidang ilmu pemasaran.⁹

Al Qodiri memiliki salah satu kegiatan rutin yang diadakan setiap malam jum'at. Yang mana acara ini dijadikan salah satu ajang promosi atau pengembangan KBIH Al Qodiri Jember. Cara pengurus mempromosikan KBIH Al Qodiri dengan menyiarkannya via media penyiaran yang disiarkan saat berlangsungnya kegiatan manaqib. Kegiatan manaqib ini disiarkan melalui JTV Jember dan YouTube Al Qodiri. Dan juga informasi mengenai haji juga bisa didapatkan melalui Jemaah yang sudah menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember .

KBIH Al Qodiri merupakan lembaga bimbingan Ibadah Haji dari Pondok Pesantren Al Qodiri Jember yang beralamat di Jl Manggar 139 A Patrang Jember. KBIH Al Qodiri Jember berdiri pada tahun 2002 oleh KH Abdul Zaelani. KH Abdulah Zaelani yang merangkap sebagai pendiri sekaligus pembina kini tidak lagi menjabat karena beliau sudah wafat. Dan kini digantikan oleh KH Muzakki Syah selaku ketua dari KBIH Al Qodiri Jember . Seiring berjalannya waktu kepengurusan itu bergeser. Kini KH Muzakki Syah menjabat sebagai pembina dan Ketua KBIH Al Qodiri Jember

⁹ Wahyuni PutjiAstuti, *Social marketing*, (Jakarta:Yayasan Pustaka Obor, 2016), 2.

di pegang oleh putranya yakni KH Taufiqurrahman Muzakki.¹⁰

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Qodiri Jember adalah salah satu agen perjalanan haji yang ada di Jember. Dengan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lapangan di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Qodiri Jember dalam salah satu bentuk pemasaran. Dalam penelitian ini penulis mengkaji sistem strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Qodiri Jember. Penulis tertarik menjadikan (KBIH) Al-Qodiri sebagai objek penelitian karena, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Qodiri Jember memiliki strategi pemasaran yang unik menggunakan strategi pemasaran dalam suatu kegiatan sosial yang terdapat di pondok pesantren Al-Qodiri Jember dan memiliki jumlah jemaah yang cukup banyak. Untuk data jumlah jemaah haji dari tahun 2017-2019 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Jemaah Haji Tahun 2017-2019
Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Qodiri Jember¹¹

Tahun	Jumlah Jemaah haji
2017	100
2018	80
2019	100

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa jemaah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al-Qodiri Jember tahun 2017 yang jumlahnya 100, 2018 jumlahnya 80 sampai 2019 yang jumlahnya sebanyak 100.

¹⁰ Mufid Adnan, *Wawancara*, Jember, 25 November 2021

¹¹ Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember, *Memory Jemaah Haji*, 2017

Dalam upaya mendapatkan jemaah haji, beberapa KBIH menggunakan strategi dengan menawarkan berbagai fasilitas, bimbingan ibadah haji serta harga bimbingan ibadah haji. bahkan figur kiai menjadi pengaruh tersendiri bagi jemaah haji.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari beberapa KBIH yang ada di Kabupaten Jember, untuk jumlah biaya bimbingan perKBIH berbeda-beda diantaranya KBIH Bismika yang memberi harga bimbingan sebesar Rp 2.000.000 meliputi seluruh bimbingan dari di Indonesia sampai ke tanah suci.¹² Sedangkan KBIH Al Multazam memberi harga bimbingan sebesar 2.000.000¹³ dan KBIH Al Qodiri Jember memberikan harga bimbingan sebesar Rp 1.000.000 meliputi bimbingan dari di Indonesia hingga ke tanah suci. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan harga bimbingan dari setiap KBIH yang ada di Jember.

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang diatas maka fokus masalah dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember ?
2. Bagaimana implikasi strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember ?

¹² Pengurus KBIH Bismika, *Wawancara*, Jember, 26 April 2022

¹³ Pengurus KBIH Al Multazam, *Wawancara*, Jember, 26 April 2022

C. Tujuan Penelitian

Dari fokus masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember .
2. Untuk mengetahui implikasi strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember .

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian berharap dengan adanya penelitian ini akan menjadi refresi tambahan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki tujuan penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan keilmuan bagi peneliti lainnya. Terutama bagi peneliti yang ingin meneliti tentang strategi pemasaran perjalanan ibadah haji.

b. Bagi UIN KH Achmad Siddiq Jember

Peneliti juga berharap dengan hasil penelitian ini akan menjadi literatur tambahan bagi lembaga kampus UIN KH Achmad Siddiq Jember, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah yang ingin mengembangkan kajian mengenai strategi pemasaran perjalanan haji.

c. Bagi KBIH Al Qodiri Jember

Peneliti juga berharap Dengan adanya penelitian ini, memberikan kontribusi serta inovasi dalam pengembangan strategi pemasaran sosial perjalanan haji kedepannya bagi KBIH Al Qodiri Jember .

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam pengertian istilah, Maka penulis akan menegaskan kembali mengenai judul penelitian “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember”. Maka dari itu penulis akan menjelaskan perkata dari judul penelitian dibawah ini:

1. Strategi

Strategi merupakan sebuah gambaran besar sebuah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang dibentuk melalui suatu perumusan (formulation) yang disertai dengan sebuah pelaksanaan (implementation).¹⁴ Sebuah perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan kebutuhan biaya dalam segmen sasaran.¹⁵

2. Pemasaran Sosial

konsep ini mengasumsikan bahwa tujuan dari pemasaran sosial adalah mengatasi setiap masalah sosial yang ada dikalangan masyarakat. Strategi ini menggunakan dua bidang ilmu, yakni bidang ilmu komunikasi dan bidang ilmu pemasaran. Dan konsep ini berbeda dengan strategi pemasaran pada umumnya, tujuan pemasaran pada umumnya untuk

¹⁴ Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta:Amara Book, 2008), 27.

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kancana,2005), 61.

mencari keuntungan sedangkan pemasaran sosial bukan untuk mencari keuntungan.¹⁶

3. Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember

KBIH Al Qodiri merupakan lembaga bimbingan Ibadah Haji dari Pondok Pesantren Al Qodiri Jember yang beralamat di Jl Manggar 139 A Patrang Jember. KBIH Al Qodiri Jember berdiri pada tahun 2002 oleh KH Abdul Zaelani. KH Abdul Zaelani yang merangkap sebagai pendiri sekaligus pembina kini tidak lagi menjabat karena beliau sudah wafat. Dan kini digantikan oleh KH Muzakki Syah selaku ketua dari KBIH Al Qodiri Jember. Seiring berjalannya waktu kepengurusan itu bergeser. Kini KH Muzakki Syah menjabat sebagai pembina dan Ketua KBIH Al Qodiri Jember dipegang oleh putranya yakni KH Taufiqurrahman Muzakki.¹⁷

Adapun Strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Al Qodiri Jember menggunakan proses pemasaran sosial, yang mana setiap konsumen hanya mau membeli produk-produk yang mampu memuaskan kebutuhan serta keinginannya.¹⁸

F. Sistematika Pembahasan

Dalam melaksanakan penelitian yang baik dan teratur, dibutuhkan penggunaan metode yang sistematis. Hal tersebut sebagai bagian dari langkah dalam mengidentifikasi kevalidan data yang telah dikumpulkan. Maka

¹⁶ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jogyakarta: Andi Offset, 2014), 4.

¹⁷ Mufid Adnan, Wawancara, Jember, 25 November 2021

¹⁸ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jogyakarta: Andi Offset, 2014), 4.

kemudian penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dipertanggung jawabkan. Sistematika pembahasan meliputi pemaparan yang dimulai dari bab pembahasan hingga bab penutup.

Bab Satu adalah pembahasan yang memuat deskripsi masalah yang diangkat peneliti dan gagasannya yang tertuang pada beberapa bahasan : fokus penelitian serta tujuannya, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab Dua kajian pustaka yang berisi penelitian terdahulu serta kajian teori. Pada penelitian terdahulu, peneliti menuliskan literatur baik berupa jurnal maupun skripsi yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan dalam kajian teori berisi penjelasan tentang strategi pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember. .

Bab Tiga yaitu metode penelitian yang terdiri dari beberapa sub bab antara lain : jenis penelitian, lokasi serta subjek penelitian, pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta tahap penelitian.

Bab Empat berisi penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan. penyajian data dan analisis memuat tentang gambaran objek penelitian serta pemaparan data yang diperoleh. Sedangkan pembahasan temuan berisi penjelasan tentang temuan yang ada di lapangan dan kemudian dikaitkan dengan teori yang sudah ada.

Bab Lima adalah kesimpulan dan saran. Kesimpulan disini memuat konklusi atau ringkasan dari seluruh pembahasan yang telah diangkat.

Sementara saran menjelaskan atau memberikan rekomendasi terhadap permasalahan terkait.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu merupakan sebuah kegiatan untuk mendapatkan sebuah inspirasi dan menjamin orisinalitas serta posisi yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini penulis mengambil beberapa referensi skripsi yang memiliki keterkaitan dengan judul yang peneliti teliti.

Guna menghindari adanya kesamaan dengan penelitian yang sebelumnya telah ada, maka penulis melakukan penelusuran pustaka terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sebagai berikut:

1. Ulya Amalia Farkhatul, 2019. *"Strategi pemasaran Islami dalam upaya meningkatkan jumlah Jemaah pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus"*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang.¹⁹

Yang dibahas di penelitian ini adalah strategi pemasaran islami menggunakan marketing mix. Metode yang digunakan oleh Ulya Amalia Farkhatun adalah deskriptif kualitatif. Adapun pemasaran yang digunakan oleh penelitian ini adalah dengan menyebarkan brosur, bekerjasama dengan perusahaan, mengadakan sebuah pameran, pemasaran lewat media cetak dan internet.

¹⁹ Ulya Amalia Farkhatul, "Strategi pemasaran Islami dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus, (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember” adalah:

Persamaan penelitian Ulya Amalia fakhatul dengan penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran. Serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Ulya Amalia Fakhratun tempat penelitian berbeda. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran islami, sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

2. Kamilina Rhodiyah LD 2018. ”*Penerapan Promotional Mix Pada Biro Perjalanan Umroh/ Haji Shafira Tour And Travel Surabaya Menurut Perspektif Islam*”, Universitas Airlangga.²⁰

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang penerapan promosi mix menurut perspektif islami. Metode yang digunakan Kamilia Rhodiyah adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya adalah penerapan promosi yang digunakan oleh Shafa Tour and Travel sesuai dengan perspektif islam yang jujur.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember”

²⁰ Kamilina Rhodiyah LD, ”Penerapan Promotional Mix Pada Biro Perjalanan Umroh/ Haji Shafira Tour And Travel Surabaya Menurut Perspektif Islam”, (Skripsi Universitas Airlangga, 2018).

adalah:

Persamaan penelitian Khamilina Rhodiyah LD dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai penerapan promosi dalam meningkatkan jumlah Jemaah. Serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian yang dilakuakn oleh Khamila Rhodiyah LD tempat penelitian berbeda. penelitian yang berfokus pada penerapan promosi mix menurut pandangan islam. sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

3. Rahayu Megawati yang berjudul 2018. *“Peluang Dan Tantangan Strategi Pemasaran Syari’ah Biro Jasa Umroh dan Haji (Studi Kasus Di Aet Travel Pt. Penjuru Wisata Negeri Sidoarjo)”*. Universitas Negeri Surabaya.²¹

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang sebuah peluang dan tantangan strategi pemasaran syari’ah. Metode yang digunakan Rahayu Megawati adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya banyaknya pelamar Jemaah umrah indonesia yang begitu banyak menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengusaha bidang travel.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember” adalah:

²¹ Rahayu Megawati, “Peluang Dan Tantangan Strategi Pemasaran Syari’ah Biro Jasa Umroh dan Haji (Studi Kasus Di Aet Travel Pt. Penjuru Wisata Negeri Sidoarjo)”, (Skripsi Universitas Negeri Surabaya, 2018).

Persamaan penelitian Rahayu Megawati dengan penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi Serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian Rahayu Megawati dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda. penelitian yang berfokus pada strategi pemasaran syari'ah. sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

4. Aceng Ahmad Fahrulroji 2017. *“Strategi Pemasaran Program Umroh dan Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah Pada Esq Tours And Travels 165”*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2017.²²

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah strategi untuk meningkatkan jumlah jemaah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya strategi yang digunakan oleh ESQ Tour and Travel menggunakan pemasaran mix, menyebarkan brosur, bekerjasama dengan perusahaan, mengadakan pameran dan pemasaran lewat media cetak dan internet.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember” adalah:

²² Aceng Ahmad Fahrulroji, “Strategi Pemasaran Program Umroh dan Haji Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada Esq Tours And Travels 165”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

Persamaan penelitian Ahmad Fahrulroji dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian Ahmad Fahrulroji dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian yang berfokus pada strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah jemaah. sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

5. Rufaidatun Nifsu Laili 2018. *“Analisis Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulung Agung Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pasca Penerapan Sistem Multi Level”*, Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung.²³

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang menganalisis strategi pemasaran. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya adalah strategi yang digunakan oleh KBIH PT Arminarka Perdana Tulungagung dalam menghadapi persaingan usaha menggunakan sistem referal. Dalam analisis pemasaran ini memiliki faktor penghambat dan pendukung. Faktor pendukungnya berupa sebuah penerapan dari sistem yang diberlakukan seperti pelayanan yang diberikan. Sedangkan faktor penghambatnya berupa faktor eksternal dari jemaah dan internal dari pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi

²³ Rufaidatun Nifsu Laili, “Analisis Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulung Agung Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pasca Penerapan Sistem Multi Level”, (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung, 2018)

Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember”
adalah:

Persamaan penelitian Rufaidatun Nifsu Laili dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai pemaparan analisis strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian Rufaidatun Nifsu Laili dengan penelitian ini adalah penelitian Rufaidatu Nifsu Laili adalah tempat penelitian berbeda, penelitian ini membahas tentang sebuah analisis strategi sedangkan penelitian yang peneliti tentang strategi pemasaran sosial.

6. Lia Fadhilah yang 2018. *“Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Padang Dalam Pelayanan Dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen”*, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.²⁴

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang strategi dan manajemen dalam meningkatkan jumlah konsumen. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya adalah pelayan yang diberikan oleh travel haji dan umrah kota padang mengedepankan kualitas pelayanan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember”
adalah:

²⁴ Lia Fadhilah, “Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Padang Dalam Pelayanan Dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, 2018).

Persamaan penelitian Lia Fadhilah dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian Lia Fadhilah dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda. Penelitian ini membahas tentang strategi dan manajemen pelayanan dalam meningkatkan jumlah konsumen. Sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

7. Ni'matul Farida 2016. "*Strategi Penerapan Experiential Marketing Islami Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Jemaah (Studi Kasus Pada PT Fadlu Robbi Jepara)*", Universitas Islam Negri Walisongo.²⁵

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang strategi marketing dalam meningkatkan jumlah jemaah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya adalah konsep manajemen yang diterapkan oleh PT. Fadlu Robbi menggunakan konsep *eksperiential marketing* islam pada umumnya. Yang mana *eksperiential marketing* pada umumnya membuat perencanaan sebuah tugas dan mengkolonkan sesuai tupoksinya, mengatur tenaga pelaksanaanya, dan menggerakkan tugas ke arah tujuan masing-masing. Dan juga tidak keluar dari manajemen keislaman.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul "Strategi

²⁵ Ni'matul Farida, "Strategi Penerapan Experiential Marketing Islami Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Jemaah (Studi Kasus Pada PT Fadlu Robbi Jepara)", (Skripsi Universitas Islam Negri Walisongo, 2016.).

Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember” adalah:

Persamaan penelitian Ni’matul Hasanah dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian Ni’matul Hasanah dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian tersebut terfokus kepada strategi penerapan experiential marketing islami, Sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

8. Fathur Rohman 2017. “ *Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Dan Umroh Al Mabror Lumajang Dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah*”, Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang.²⁶

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jemaah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya strategi pemasaran yang digunakan adalah promosi, penyediaan produk, pelayanan yang baik, harga bersahabat dan lokasi yang strategis. Dalam strategi ini ada faktor penghambat dan pendukungnya. Diantaranya: faktor pendukung: layanan yang baik, harga bersahabat, tingkat loyalitas konsumen, ikatan alumni yang tidak putus, dan pengurus KBIH yang memadai. Adapun faktor penghambatnya: banyaknya persaingan dibidang travel haji dan umrah, kurangnya kualitas SDM dan sosial media yang tidak mendukung.

²⁶ Fathur Rohman, “ *Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Dan Umroh Al Mabror Lumajang Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah*”, (Skripsi Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang , 2017).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember” adalah:

Persamaan penelitian Fathur Rohman dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran, serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian Fathur Rohman dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian tersebut terfokus kepada strategi dalam meningkatkan jumlah jemaah. Sedangkan penelitian yang peneliti tentang strategi pemasaran sosial.

9. Fauzan 2019. “*Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah di Travel Umrah An-Nur Karah Agung*”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.²⁷

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jemaah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya strategi yang digunakan adalah dengan memperkuat hubungan dengan alumni, , menguatkan figur kiai sebagai strategi pemasaran, memebrikan pelayanan yang diinginkan jemaah, harga yang cukup terjangkau, menyebarkan pamflet melalui media online dan offline.

²⁷ Fauzan, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah di Travel Umrah An-Nur Karah Agung”, (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember” adalah:

Persamaan penelitian Fauzan dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian Fauzan dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian tersebut terfokus kepada strategi dalam peningkatan jumlah jemaah. Sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

10. Ainun Ni'mah 2017. “*Strategi Pemasaran Kbih Nu dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Haji di Kabupaten Jepara*”, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tahun 2017.²⁸

Yang dibahas dalam penelitian ini adalah tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jemaah. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya membimbing jemaah dengan baik, menyebarkan pamflet melalui media secara offline dan online, bekerjasama dengan media elektronik, membina hubungan yang baik antara pengurus dan jemaah. Dalam penelitian ini memiliki faktor penghambat. Diantaranya: persaingan strategi dengan trevel haji dan umrah lain, kuota haji yang terbatas, lemahnya pengetahuan SDM, serta usia

²⁸ Ainun Ni'mah, “Strategi Pemasaran Kbih Nu dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Haji di Kabupaten Jepara”, (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017).

jemaah yang sudah tua.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan, maka persamaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember” adalah:

Persamaan penelitian Ainun Ni'mah dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran, serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Perbedaan penelitian Ainun Ni'mah dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian tersebut terfokus kepada strategi dalam peningkatan jumlah jemaah. Sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Ulya Amalia Farkhatul Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2019.	<i>Strategi pemasaran Islami dalam upaya meningkatkan jumlah Jemaah pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus</i>	Penelitian Ulya Amalia fakhatul dengan penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran. Serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian yang dilakukan oleh Ulya Amalia Fakhratun tempat penelitian berbeda. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran islami, sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
2	Kamilina Rhodiyah LD Universitas Airlangga pada tahun 2010.	<i>Penerapan Promotional Mix Pada Biro Perjalanan Umroh/ Haji Shafira Tour And Travel Surabaya Menurut Perspektif Islam</i>	penelitian Khamilina Rhodiyah LD dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai penerapan promosi dalam meningkatkan jumlah Jemaah. Serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian yang dilakuakn oleh Khamila Rhodiyah LD tempat penelitian berbeda. penelitian yang berfokus pada penerapan promosi mix menurut pandangan islam. sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.
3	Rahayu Megawati Universitas Negeri Surabaya tahun 2018.	<i>Peluang Dan Tantangan Strategi Pemasaran Syari'ah Biro Jasa Umroh dan Haji (Studi Kasus Di Aet Travel Pt. Penjuru Wisata Negeri Sidoarjo)</i>	penelitian Rahayu Megawati dengan penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi Serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian Rahayu Megawati dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda. penelitian yang berfokus pada strategi pemasaran syari'ah. sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.
4	Aceng Ahmad Fahrulroji Universitas Islam Negeri Syarif	<i>Strategi Pemasaran Program Umroh dan Haji Dalam Upaya</i>	penelitian Ahmad Fahrulroji dengan penelitian ini adalah sama-	penelitian Ahmad Fahrulroji dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda,

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Hidayatullah Jakarta tahun 2015.	<i>Meningkatkan Jumlah Jemaah Pada Esq Tours And Travels 165</i>	sama membahas tentang strategi serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian yang berfokus pada strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah jemaah. sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.
5	Rufaidatun Nifsu Laili Institut Agama Islam Negri Tulung Agung tahun 2018.	<i>Analisis Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulung Agung Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pasca Penerapan Sistem Multi Level</i>	penelitian Rufaidatun Nifsu Laili dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai pemaparan analisis strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian Rufaidatun Nifsu Laili dengan penelitian ini adalah penelitian Rufaidatu Nifsu Laili adalah tempat penelitian berbeda, penelitian ini membahas tentang sebuah analisis stratesi sedangkan penelitian yang peneliti tentang strategi pemasaran sosial..
6	Lia Fadhilah Universitas Islam Negri Imam Bonjol Padang pada tahun 2018.	<i>Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Padang Dalam Pelayanan Dan Kualitas</i>	penelitian Lia Fadhilah dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan	penelitian Lia Fadhilah dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda. Penelitian ini membahas tentang strategi dan manajemen pelayanan dalam meningkatkan

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
		<i>Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen</i>	metode penelitian deskriptif kualitatif.	jumlah konsumen. Sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.
7	Ni'matul Farida Universitas Islam Negri Walisongo pada tahun 2016.	<i>Strategi Penerapan Experiential Marketing Islami Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Jemaah (Studi Kasus Pada PT Fadlu Robbi Jepara)</i>	penelitian Ni'matul Hasanah dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian Ni'matul Hasanah dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian tersebut terfokus kepada strategi penerapan experiential marketing islami, Sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.
8	Fathur Rohman Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang pada tahun 2017.	<i>Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Dan Umroh Al Maburr Lumajang Dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah</i>	penelitian Fathur Rohman dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif	penelitian Fathur Rohman dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian tersebut terfokus kepada strategi dalam meningkatkan jumlah jemaah. Sedangkan penelitian yang peneliti teliti

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
			kualitatif.	tentang strategi pemasaran sosial.
9	Fauzan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2019.	<i>Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah di Travel Umrah An-Nur Karah Agung</i>	penelitian Fauzan dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian Fauzan dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian tersebut terfokus kepada strategi dalam peningkatan jumlah jemaah. Sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.
10	Ainun Ni'mah Universitas Islam Negeri Walisono Semarang pada tahun 2017	<i>Strategi Pemasaran Kbih Nu dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Haji di Kabupaten Jepar</i>	penelitian Ainun Ni'mah dengan penelitian ini sama-saman membahas mengenai strategi pemasaran. serta sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.	penelitian Ainun Ni'mah dengan penelitian ini adalah tempat penelitian berbeda, penelitian tersebut terfokus kepada strategi dalam peningkatan jumlah jemaah. Sedangkan penelitian yang peneliti teliti tentang strategi pemasaran sosial.

B. KAJIAN TEORI

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi merupakan sebuah rancangan besar sebuah perusahaan untuk mencapai sebuah tujuan yang terbentuk melalui sebuah rumusan (formulasi) yang disertai dengan sebuah pelaksanaan (implementation).²⁹ Sebuah perusahaan dituntut untuk memahami kebutuhan serta kebutuhan biaya dalam sebuah segmen sasaran.

2. Pemasaran

Pemasaran adalah sebuah proses kegiatan sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Adapun pengertian lainnya menjelaskan, Pemasaran adalah sebuah proses penciptaan, penawaran, pertukaran produk sebuah pelayanan yang dilakukan secara bebas dengan orang lain dan sebuah proses interaksi antar individu dan kelompok untuk mendapat apa yang mereka inginkan.³⁰

Adapun konsep pemasaran yang digunakan oleh peneliti adalah konsep pemasaran sosial menurut Kotler dan Wahyuni Pudjiastuti, ia menjelaskan pemasaran sosial berbeda dengan pemasaran pada umumnya.

Pemasaran pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sedangkan pemasaran sosial tidak untuk mendapatkan keuntungan.

Pemasaran sosial menurut Philip Kotler pemasaran sebagai sebuah

²⁹ Usi Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Book, 2008), 27.

³⁰ Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, *Marketing Wise*, (Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005), 4.

hubungan masyarakat dalam mengubah sikap dan perilaku untuk mengatasi masalah sosial ada.

Adapun Unsur-unsur komunikasi dalam pemasaran sosial (*Social Marketing*) :

- a. Komunikator adalah orang yang mengantarkan pesan kepada komunikan
- b. Pesan adalah informasi yang diantarkan oleh komunikator
- c. Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan
- d. Komunikan adalah pihak yang mendapat pesan dari komunikator.³¹

Kotler dan Seymore juga menjelaskan bahwa “Selain menggunakan 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) elemennya perlu ditambahkan dengan 3P”. Kotler menambahkan *Personnel, Process, dan Presentation*³². Maka dari itu elemen-elemen pemasaran sosial menurut Kotler sebagai berikut :

a. ***Product dalam social marketing***

Produk merupakan barang atau jasa yang dijual. produk sosial dengan produk komersial pada umumnya memiliki kesamaan. Ada yang sifatnya nyata dan tidak nyata. Jika Produk komersial dipasarkan untuk mendapatkan sebuah keuntungan maka produk sosial dipasarkan untuk mengatasi setiap masalah sosial yang ada di masyarakat dalam artian tidak mencari keuntungan.

³¹ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016,), 4.

³² Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016,), 6.

Kotler membagi produk sosial ke dalam tiga macam bentuk, yaitu macam I, macam II, macam III :

- 1) Macam I : adopter merupakan target dari produk social serta tidak ada pesaingnya.
- 2) Macam II : adopter yang kebutuhannya terpenuhi oleh produk sosial dengan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan prosuk sosial yang lain.
- 3) Macam III : adopter yang kebutuha sosialnya tidak dapat terpenuhi oleh produk sosial.³³

b. Place dalam Social Marketing

Place dalam Pemasaran Sosial memiliki artian sebagai tempat yang digunakan unuk mendistribusikan produk sosial . Tempat yang terjangkau akan lebih memudahkan *customer*.³⁴ Tujuan dari pemilihan tempat yang strategis adalah untuk memudahkan customer, semakin strategis tempatnya maka akan semakin bagus.

c. Promotion dalam Social Marketing

Promotion dalam *social marketing* memiliki peranan yang penting dalam memperkenalkan produk yang kita jual. Langkah utama yang harus dilakukan oleh *social marketer* dalam memasarkan produk sosialnya adalah menyeleksi target *adopters*. Untuk target yang bersifat massa maka komunikasi yang digunakan adalah komunikasi massa,

³³ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016),12.

³⁴ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016,), 21-22.

sedangkan untuk target yang bersifat individu maka promosi yang dapat digunakan adalah menggunakan pendekatan langsung.

Promosi haruslah sesuai dengan perilaku yang ingin ditawarkan, harga yang terjangkau. Jika promosi yang diajukan efisien dan tepat, maka akan lebih mudah menarik minat *adopters*.³⁵

d. Price dalam Social Marketing

Price dalam sosial marketing adalah biaya atau harga. Biaya atau harga merupakan sebuah pengorbanan yang dikeluarkan oleh seseorang agar dapat mengadopsi barang atau jasa tersebut. Biaya adalah harga yang dikeluarkan oleh pembeli untuk membeli barang dan jasa secara *cash* (langsung) dan kredit.³⁶

e. Personnel dalam Sosial Marketing

Yaitu orang yang menjual atau memberikan informasi kepada sasaran yang dituju, dengan cara memasarkan suatu produk secara personal atau kelompok. Jadi personal atau seorang penjual harus menguasai teknik-teknik promosi yang baik dan benar.³⁷

f. Presentation dalam Sosial Marketing

Yaitu orang yang bertugas untuk melakukan presentasi atau memberikan info terkait barang atau jasa yang dijual. Biasanya dalam presentasi tersebut menjelaskan tentang keseluruhan barang dan jasa

³⁵ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016.), 23.

³⁶ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016.), 24.

³⁷ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016.), 25.

yang dijual. Dengan informasi tersebut dapat memudahkan konsumen tentang apa yang akan mereka beli.³⁸

g. ***Process dalam Sosial Marketing***

Process dalam Sosial Marketing merupakan sebuah langkah-langkah yang harus dilakukan oleh konsumen yang mana langkah-langkah tersebut penjual harus memberitahu secara singkat, padat dan jelas. Dalam proses mencakup tentang bagaimana pelayanan kepada konsumen, dari apa yang diinginkan konsumen hingga konsumen mendapatkan apa yang diinginkan.³⁹



³⁸ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016.), 26.

³⁹ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016.), 26.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan termasuk jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian yang terjun langsung kelapangan atau *field search* yang mana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati situasi yang terjadi. Metode ini adalah dengan menggambarkan keadaan sebuah objek berdasarkan fakta-fakta yang ada. Adapun juga metode kualitatif ini dengan wawancara, observasi dan telaah dokumen.⁴⁰

Terdapat beberapa alasan mengapa peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Alasan yang pertama ialah untuk memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi permasalahan yang belum jelas sehingga peneliti perlu turun ke lapangan, melakukan eksplorasi serta *grant tour question* agar diperoleh masalah yang lebih jelas. Alasan kedua untuk memastikan kebenaran data yang masih samar melalui teknik analisis data yang bersifat triangulasi, maka akan diperoleh kepastian data.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Pondok Pesantren Al Qodiri Jember beralamat di Jl. Manggar 139 A, kelurahan Gebang Poreng Kecamatan Patrang

⁴⁰ Djam'an Satrorir & Aan Komariyah, *Metedologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Al-Fabeta, 2014),9.

Kabupaten Jember.

C. Subyek Penelitian

Peneliti menggunakan tehnik *purposive* Dalam menentukan sebuah subjek penelitian. Yang mana seorang peneliti memutuskan sebuah subjek sesuai dengan tujuan. Lofland Mencetuskan bahwa Kata-kata dan tindakan adalah sumber utama dalam sebuah penelitian. Sedangkan selebihnya tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁴¹

Subyek penelitian dalam penelitian ini antara lain:

1. M.Mufid Adnan selaku Sekertaris KBIH Al Qodiri Jember
2. Abdi Lazuardi Syah selaku bagian Administrasi dan Dokumentasi
3. Andi Hartono selaku bagian Administrasi dan Dokumentasi.
4. Kuswandi sebagai informan Jemaah Haji tahun 2017
5. Yatim Waluyo sebagai informan Jemaah Haji tahun 2018
6. Tiplati Syamsudin Brija sebagai informan Jemaah Haji tahun 2019

D. Teknik Pengumpulan Data

Observasi, wawancara serta dokumentasi merupakan hal yang peneliti lakukan dalam proses pengumpulan data. Dan dari Masing-masing ketiganya memberikan peranan penting dalam menggali sebuah informasi yang di butuhkan peneliti. Adapun pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

⁴¹ Lexy J. Moleong, *metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 6.

1. Observasi

Pengamatan atau observasi merupakan sebuah kegiatan penelitian dengan menggunakan alat indra. Dari indra penglihatan, pendengaran, penciuman, pengecap dan perabaan. Serta dapat dibuktikan dengan tes kuisisioner, rekam suara dan gambar.⁴²

2. Wawancara

Dalam Penelitian ini tehnik wawancara juga digunakan oleh peneliti dalam pengambilan data dilapangan. Dengan mengguakan tehnik ini peneliti dapat menemukan jawaban dari penelitian yang diteliti. Dalam kegiatan wawancara peneliti daat menentukan jumlah responden serta dapat mengenal lebih jauh responden.⁴³

Adapun data yang ingin didapat dari hasil awawancara adalah sebagai berikut:

- a. Strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al-Qodiri Jember
- b. Implikasi strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al-Qodiri Jember

3. Dokumentasi

Dokumentasi juga merupakan tehnik atau cara dalam pengumpulan data selain observasi dan wawancara. Dokumentasi merupakan proses

⁴² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 128.

⁴³ ⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 137.

pencatatan data, bukti visual, serta dokumen-dokumen yang diperoleh.⁴⁴

Dokumentasi juga dapat berfungsi untuk mendukung data primer yang didapatkan dalam proses penelitian.

E. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif dilakukan Analisa data dari sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah di lapangan. Analisa data sebelum memasuki lapangan dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penulisan.⁴⁵ Setelah data-data yang diperoleh dilapangan terkumpul, peneliti akan memilah data mana yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang diangkat sehingga mendapatkan kesimpulan akhir.⁴⁶

Analisis data model Miles dan Huberman, proses dalam menganalisis data dikerjakan secara interaktif dan berkelanjutan sampai data jenuh dan benar-benar tuntas. Langkah-langkah analisis data yaitu sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Peneliti melakukan aktivitas mulai dari menggabungkan, menyingkat, menetapkan data-data yang pokok, memfokuskan pada data yang penting, dicari tema dan polanya. Maka, data yang telah direduksikan memberikan gambaran yang lebih jelas terhadap strategi pemaaran KBIH Al Qodiri Jember.

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 240.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019), 245.

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 244.

2. Penyajian Data

Penyajian data pada penelitian ini dijelaskan secara deskriptif berdasarkan temuan yang ada dilapangan menggunakan gaya bahasa yang ringan dan mudah dipahami oleh pembaca. Menginterpretasikan apa yang menjadi masalah dalam penelitian.

Data-data yang ditampilkan dalam bab penyajian data meliputi hasil rekaman wawancara yang paling relevan dengan penelitian. Hasil pengamatan, data sekunder dari buku-buku perusahaan yang disajikan atau dideskripsikan lewat kata-kata.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir dari penelitian ini ialah melakukan klasifikasi data sesuai dengan konteks permasalahan dari tujuan penulis. Dari klasifikasi yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan dalam jawaban masalah penelitian.⁴⁷ Penarikan kesimpulan dalam skripsi ini nantinya akan menjawab secara singkat fokus penelitian yang menjadi pertanyaan peneliti.

F. Keabsahan data

Dalam menguji keabsahan data pada metode penelitian kualitatif, maka dikenal pengujian validitas dan reliabilitas. Data dapat dinyatakan valid jika tidak terdapat perbedaan antara data yang dilaporkan dengan apa yang benar-benar terjadi di lapangan. Dalam uji keabsahan data peneliti menggunakan cara triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2019), 245.

cara membandingkan dan mengecek data dan informan yang telah diperoleh melalui alat yang berbeda dan pada waktu yang berbeda.

Triangulasi ada tiga yakni, triangulasi sumber, waktu dan teknik. Dalam penelitian ini upaya yang dilakukan peneliti dalam melihat keabsahan data ialah menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan untuk mendapatkan data sekaligus menguji keabsahan data melalui wawancara lalu kemudian dari data yang diperoleh dari wawancara ditanyakan kepada informan lain.

G. Tahap-tahap Penelitian

Untuk melakukan penelitian, tahapan yang harus ditempuh oleh peneliti ialah sebagai berikut;

1. Tahapan sebelum ke lapangan
 - a. Menyusun rancangan penelitian
 - b. Memilih lokasi penelitian
 - c. Menetapkan fokus penelitian
 - d. Mengurus perizinan
 - e. Menyiapkan peralatan penelitian
2. Tahapan pekerjaan di lapangan
 - a. Memahami latar belakang masalah penelitian serta menyiapkan diri
 - b. Memasuki area penelitian
 - c. Mengumpulkan data yang terkait dengan penelitian

3. Tahapan akhir
 - a. Menganalisis data meliputi analisis selama penelitian dan setelah mengumpulkan data
 - b. Penyusunan data berupa laporan hasil penelitian
 - c. Penarikan kesimpulan
 - d. Konsultasi hasil penelitian
 - e. Perbaikan hasil penelitian



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya KBIH Al Qodiri Jember

KBIH Al Qodiri Jember pertamakali berdiri pada tahun 2002 oleh KH Abdul Zaelani. KH Abdulah Zaelani yang merangkap sebagai pendiri sekaligus pembina kini tidak lagi menjabat karena beliau sudah wafat. Dan kini digantikan oleh KH Muzakki Syah selaku ketua dari KBIH Al Qodiri Jember. Seiring berjalannya waktu kepengurusan itu bergeser. Kini KH Muzakki Syah menjabat sebagai pembina dan Ketua KBIH Al Qodiri Jemberdi pegang oleh putranya yakni KH Taufiqurrahman Muzakki.⁴⁸

2. Visi, Misi dan Motto KBIH Al Qodiri Jember

VISI :

Menjadi Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang melayani dan membimbing jama'ah haji hingga menjadi haji yang mabrur.⁴⁹

MISI :

- a. Membimbing dan pelatihan manasik haji kepada jama'ah calon haji sebelum dan selama melaksanakan ibadah haji.
- b. Menyiapkan sarana informasi dan pembelajaran bagi jemaah haji.
- c. Mengadakan acara keislaman pasca ibadah haji dalam rangka menegakkan haji mabrur dan mempererat silaturahmi.

⁴⁸ Mufid Adnan, *Wawancara*, Jember, 25 November 2021

⁴⁹ Buku Memory Jemaah Haji tahun 2018

- d. Bekerjasama dengan lembaga yang terkait dalam memaksimalkan pelayanan kepada para Jemaah haji.⁵⁰

MOTTO:⁵¹

“Melayani jama’ah haji dengan ikhlas dan profesional untuk mencapai haji yang mabrur”.

SUSUNAN PENGURUS KBIH AL QODIRI JEMBER :⁵²

Pembina	: KH. Ach Muzakki Syah Nyai. Hj. Siti Halimah
Ketua	: KH. Taufiqurrahman Muzakki
Wakil Ketua	: Gus. H. As mad Hanisy, S.Pd.,I.,MM
Sekretaris I	: M. Mufid Adnan, S.Pd.I
Sekretaris II	: Muhammad Anshor, M.Pd.I
Bendahara I	: Ach. Baihaqi, S.Pd.I
Bendahara II	: Nyai. Hj. Lutfi Helmiyatin, S.Pd.I

BIDANG PEMBINAAN JAMA’AH :

KH. Umar Saifuddin, S.Pd.,S.E.,MM

Nyai. Hj. Elmi Mufidah Muzakki, S.Pd.I

KH. Habibullah Khomsun Syamsuri

Drs. KH. Achmad Lutfi

Hj. Siti Musliha AR

Hj. Ruqiyati

⁵⁰ Buku Memory Jemaah Haji tahun 2018

⁵¹ Buku Memory Jemaah Haji tahun 2018

⁵² Buku Memory Jemaah Haji tahun 2018

OPERASIONAL & HUMAS :

Gus. H. M. Helmi Emha, S.Pd.I

Drs. H. Akhmad Rifa'i, M.Pd.I

Tomy Hartono, S.Pd.I

M. Usman Kholil

Ning. Hj. Siti Aminah

Ning. Yeni Kurnia, Amd. Kep

Ning. Hj. Aisyatur Rosyida, S.Pd.I

Ning Nurhasanah

ADMINISTRASI & DOKUMENTASI :

Andi Hartono, S.Pd.I

Abdi Lazuardi Syah, S.Pd.I

Lutfi Mukhofil, S.Kep, Ners

3. Profil Informan

Penelitian ini memperoleh beberapa orang yang akan menjadi informan untuk melengkapi data penelitian. Peneliti memperoleh data dari informan pengurus KBIH Al Qodiri Jember dari pihak pimpinan hingga staf dan juga jemaah KBIH Al Qodiri Jember.

a. Profil Informan pertama

Nama : M.Mufid Adnan, S.Pd.I

Alamat : Jl. Manggar 139-A

Jabatan : Sekertaris I

Profil informan yang pertama adalah M.Mufid Adnan, S.Pd.I selaku sekretaris I. Tugasnya adalah membuat surat, mewakili rapat apabila ketua berhalangan hadir, menghadiri rapat di Departemen Agama, Pemerintah Daerah, Bank yang bekerjasama dengan KBIH, dan rapat lainnya yang terkait dengan KBIH, pendataan dan penyusunan calon Jemaah haji, menyusun agenda manasik haji, mengagendakan rapat tentang pemberangkatan dan pemulangan Jemaah.

b. Profil Informan kedua

Nama : Abdi Lazuardi Syah , S.Pd.I

Alamat : Jl. Manggar 139-A

Jabatan : Administrasi dan Dokumentasi

Profil informan kedua adalah Abdi Lazuardi Syah, S.Pd.I adalah selaku bidang administrasi dan dokumentasi adalah yang mengatur setiap administrasi dari Jemaah haji dan mendokumentasikan setiap moment yang dilakukan oleh para Jemaah ditanah air maupun di tanah suci.

c. Profil Informan ketiga

Nama : Andi Hartono, S.Pd.I

Alamat : Jl. Manggar139-A

Jabatan : Administrasi dan Dokumentasi

Profil informan ketiga adalah Andi Hartono, S.Pd.I adalah selaku bidang administrasi dan dokumentasi adalah yang mengatur

setiap administrasi dari Jemaah haji dan mendokumentasikan setiap moment yang dilakukan oleh para Jemaah baik ditanah air maupun di tanah suci.

d. Profil Informan Keempat

Nama : Kuswandi

Alamat : Karangrejo Rt.08, Rw.03 Mumbulsari Jember

Status : Jemaah haji tahun 2017

e. Profil Informan Kelima

Nama : Yatim Waluyo

Alamat : Jl Manggar Gang GG Flamboyan 16 Kec Patrang Jember

Status : Jemaah haji tahun 2018

f. Profil Informan Keenam

Nama : Tiplati Syamsudin Brija

Alamat : Sumber Tengah Mumbulsari Jember

Status : Jemaah haji tahun 2019

B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian yang terjun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi beserta wawancara dengan informan. Hal tersebut dilakukan agar peneliti dapat memahami situasi di lapangan, mengambil data secara langsung dan dokumentasi sebagai bukti penelitian. Wawancara yang dilakukan berpedoman pada pertanyaan yang sesuai dengan teknik wawancara. Selain itu, keterlibatan peneliti di lokasi penelitian dapat mendukung data-data yang telah didapatkan sesuai dengan yang ada di

lapangan sehingga lebih mudah untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian.

Dalam penelitian, hal yang perlu diperhatikan ialah fokus penelitian yang dibawa oleh peneliti. Maka, data-data yang diperoleh dari wawancara dan hasil observasi tersebut dapat ditemukan dengan melihat bagaimana proses pelaksanaan strategi Pemasaran Sosial perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember dan Bagaimana Implikasi Strategi Pemasaran Sosial Al Qodiri Jember.

Peneliti akan memaparkan data hasil penelitiannya dengan menggunakan tahnik penelitian seperti yang dijelaskan diatas. Maka Kemudian dari data inilah akan di ambil kesimpulan Bagaimana strategi Pemasaran Sosial perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember dan Bagaimana Implikasi Strategi Pemasaran Sosial Al Qodiri Jember.

Adapun deskripsi mengenai data dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Sosial Perjalanan Haji di KBIH Al Qodiri Jember.

- a. Adapun elemen Pemasaran sosial yang pertama adalah *product* (barang). Barang atau jasa adalah sebuah produk yang sengaja diciptakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pada pemasaran jasa KBIH Al Qodiri Jember yang dijual adalah jasanya. Bentuk dari penjualan jasa adalah sebuah pelayanan. Sebuah pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri adalah berupa pelayanan

sebelum berangkat, pelayanan ketika sudah ada di tanah suci dan pelayanan ketika pulang dari tanah suci. Peneliti menanyakan kepada Pak Mufid Adnan bagaimana cara pengurus KBIH Al Qodiri Jember dalam memberikan pelayanan kepada Jemaah.

Berikut penuturannya:

“Tentunya dalam melayani jemaah kita semaksimal mungkin akan memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan serta inginkan. Jadi mas, pelayanan yang kami berikan ini mulai dari sebelum berangkat, waktu di tanah suci hingga sesuai pulang dari tanah suci mas. Bimbingan yang kita berikan sebelum berangkat kita berikan bimbingan berupa tata cara berhaji. Mulai dari niat, tata cara menggunakan pakaian ihram, bacaan ketika wukuf, tawaf dan sa’i, berapa helai yang harus di tahallul dan semua yang mencakup tentang haji. Nah ketika berangkat dan sampai di tanah suci kita juga melakukan bimbingan. Biasanya ada prang awam yang sebelumnya kita sudah jelaskan tapi ketika sudah praktek di tanah suci mereka lupa, jadi selaku pembimbing kita memberikan contoh dan bimbingan setelah pulang dari tanah suci biasanya kita lebih condong kepada evaluasi selama di tanah suci dan reuni yang diadakan perkelompok haji”.⁵³

Jadi pelayanan yang diberikan oleh pengurus kepada jemaah berupa pelayanan dari sebelum berangkat hingga sudah sampai di tanah suci. Pelayanan yang diberikan berupa tata cara haji dari mulai niat, wukuf dan seterusnya.

Peneliti juga menanyakan kepada pak Andi Hartono tentang bagaimana cara pengurus KBIH Al Qodiri Jember dalam memberikan pelayanan kepada Jemaah.

⁵³ Mufid Adnan, *Wawancara*, Jember, 25 November 2021

Berikut penuturannya:

“Jadi mas, dalam melayani jemaah tentunya kita berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan sebaik-baiknya. Nah dalam pelayanan ini berupa bimbingan yang berkaitan dengan kegiatan ibadah haji. jadi nantinya kita akan bekal semua yang dibutuhkan dalam pelaksanaan ibadah haji. kita juga melakukan bimbingan ini mulai sebelum berangkat ke tanah suci, ketika di tanah suci hingga kepulangan ketanah air”.⁵⁴

Dalam pemasaran sebuah produk berupa jasa oleh KBIH Al Qodiri Jember adalah sebuah pelayanan. Pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember mulai dari bimbingan sebelum haji, ditanah suci hingga bimbingan setelah ibadah haji.

- b. Elemen yang kedua adalah *Place* (Lokasi). Lokasi merupakan tempat yang digunakan untuk penjualan jasa. Biasanya lokasi yang dipilih yang strategis yang memudahkan konsumennya ketika akan membeli sebuah produk. Lokasi yang digunakan dalam proses Pemasaran Sosial KBIH Al Qodiri Jember masih dalam lingkup Pesantren Al Qodiri. Sehingga jemaah yang ingin mencari informasi terkait KBIH Al Qodiri Jember bisa langsung mendatangi Pondok Pesantren Al Qodiri Jember. Peneliti juga menanyakan kepada Pak Andi Hartono terkait lokasi KBIH Al Qodiri Jember.

Berikut penuturannya:

“Kantor KBIH Al Qodiri Jember ini ada di depan mas, jadi ketika kita masuk lewat gerbang utama Pondok Pesantren

⁵⁴ Andi Hartono, *Wawancara*, Jember, 30 November 2021

langsung kelihatan. Jadi tujuan ditaruhnya kantor disana adalah untuk memudahkan ketika ada jemaah yang ingin mencari informasi terkait KBIH Al Qodiri Jember. Jadi tidak perlu masuk kedalam dan juga kantornya dekat dengan jalan utama”.⁵⁵

Jadi kantor KBIH Al Qodiri Jember ini letaknya sangat strategis karna kantornya berada di depan setelah pintu masuk gerbang utama Pondok Pesantren Al Qodiri Jember. Lokasi ini sangat memudahkan jemaah yang ingin mencari informasi terkait KBIH Al Qodiri Jember.

Peneliti juga menanyakan kepada pak Abdi Lazuardi tentang lokasi KBIH Al Qodiri jember.

Berikut penuturannya:

“Jadi mas, dalam pemilihan lokasi kantor KBIH ini kami sengaja menempatkannya di tempat yang strategis. Yang mudah dijangkau dan diakses. Nah tujuan kita adalah untuk memudahkan jemaah yang akan bergabung dengan kami”.⁵⁶

Jadi tempat juga menjadi salah satu elemen penting. Kemudahan tempat yang mudah dijangkau memiliki nilai tambahan sendiri bagi konsumen atau Jemaah.

c. Elemen Pemasaran sosial yang ketiga adalah adanya Promosi atau *Promotion*. Sebuah promosi biasanya dilakukan untuk menarik konsumen agar mereka mau membeli dan menggunakan barang yang kita jual. Promosi banyak macamnya, mulai dari promosi dengan menggunakan media cetak, elektronik hingga media massa. Peneliti juga menanyakan kepada Pak Mufid Adnan promosi apa yang digunakan oleh KBIH Al Qodiri Jember dalam menarik Jemaah.

⁵⁵ Andi Hartono , *Wawancara*, Jember, 30 November 2021

⁵⁶ Abdi Lazuardi , *Wawancara*, Jember, 27 November 2021

Berikut penuturannya”

“Dalam menarik jemaah kita menggunakan promosi melalui media massa, yang berbentuk siaran TV dan YouTube. Juga mereka yang tau KBIH Al Qodiri Jember dari mulut ke mulut. Jadi jemaah yang sudah menggunakan jasa kami mereka menceritakan apa yang mereka dapatkan ketika kami layani. Jadi tanpa kita promosi mereka sudah tau seperti apa pelayanan yang kita berikan kepada Jemaah. Biasanya mereka akan cerita ke keluarganya, teman-temannya tentang pelayanan seperti apa yang kita berikan. Jadi disamping itu memang kita tidak menggunakan web khusus atau berupa brosur dan juga baliho dalam pemasaran jasa haji ini. Karna kebanyakan dari mereka yang bergabung sudah lansia juga dan beberapa dari mereka ada yang gaptek jadi yaa cukup dari siaran pas malam jum’at, atau dari cerita jemaah yang sudah memakai jasa kami saja. Begitu mas”⁵⁷.

Jadi promosi yang dilakukan oleh kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember biasanya melalui JTV Jember dan akun YouTube Channel Al Qodiri Jember yang disiarkan ketika manaqib setiap malam Jum’at manis. Pemasaran KBIH Al Qodiri Jember tidak menggunakan web dikarenakan minimnya pengetahuan calon jemaah. Dan juga pemasaran pada KBIH tidak menggunakan brosur dan baliho.

Peneliti juga menanyakan kepada pak Abdi Lazuardi promosi apa yang digunakan oleh KBIH Al Qodiri Jember dalam menarik Jemaah.

Berikut penuturannya:

“jadi biasanya kegiatan manaqib ini disiarkan melalui JTV Jember mas. Dari cerita yang saya tau dari senior sebelum saya. Jadi Al Qodiri ini tidak punya niatan untuk mendirikan KBIH nah lalu ada beberapa jemaah manaqib yang memerikan usulan kalo mereka ingin dibimbing langsung oleh kiai dalam melaksanakan ibadah haji. jadi kita mendirikan KBIH ini sebagai

⁵⁷ Mufid Adnan , *Wawancara*, Jember, 25 November 2021

wadah untuk para jemaah manaqib dan masyarakat luar yang dalam bimbingan hajinya mereka mempercayakan langsung kepada kiai.⁵⁸

Jadi promosi yang digunakan KBIH Al Qodiri ini menggunakan media massa. Kegiatan manaqib disiarkan langsung melalui JTV Jember dan YouTube. Dan juga Jemaah yang sudah pernah menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember bercerita tentang pengalamannya yang diberikan oleh pengurus. Dalam unsur komunikasi, promosi termasuk dalam golongan pesan. Pesan adalah informasi yang disampaikan.

- d. Harga atau *Price* juga termasuk dalam elemen keempat Pemasaran Sosial. Biasanya harga yang ditawarkan oleh KBIH satu dengan yang lainnya berbeda. Yang membedakan ialah harga bimbingan untuk manasik sampai pemberangkatan. Peneliti menanyakan kepada pak Abdi Lazuardi terkait harga yang harus dibayar ketika ingin bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember .

Berikut Penuturannya:

“Biasanya kalo dari harga haji kita ikut yang biasanya mas, tapi kalo harga yang kita minta kepada Jemaah untuk bimbingan manasik jika bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember adalah Satu Juta Rupiah. Jadi harga awal dari berdiri sampai sekitar tahun berapa yaa saya lupa itu harganya Cuma Tiga Ratus Ribu, jadi sama KBIH lain di komplain, maksudnya komplain itu mereka bilang dengan harga segitu gak akan dapat apa-apa. Jadi kiai dawuh dengan harga sejuta itu sudah, dan menurut saya dengan harga sejuta itu cukup murah ketimbang KBIH lainnya. Jadi rincian Satu Juta Rupiah itu, Enam Ratus Ribu untuk nyangoni pemateri. Jadi ketika bimbingan haji itu kita juga mengundang dari dinas kesehatan untuk ngisi materi seputar

⁵⁸ Abdi Lazuardi , *Wawancara*, Jember, 27 November 2021

kesehatan yang dibutuhkan ketika haji, lalu Tiga Ratus Ribu untuk daharan Jemaah selama bimbingan ibadah haji. Jadi setiap pertemuan manasik haji itu kita kasi daharan juga buat jemaah mas, dan sisanya Seratus Ribu untuk wakaf pondok”.⁵⁹

Jadi untuk biaya haji mengikuti kurs dolar. Namun untuk biaya bimbingan manasik sebesar Satu Juta Rupiah. Adapun rinciannya: Enam ratus ribu untuk biaya pemateri dari dinas kesehatan, Tiga Ratus Ribu untuk konsumsi selama manasik haji, Seratus Ribu untuk wakaf pondok.

Peneliti juga menanyakan tentang harga yang harus dibayar ketika ingin bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember kepada pak Mufid Adnan.

Berikut penuturannya:

“Jika harga untuk berhaji kita sesuaikan dengan harga dari pemerintah mas. Dan jika harga untuk bimbingan ketika sudah bergabung dengan KBIH Al Qodiri jember, kalau dulu harganya hanya tiga ratus ribu mas. Namun harga segitu banyak dikomplain oleh KBIH lain. yaa bayangkan dengan harga segitu kita dapat apa gitu kata mereka. Namun kiai dawuh jangan mematok harga yang memberatkan jemaah. Jadi kiai memberikan harga satu juta itu untuk bimbingan kepada jemaah”.⁶⁰

Hal serupa juga disampaikan oleh konsumen yang bernama

Bapak Kuswandi beliau juga memaparkan harga bimbingan,

berikut penuturannya:

“jadi mas, selama bimbingan saya dikenakan biaya sebesar satu juta rupiah. Jadi biaya tersebut sudah meliputi seluruh bimbingan kita dari Jember sampai ke mekaah sampai kita kembali lagi ke jember”⁶¹

⁵⁹ Abdi Lazuardi ,*Wawancara*, Jember, 27 November 2021

⁶⁰ Mufid Adnan ,*Wawancara*, Jember, 25 November 2021

⁶¹ Kuswandi, *Wawancara*, Jember, 1 Desember 2021

Dalam hal ini sudah jelas bahwa di KBIH Al Qodiri Jember memberi harga satu juta rupiah untuk biaya bimbingan dari Indonesia, ke tanah suci hingga kembali ke Indonesia dan tidak ada pungutan biaya kembali.

Peneliti juga menanyakan kepada Pak Mufid Adnan apakah dengan harga bimbingan satu juta tersebut jemaah mendapatkan pelayanan yang bagus

Berikut penuturannya:

“dengan harga satu juta tersebut kami kan sudah menjelaskan bahwa harga segitu sudah kami olah sebaik mungkin. Juga dengan harga tersebut kami tidak meminta biaya tambahan lagi ketika sampai ke tanah suci. Biaya bimbingan sejuta itu sudah meliputi biaya di tanah suci, di mekkah hingga kembali ke tanah air”.⁶²

Hal serupa juga disampaikan oleh Bapak Yatim Waluyo beliau mengonfirmasi bahwa biaya bimbingan sebesar satu juta tersebut sudah termasuk biaya bimbingan dari Indonesia hingga kembali ke Indonesia lagi.

Berikut penuturannya:

“jadi benar mas, uang satu juta itu memang dipakai untuk bimbingan ketika kita di Indonesia hingga ke mekkah. Dan selama di mekkah kita tidak ditarik iuran lagi, jadi uang itu sudah cukup untuk biaya pulang pergi selama kita berhaji”.⁶³

Harga yang ditetapkan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember awalnya adalah Tiga Ratus Ribu Rupiah, namun seiring berjalannya waktu karna ada komplain dari KBIH lain maka naik menjadi Satu Juta

⁶² Mufid Adnan, *Wawancara*, Jember, 25 November 2021

⁶³ Yatim waluyo, *Wawancara*, Jember, 1 Desember 2021

Rupiah. Adapun rinciannya: Enam ratus ribu untuk biaya pemateri dari dinas kesehatan, Tiga Ratus Ribu untuk konsumsi selama manasik haji, Seratus Ribu untuk wakaf pondok.

- e. Elemen kelima adalah Personal atau *Personnel*. Yaitu orang yang menjual atau memberikan informasi kepada sasaran yang dituju, dengan cara memasarkan suatu produk secara personal atau kelompok. Jadi personal atau seorang penjual harus menguasai teknik-teknik promosi yang baik dan benar. Namun personal dalam penjualan jasa KBIH Al Qodiri Jember tidak memasarkan jasa KBIH Al Qodiri Jember mereka lebih condong ke arah pembimbingan Jemaah yang ingin bergabung dengan KBIH Al Qodiri. Peneliti juga menanyakan kepada pak Andi Hartono bagaimana kepengurusan memberikan informasi terkait KBIH AL Qodiri Jember.

Berikut Penuturannya:

“Dalam memberikan informasi kepada pihak calon jemaah haji kita tidak begitu banyak mas menjelaskan seputar KBIH dikarenakan jemaah sudah tau tentang KBIH Al Qodiri Jember, tetapi kita lebih banyak menyampaikan atau menginformasikan bagaimana bimbingan-bimbingan haji yang ada di KBIH Al Qodiri Jember.”⁶⁴

Jadi kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember lebih banyak menjelaskan atau menginformasikan bagaimana bimbingan-bimbingan haji yang terdapat di AL Qodiri Jember.

⁶⁴ Andi Hartono ,*Wawancara*, Jember, 30 November 2021

Peneliti juga menanyakan kepada pak Mufid Adnan tentang adakah pelatihan khusus untuk pengurus terkait bimbingan pelatihan haji.

“kita pernah mengikuti pelatihan bimbingan antar KBIH mas, didalam pelatihan tersebut mencakup panduan perjalanan haji, bimbingan kesehatan dalam ibadah haji, tata cara pelaksanaan ibadah haji, bimbingan manasik haji mengenai tawaf dan sa’i, wukuf di arafah dan praktiknya dan banyak mas”.

Jadi kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember menggunakan tehnik standar pelatihan dalam melaksanakan bimbingan ibadah haji, yang telah mereka dapat selama pelatihan antar seluruh KBIH yang ada di Jember.

Peneliti juga menanyakan kepada pak Abdi Lazuardi tentang siapa saja yang membimbing jemaah dalam proses bimbingan manasik haji.

Berikut penuturannya:

“Jadi dari awal kita bukan karyawan di sini mas, nah kita hanya mengabdikan diri untuk memperoleh ridho guru. Jadi bisa dibilang kita bukan karyawan melaikan pengurus dalam bentuk pengabdian”.⁶⁵

Jadi KBIH Al Qodiri Jember tidak menggunakan istilah karyawan untuk orang yang mengurus Jemaah. Mereka condong ke arah bimbingan jemaah yang disebut pengurus bimbingan ibadah haji. Dalam unsur komunikasi, personel termasuk dalam golongan komunikator. Komunikator adalah pihak yang menyampaikan pesan kepada komunikan.

⁶⁵ Abdi Lazuardi , *Wawancara*, Jember, 27 November 2021

- f. Elemen keenam adalah *Presentasion atau* presentasi dalam pemasaran sangat dibutuhkan. Tujuan dari presentasi ini adalah pengenalan produk yang akan dijual. Peneliti menanyakan kepada Pak Mufid Adnan bagaimana cara pengurus mempresentasikan KBIH nya untuk menarik Jemaah.

Berikut Penuturannya:

“Jadi mas, dari awal kita tidak ada basic dalam presentasi pengenalan produk kepada jemaah, ketika ada calon jemaah yang datang ke kantor atau bertanya kepada kami barulah kami jelaskan produk-produk yang ada di KBIH kami, dari awal kami hanya membantu jemaah dan masyarakat yang ingin berhaji di KBIH Al Qodiri. Yaa biasanya Jemaah yang sudah mempresentasikan atau menjelaskan bagaimana pelayanan yang kami suguhkan ketika mereka bergabung dengan KBIH kami. Jadi kita siap membimbing dari awal proses pendaftaran haji sampai kembalinya ke Indonesia, jika memang ada Jemaah yang kesulitan dalam proses pendftran haji. jadi apa yang jemaah tidak tau dan tidak mengerti kita siap membimbing mereka sampai mereka paham”.⁶⁶

Jadi untuk menarik jemaah tidak ada presentasi pemasaran yang dilakukan oleh kepengurusan KBIH Al Qodiri Jemer. Ketika calon jemaah dan masyarakat bertanya seputar KBIH Al Qodiri Jember, baru pengurus menjelaskan produk-produk yang ada di KBIH Al Qodiri Jember. Jemaah yang sudah menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember biasanya yang mempresentasikan bagaimana pelayanan yang ada di KBIH Al Qodiri Jember.

⁶⁶ Mufid Adnan ,*Wawancara*, Jember, 25 November 2021

Peneliti juga menanyakan tentang bagaimana pengurus mempresentasikan KBIH nya untuk menarik jemaah kepada pak Andi Hartono.

Berikut penuturannya:

“Biasanya kita berpresentasi tentang KBIH kami, ketika ada jemaah yang bertanya mas. Biasanya jemaah yang sudah pernah bergabung atau pernah menggunakan jasa kami yang mempresentasikan tentang KBIH kami. Jadi alhamdulillah sedikit banyak membantu tugas kami sebagai pengurus. Tapi meskipun begitu kita sebagai pengurus tetap menunaikann kewajiban kami dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada jemaah”.⁶⁷

Jadi tidak ada penggunaan presentasi produk yang dilakukan oleh kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember. Biasanya presentasi dilakukan apabila ada calon jemaah yang bertanya seputar KBIH .

- g. Elemen ketuju atau yang terakhir dari Pemasaran Sosial adalah Proses atau *Process*. Bahwa pengurus harus memberitahu secara lengkap dan jelas tentang langkah-langkah yang harus dilakukan proses awal hingga akhir. Peneliti juga menanyakan kepada Pak Mufid Adnan tentang bagaimana langkah-langkah bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember.

Berikut Penuturannya:

“Seperti yang sudah saya jelaskan diawal ya mas, kita kan membantu apa saja yang dibutuhkan oleh Jemaah yang ingin bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember . Jadi langkah awal Jemaah harus punya rekening atau tabungan di bank syariah. Jika mereka kesulitan dalam pembukaan buku rekening di bank syariah maka kita akan bantu urus prosesnya. Yang kedua ketika kesulitan dalam pembuatan paspor, kita akan bantu. Yang ketiga

⁶⁷ Andi Hartono ,*Wawancara*, Jember, 30 November 2021

adalah pendaftaran ke Kemenag, jadi jika dari kemenag sudah punya porsi maka selanjutnya adalah mencaari KBIH yang akan dituju, tapi biasanya ada juga Jemaah yang tidak bergabung dengan KBIH. Tapi nanti kalo sudah dekat-dekat mau berangkat biasanya dari kemenag dicarikan KBIH yang dekat dengan lokasinya biar dapat bimbingan juga. Jadi setelah itu adalah bimbingan manasik, dan juga mereka nantinya akan di vaksin, juga ada bimbingan dari dinas kesehatan, juga ada bimbingan tentang haid bagi perempuan serta tata cara penggunaan baju ihrom. Dan ketika nanti sudah ada ditanah suci mereka akan dibimbing tata cara melaksanakan ibadah haji. biasanya mereka sudah ada yang paham ketika dijelaskan di tanah air, terus mau praktek langsung mereka lupa. Jadi tugas kami mengingatkan. Jadi yaa intinya kita seperti itu mas”.⁶⁸

Jadi kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember membantu proses jemaah yang ingin bergabung di KBIH, dari awal pendaftaran, pembuatan buku rekening, paspor hingga manasik haji. Dan juga kepengurusan membimbing jemaah dari tata cara pelaksanaan ibadah haji kewajiban-kewajiban haji dan larangan-larangan ketika melakukan ibadah haji.

Peneliti juga menanyakan kepada pak Abdi Lazuardi tentang tentang bagaimana langkah-langkah bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember.

Berikut penuturannya:

“Langah awal jika ingin bergabung dengan KBIH kami, calon jemaah harus memilik tabungan di bank syari’ah. Lalu kemudian calon jemaah harus memiliki paspor dan yang terakhir pendaftaran ke kemenag. Nah jadi langkah-langkah tadi kami akan bantu jika ada calon jemaah yang kesulitan mas”.⁶⁹

⁶⁸ Mufid Adnan ,*Wawancara*, Jember, 25 November 2021

⁶⁹ Abdi Lazuardi ,*Wawancara*, Jember, 27 November 2021

Tugas pengurus adalah membimbing Jemaah dalam proses pelaksanaan ibadah haji. mereka juga menjelaskan proses apa saja yang harus dilakukan selama ibadah haji.

2. Implikasi strategi Pemasaran Sosial di KBIH Al Qodiri Jember .

Jadi implikasi strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember dinilai berhasil karena banyaknya permintaan untuk jumlah calon jemaah haji dan penggunaan jasa KBIH yang beruntun dikalangan keluarga dan kerabat jemaah yang telah menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember

Peneliti menanyakan kepada Pak Mufid Adnan terkait implikasi atau dampak dari pemasaran sosial yang terjadi di KBIH Al Qodiri Jember .

Berikut penuturannya:

- a. “Jadi mas, dampak dari promosi yang kita gunakan di kepengurusan sekarang itu permintaan jumlah calon jemaah meningkat dikarenakan kita membatasi untuk jemaah di pimpinan KH Taufiqurrahman Muzakki. Sedangkan di kepemimpinan Abuya KH Muzakki Syah sendiri kita menampung semua jemaah karena Abuya menyanggupi”.⁷⁰

Implikasi dari pemasaran sosial yang terjadi di KBIH Al Qodiri cukup berhasil dikarenakan meningkatnya permintaan jumlah calon jemaah.

Peneliti juga menanyakan kepada Bapak Kuswandi apa implikasi atau dampak yang dirasakan setelah bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember .

⁷⁰ Mufid Adnan ,*Wawancara*, Jember, 25 November 2021

Berikut penuturannya:

- b. “setelah saya bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember hal yang saya rasakan itu sangat puas pertama dari segi pelayanan, cara bimbingannya juga. Terus terang saya ini baru tau jika di Al Qodiri terdapat KBIHnya saya tau dari tetangga saya yang bercerita.⁷¹

Jadi implikasi setelah bergabung dengan KBIH Al Qodiri jemaah merasa pelayanana yang diberikan oleh KBIH Al Qodiri Jember sangat memuaskan terlebih lagi terjadinya penggunaan beruntun jasa KBIH Al Qodiri dikalangan masyarakat.

Peneliti juga menanyakan kepada Bapak Yatim waluyo apa implikasi atau dampak yang dirasakan setelah bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember .

Berikut Penuturannya:

- c. “jadi mas, setelah saya bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember ketika saya melaksanakan ibadah haji dari mulai pemberangkatan saya benar-benar di bimbing oleh abuya KH Muzakki Syah. Ketika waktu pemberangkatan pun saya sebagai jemaah merasa diagungi dalam artian sebelum berangkat kita diberi daharan dan kita bisa merasakan fasilitas yang lainnya mas. Kiai benar-benar memperhatikan jemaahnya terlebih lagi jemaah yang sudah sepuh dan jemaah yang memiliki kebutuhan khusus Harapan. Dan saya harap jika saya punya rejeki lebih lagi saya ingin menggunakan jasa di KBIH Al Qodiri lagi”⁷²

Jadi dampak yang dirasakan oleh jemaah dari pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember mereka merasa mendapatkan perhatian lebih dari segi pelayanannya.

Peneliti juga menanyakan kepada Ibu Tiplati Syamsudin Brija apa apa implikasi atau dampak yang dirasakan setelah bergabung dengan

⁷¹ Kuswandi, *Wawancara*, Jember, 1 Desember 2021

⁷² Yatim waluyo, *Wawancara*, Jember, 1 Desember 2021

KBIH Al Qodiri Jember .

Berikut Penuturannya:

- d. “Tujuan saya ketika saya memilih KBIH Al Qodiri Jember ini agar saya benar-benar mendapat bimbingan haji dengan baik dan benar serta apa yang saya butuhkan dan inginkan dapat terpenuhi, dan alhamdulillah apa yang saya inginkan itu terpenuhi. Jadi saya merasa puas dan senang apalagi kiai dan lora sendiri yang turun tangan. Jadi dampak yang saya rasakan setelah bergabung dengan KBIH ini saya merasa lebih dekat dan tambah cinta dengan kiai serta saya bangga menjadi salah satu pengguna jasa KBIH Al Qodiri”⁷³.

Dampak dari pelayanan yang diberikan oleh kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember terhadap jemaah mereka merasa puas dari segi pelayanan, mereka juga merasa kebutuhannya terpenuhi setelah bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember.

C. Pembahasan Temuan

Dalam penelitian kualitatif, hasil penelitian yang dipaparkan dari data di lapangan selanjutnya akan dicari relevansinya dengan teori yang sudah ada. Data yang diperoleh tentu saja menyesuaikan fokus penelitian yang diangkat. Langkah ini sebagai tahapan lanjutan untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Sosial Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember memfokuskan pada strategi pemasaran sosial yang dilakukan oleh KBIH Al Qodiri Jember .

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori pemasaran sosial yang

⁷³ Tiplati Syamsudin Brijja, *Wawancara*, Jember 1 Desember, 20

mana teori pemasaran sosial adalah untuk mengatasi setiap masalah sosial yang ada dikalangan masyarakat. Strategi ini menggunakan dua bidang ilmu, yakni bidang ilmu komunikasi dan bidang ilmu pemasaran. Dan konsep ini berbeda dengan strategi pemasaran pada umumnya, tujuan pemasaran pada umumnya untuk mencari keuntungan sedangkan pemasaran sosial bukan untuk mencari keuntungan. Akan peneliti konfirmasi di lapangan dalam strategi pemasaran sosial Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember, jika dihubungkan dengan teori pemasaran sosial, yakni sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Sosial Perjalanan Haji di KBIH Al Qodiri Jember.

Hal ini sesuai dengan teori pemasaran sosial menurut Kotler dan Wahyuni Pudjiastuti ia menjelaskan bahwa pemasaran sosial adalah untuk mengatasi setiap masalah sosial yang ada dikalangan masyarakat. Strategi ini menggunakan dua bidang ilmu, yakni bidang ilmu komunikasi dan bidang ilmu pemasaran pemasaran sosial berbeda dengan pemasaran pada umumnya. Pemasaran pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan sedangkan pemasaran sosial tidak untuk mendapatkan keuntungan.⁷⁴

- a. Elemen Pemasaran sosial yang pertama adalah *product* (barang).

Produk merupakan barang atau jasa yang dijual. produk sosial dengan produk komersial pada umumnya memiliki kesamaan. Ada yang sifatnya nyata dan tidak nyata. Jika Produk komersial dipasarkan untuk

⁷⁴ Wahyuni Pudjiastuti, *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016.), 2.

mendapatkan keuntungan maka produk sosial dipasarkan untuk mengatasi masalah sosial yang ada di masyarakat dalam artian tidak mencari keuntungan.

Kotler membagi produk sosial ke dalam tiga macam bentuk, yaitu macam I, macam II, macam III :

- 1) Macam I : adopter merupakan target dari produk social serta tidak ada pesaingnya.
- 2) Macam II : adopter yang kebutuhannya terpenuhi oleh produk sosial dengan hasil yang lebih baik dibandingkan dengan prosuk sosial yang lain.
- 3) Macam III : adopter yang kebutuhan sosialnya tidak dapat terpenuhi oleh produk sosial.⁷⁵

Jadi pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember kepada jemaah berupa pelayanan jasa dari sebelum berangkat hingga sudah sampai di tanah suci. Pelayanan yang diberikan berupa tata cara haji dari mulai niat, wukuf dan seterusnya.

- b. Elemen yang kedua adalah *Place* (Lokasi)

Place dalam Pemasaran Sosial meliputi tempat yang digunakan unuk mendistribusikan produk social . Tempat yang terjangkau akan lebih memudahkan *customer*.⁷⁶

Lokasi KBIH Al Qodiri Jember sangat strategis. Yakni di

⁷⁵ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), 12.

⁷⁶ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), 21-22.

Pondok Pesantren Al Qodiri Jember Jl Manggar 139 A Gebang Poreng Patrang jember.

- c. Elemen Pemasaran sosial yang ketiga adalah adanya Promosi atau *Promotion*.

Promotion dalam sosial marketing memiliki peranan yang penting dalam memperkenalkan produk yang kita jual. Langkah utama yang harus dilakukan oleh *sosial marketer* dalam memasarkan produk sosialnya adalah menyeleksi target *adopters*. Untuk target yang bersifat massa maka komunikasi yang digunakan adalah komunikasi massa, sedangkan untuk target yang bersifat individu maka promosi yang dapat digunakan adalah menggunakan pendekatan langsung.

Promosi haruslah sesuai dengan perilaku yang ingin ditawarkan, harga yang terjangkau. Jika promosi yang diajukan efisien dan tepat, maka akan lebih mudah menarik minat *adopters*.⁷⁷

Promosi yang dilakukan oleh kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember biasanya melalui JTV Jember dan akun YouTube Channel Al Qodiri Jember yang disiarkan ketika manaqib setiap malam Jum'at manis. Pemasaran KBIH Al Qodiri Jember tidak menggunakan web dikarenakan minimnya pengetahuan calon jemaah. Dan juga pemasaran pada KBIH tidak menggunakan brosur dan baliho.

⁷⁷ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), 23.

d. Harga atau *Price*

Juga termasuk dalam elemen keempat Pemasaran Sosial. Biaya atau harga merupakan sebuah pengorbanan yang dikeluarkan oleh seseorang agar dapat mengadopsi barang atau jasa tersebut.⁷⁸

Biasanya harga yang ditawarkan oleh KBIH satu dengan yang lainnya berbeda. Yang membedakan ialah harga bimbingan untuk manasik sampai pemberangkatan.

Untuk biaya haji di KBIH Al Qodiri Jember mengikuti kurs dolar. Namun untuk biaya bimbingan manasik sebesar Satu Juta Rupiah. Adapun rinciannya: Enam ratus ribu untuk biaya pemateri dari dinas kesehatan, Tiga Ratus Ribu untuk konsumsi selama manasik haji, Seratus Ribu untuk wakaf pondok.

Harga yang ditetapkan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember awalnya adalah Tiga Ratus Ribu Rupiah, namun seiring berjalannya waktu karna ada komplain dari KBIH lain maka naik menjadi Satu Juta Rupiah. Adapun rinciannya: Enam ratus ribu untuk biaya pemateri dari dinas kesehatan, Tiga Ratus Ribu untuk konsumsi selama manasik haji, Seratus Ribu untuk wakaf pondok.

Dengan harga satu juta tersebut sudah mencakup seluruh biaya bimbingan. Baik selama di Indonesia maupun di tanah suci. Dan tidak ada biaya tambahan lagi kepada jemaah selama berada ditanah suci.

⁷⁸ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), 24.

e. Elemen kelima adalah Personal atau *Personnel*.

Yaitu orang yang menjual atau memberikan informasi kepada sasaran yang dituju, dengan cara memasarkan suatu produk secara personal atau kelompok⁷⁹. Jadi personal atau seorang penjual harus menguasai teknik-teknik promosi yang baik dan benar. Namun personal dalam penjualan jasa KBIH Al Qodiri Jember tidak memasarkan jasa KBIH Al Qodiri Jember mereka lebih condong ke arah pembimbingan Jemaah yang ingin bergabung dengan KBIH Al Qodiri.

Kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember menggunakan teknik standar pelatihan dalam melaksanakan bimbingan ibadah haji, yang telah mereka dapat selama pelatihan antar seluruh KBIH yang ada di Jember, di KBIH Al Qodiri Jember tidak menggunakan istilah karyawan untuk orang yang mengurus Jemaah. Mereka condong ke arah bimbingan jemaah yang disebut pengurus bimbingan ibadah haji. Dalam unsur komunikasi, personel termasuk dalam golongan komunikator. Komunikator adalah pihak yang menyampaikan pesan kepada komunikan.

f. Elemen keenam adalah *Presentasion* atau presentasi.

Dalam pemasaran sangat dibutuhkan orang yang bertugas mempresentasikan atau memberikan informasi terkait barang atau jasa yang akan dijual. Dengan informasi tersebut dapat memudahkan

⁷⁹ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), 25.

konsumen tentang apa yang mereka beli.⁸⁰ Tujuan dari presentasi ini adalah pengenalan produk yang akan dijual.

Untuk menarik jemaah tidak ada presentasi pemasaran yang dilakukan oleh kepengurusan KBIH Al Qodiri Jemer. Ketika calon jemaah dan masyarakat bertanya seputar KBIH Al Qodiri Jember, baru pengurus menjelaskan produk-produk yang ada di KBIH Al Qodiri Jember. Jemaah yang sudah menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember biasanya yang mempresentasikan bagaimana pelayanan yang ada di KBIH Al Qodiri Jember.

- g. Elemen ketuju atau yang terakhir dari Pemasaran Sosial adalah Proses atau *Process*.

Bahwa penjual harus memberitahu secara lengkap dan jelas tentang langkah-langkah yang harus dilakukan proses awal hingga akhir kepada konsumen.⁸¹

Kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember membantu proses jemaah yang ingin bergabung di KBIH, dari awal pendaftaran, pembuatan buku rekening, paspor hingga manasik haji. Dan juga kepengurusan membimbing jemaah dari tata cara pelaksanaan ibadah haji kewajiban-kewajiban haji dan larangan-larangan ketika melakukan ibadah haji.

⁸⁰ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), 26.

⁸¹ Wahyuni Pudjiastuti, *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2016), 26.

Tugas pengurus adalah membimbing Jemaah dalam proses pelaksanaan ibadah haji. mereka juga menjelaskan proses apa saja yang harus dilakukan selama ibadah haji.

2. Implikasi Strategi Pemasaran Sosial di KBIH Al Qodiri Jember

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara diatas bahwa implikasi dari strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember dinilai berhasil diantara lain:

- a. Permintaan jumlah calon jemaah haji meningkat dikarenakan kepengurusan membatasi calon jemaah haji.
- b. Jemaah haji merasa mendapatkan perhatian lebih dari pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember.
- c. Permintaan jumlah calon Jemaah haji merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember.
- d. Penggunaan jasa yang beruntun dikalangan masyarakat.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember. Maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut : Berdasarkan penjelasan pada Bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember
 - a. Menggunakan strategi khusus dalam menarik jemaah yakni Strategi Pemasaran Sosial.
 - b. Promosi dilakukan menggunakan media siaran pada malam jum'at ketika kegiatan manaqib berlangsung yang disiarkan di JTV Jember dan YouTube.
 - c. Jemaah yang sudah menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember melakukan promosi sendiri dengan mengajak sanak saudara dan tetangganya untuk menggunakan jasa KBIH Al Qodiri Jember.
 - d. Bentuk promosinya adalah mereka menceritakan pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember.
2. Implikasi strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember .
 - a. Jemaah haji merasa mendapatkan perhatian lebih dari pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember.

- b. Jemaah haji merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengurus KBIH Al Qodiri Jember.
- c. Meningkatnya permintaan jumlah calon jemaah haji di KBIH Al Qodiri Jember.
- d. Penggunaan jasa yang beruntun dikalangan masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis melihat strategi pemasaran jasa sosial yang diterapkan di KBIH Al Qodiri Jember adalah strategi yang tepat. Strategi pemasaran jasa sosial di KBIH Al Qodiri Jember dapat diterapkan juga di lembaga lainnya. Peneliti menyadari akan keterbatasan dalam merumuskan masalah sebagai instrumen dan tujuan penelitian, sehingga adapapun rekomendasi bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Kepada KBIH Al Qodiri Jember untuk memperluas jaringan pemasaran melalui Website, dan media sosial lainnya.
2. Kepada KBIH Al Qodiri peneliti berharap adanya peningkatan jumlah calon jemaah haji di setiap tahunnya.
3. Kepada masyarakat luas. Harus memperhatikan pelayanan pengurus ketika akan bergabung dengan KBIH yang akan dituju.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Al Qur'an dan Terjemah, Ali Imron (3):97

Satrorir, Djam'an & Aan Komariyah. 2014. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Al-Fabeta.

Tjiptono, Fandi. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Syaukani, Imam. 2009. *Manajemen Pelayanan Haji di Inonesia*. Jakarta: Departemen Agama RI: Badan Litbang dan Dilat Kehidupan Keagamaan.

Kasmir, 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember. 2017. *Memory Jemaah Haji*.

Moelong, J Lexy. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Arikunto, Suharsimi. 2004. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor. 2005. *Marketing Wise*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer.

Usmara, Usi. 2008. *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Book.

Pudjiastuti, Wahyuni. 2016. *Sosial Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Obor Indonesia.

Sumber Internet:

<http://jatim.Kemenag.go.id/file/file/haji/isaq1426576477.pdf>.

<https://www.jemberkab.go.id/manaqib-al-qodiri-untuk-inspirasi-dakwah-mahasiswa>.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah Ini:

Nama : Sofi Taufiqurrahman

Nim : E20172187

fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Universitas : UIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Sosial Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri jember” merupakan hasil penelitian dan dan karya sendiri kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 20 Maret 2022

Saya yang menyatakan



UNIVERSITAS ISLAM
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Sofi Taufiqurrahman
NIM. E20172187

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABLE	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pemasaran Sosial Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Al Qodiri Jember	1. Strategi Pemasaran Sosial	1. <i>Product</i> dalam <i>social marketing</i> 2. <i>Place</i> dalam <i>Social Marketing</i> 3. <i>Promotion</i> dalam <i>Social Marketing</i> 4. <i>Price</i> dalam <i>Social Marketing</i> 5. <i>Personnel dan Presentation</i> dalam <i>Social Marketing</i> 6. <i>Process</i> <i>Social Marketing</i>	1. Informan (wawancara) dan Observasi a. Jaringan Struktural organisasi KBIH Al Qodiri Jember b. Konsumen (Jamaah Haji KBIH Al Qodiri Jember) 2. Dokumentasi meliputi pencatatan data, bukti visual 3. Wawancara	1. Teknik Pengumpulan data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 2. Metode Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif 3. Metode analisis data menggunakan deskriptif kualitatif 4. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber 5. Lokasi penelitian berada di Pondok Pesantren Al Qodiri Jember	1. Bagaimana strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember ? 2. Bagaimana implikasi strategi pemasaran sosial jasa perjalanan haji di KBIH Al Qodiri Jember ?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PEDOMAN WAWANCARA

MUFID ADNAN : SEKERTARIS 1 KBIH AL QODIRI JEMBER

1. Bagaimana cara pengurus KBIH Al Qodiri Jember dalam memberikan pelayanan kepada Jemaah?
2. Promosi apa yang digunakan oleh KBIH Al Qodiri Jember dalam menarik Jemaah?
3. Harga yang harus dibayar ketika ingin bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember?
4. Bagaimana cara pengurus mempresentasikan KBIH nya untuk menarik Jemaah?
5. Tentang bagaimana langkah-langkah bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember?
6. Implikasi atau dampak dari pemasaran sosial di KBIH Al Qodiri Jember?
7. Adakah pelatihan khusus untuk pengurus terkait pelatihan bimbingan haji?

ABDI LAZUARDI : TIM ADMINISTRASI dan DOKUMENTASI KBIH AL QODIRI JEMBER

1. Lokasi KBIH Al Qodiri jember?
2. Promosi apa yang digunakan oleh KBIH Al Qodiri Jember dalam menarik Jemaah?
3. Harga yang harus dibayar ketika ingin bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember?
4. Siapa saja yang membimbing Jemaah dalam proses bimbingan manasik haji?

5. Tentang bagaimana langkah-langkah bergabung dengan KBIH Al Qodiri Jember?

ANDI HARTONO : TIM ADMINISTRASI dan DOKUMENTASI KBIH AL QODIRI JEMBER

1. Bagaimana cara pengurus KBIH Al Qodiri Jember dalam memberikan pelayanan kepada Jemaah?
2. Lokasi KBIH Al Qodiri jember?
3. Bagaimana cara pengurus mempresentasikan KBIH nya untuk menarik Jemaah?
4. Bagaimana kepengurusan memberikan informasi terkait KBIH Al Qodiri Jember?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B-681/UIN.20/7.a/PP.00.9/11/2021 18 November 2021
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. Pengurus KBIH Al Qodiri 1 Jember

Jl. Manggar No. 139A, Gebang Poreng, Kec. Patrang, Kab. Jember.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Sofi Taufiqurrahman
NIM : E20172187
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH Al Qodiri Jember) di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Abdul Rokhm
Abdul Rokhm

JURNAL PENELITIAN

Jurnal Kegiatan Penelitian

NO	TANGGAL	JENIS KEGIATAN	INFORMAN	PARAF
1		Pengurusan Surat izin Penelitian	Bpk, Mufid Adnan	
2		Penyerahan Surat izin Penelitian	Bpk, Mufid Adnan	
3		Wawancara dan Observasi	Bpk, Mufid Adnan	
4		Wawancara dan Observasi	Bpk, Mufid Adnan	
5		Wawancara dan Observasi	Bpk, Abdi Lazuardi	
6		Wawancara dan Observasi	Bpk, Andi Hartono	
7		Pengambilan Surat Selesai Penelitian	Bpk, Mufid Adnan	



SURAT KETERANGAN SUDAH MENYELESAIKAN PENELITIAN



KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI DAN UMRAH
KBIHU "AL-QODIRI" JEMBER
IZIN OPERASIONAL NOMOR 811/110 TAHUN 2020
Jl. Manggar 139-A Telp. (0331) 423644 Po.Box. 161 Patrang-Jawa Timur-Indonesia

SURAT KETERANGAN

No: 0200/KBIHU.AQ/ST/XII/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kh. Taufiqur Rachman MZ
Alamat : Jl. Manggar 139A Lingk. Gebang Poreng RT/RW. 02/14
Kec. Patrang Jember
Jabatan : Ketua KBIHU Al-Qodiri 1 Jember

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Sofi Taufiqurrahman
NIM : E20172187
Asal perguruan Tinggi : UIN Jember
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah melaksanakan penelitian di KBIHU AL-QODIRI 1 JEMBER mulai November 2021 sampai dengan Desember 2021 untuk memperoleh data guna penyusunan tugas akhir skripsi dengan judul “ *Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji { KBIHU } Al-Qodiri Jember* ”

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, Untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 18 Desember 2021

Ketua
KBIHU Al-Qodiri 1 Jember

KH. TAUFIQUR RACHMAN MZ

DOKUMENTASI



Ket: Foto susunan kepengurusan KBIH Al Qodiri Jember



Ket: Visi, Misi dan Motto KBIH Al Qodiri Jember

Ket: Surat Izin KBIH Al Qodiri Jember



KEPUTUSAN KEPALA KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA
PROVINSI JAWA TIMUR
NOMOR 9503 TAHUN 2017
TENTANG
PENETAPAN KEMBALI IZIN OPERASIONAL KELOMPOK BEMUNGGAN
AL-QODIRI
DI KABUPATEN JEMBER
SEBAGAI PEMERINTAH ISADAH HAJI

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KEPALA KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA PROVINSI JAWA TIMUR,

Memandang

- a. bahwa dalam rangka pelaksanaan pasal 17 ayat (4) dan ayat (5) Peraturan Menteri Agama Nomor 24 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan ibadah Haji Reguler, perlu memberikan perijinan izin operasional kepada Kelompok Bemunggan Ibadah Haji;
- b. bahwa untuk pemberian perijinan izin operasional Kelompok Bemunggan Ibadah Haji sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu ditetapkan Kelompok Bemunggan Ibadah Haji Al-Qodiri Kabupaten Jember, yang dianggap telah memenuhi syarat untuk diberikan perijinan izin Operasional Kelompok Bemunggan Ibadah Haji;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur tentang Penetapan Kembali Izin Operasional Kelompok Bemunggan Al-Qodiri di Kabupaten Jember sebagai Pemerintah Ibadah Haji.

Mengingat

1. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 60, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4545) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji;
2. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Perubahan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2009 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji.

3. Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 186, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5345;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 13 Tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kementerian Agama;
5. Keputusan Menteri Agama Nomor 14 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Reguler sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Agama Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 14 Tahun 2012;
6. Peraturan Menteri Agama Nomor 42 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama;
7. Keputusan Direktur Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah Nomor : D/799 Tahun 2013 tentang Pedoman Operasional Kelompok Bimbingan;

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan** : KEPUTUSAN KEPALA KANTOR WILAYAH KEMENTERIAN AGAMA TENTANG PENETAPAN KEMBALI IZIN OPERASIONAL KELOMPOK BIMBINGAN AL-QODIRI DI KABUPATEN JEMBER SEBAGAI PEMBIMBING IBADAH HAJI
- KESATU** : Menetapkan kembali Izin Operasional Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Al-Qodiri Kabupaten Jember Pimpinan KH. Taufiqur Rachman Muzakki, Alamat: Jl. Manggar 139-A Kabupaten Jember.
- KEDUA** : Kelompok Bimbingan Ibadah Haji sebagaimana dimaksud pada Diktum Kesatu hanya melaksanakan Bimbingan Manasik Haji dan bukan sebagai Penyelenggara Ibadah Haji.
- KETIGA** : Kelompok Bimbingan Ibadah Haji sebagaimana dimaksud wajib mentaati peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.
- KEEMPAT** : Kelompok Bimbingan Ibadah Haji yang melanggar aturan yang sudah ditetapkan akan dikenakan sanksi berupa peringatan, skorsing dan pencabutan izin.
- KELIMA** : Kantor Wilayah Kementerian Agama bersama Kantor Kementerian Agama Kabupaten/Kota melakukan pembinaan, pengawasan dan pengendalian kegiatan operasional Kelompok Bimbingan Ibadah Haji sebagaimana dimaksud.

- KEENAM : Izin Operasional Kelompok Bimbingan Ibadah Haji berlaku untuk jangka waktu 3 (tiga) tahun.
- KETUJUH : Apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.
- KEDELAPAN : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Sidoarjo
pada tanggal 20 Desember 2017



Ket: Surat undangan pemberitahuan biaya manasik



KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI KBIH "AL-QODIRI" JEMBER

IZIN OPERASIONAL NOMOR 9503 TAHUN 2017

Jl. Manggar 139-A Telp. (0331) 423644 Po.Box. 161 Patrang-Jawa Timur-Indonesia

JADWAL MANASIK HAJI KBIH DAN IPHI KECAMATAN PATRANG MUSIM HAJI 1441 H / 2020 M

Pert Ke-	HARI/TGL	WAKTU	MATERI	PENYAJI
1.	Minggu 08 Maret 2020	08.00 – 09.30 09.30 – 10.30 10.30 – 11.30	<ul style="list-style-type: none"> • Pembukaan, Kebijakan tentang Haji/ Proses Perjalanan Haji • Manasik Haji dan Umroh • Bekal utama dalam perjalanan Haji 	<ul style="list-style-type: none"> • IPHI Patrang/ KBIH Al-Qodiri, Kasi Haji Kemenag Jember • Drs. KH. Muhammad Lutfi • KH. Ach. Muzakki Syah
2	Minggu 15 Maret 2020	08.00 – 09.30 09.30 – 10.30 10.30 – 11.30	<ul style="list-style-type: none"> • Mengenal Budaya Arab dan Aktifitas di Pesawat • Grouping Jama'ah Haji • Manasik Haji dan Ziaroh 	<ul style="list-style-type: none"> • Drs. H. Zainul Arifin • M. Mufid Adnan, S.Pd.I • Drs. KH. Muhammad Lutfi
3	Minggu 22 Maret 2020	08.00 – 09.30 09.30 – 10.30 10.30 – 11.30	<ul style="list-style-type: none"> • Sholat Shafar, Jama' dan Qoshor • Informasi , Pasporing, dll • Tatakrama di Maktab 	<ul style="list-style-type: none"> • KH. Habibullah Khomsun Syamsuri • KUA Patrang • KH. Taufiqur Rachman MZ
4	Minggu 29 Maret 2020	08.00 – 09.30 09.30 – 10.30 10.30 – 11.30	<ul style="list-style-type: none"> • Bekal Kesehatan Haji • Informasi Haji, Pemotretan , dll • Tatakrama Haji 	<ul style="list-style-type: none"> • Hj. Lulik Sasmitaningrum, Amd. Kep. • Panitia • KH. Taufiqur Rachman MZ
5	Minggu 05 April 2020	08.00 – 10.30 10.30 – 11.30 11.30 – 12.30	<ul style="list-style-type: none"> • Hikmah Haji dan Umroh • Praktek Pakaian Ihrom dan bekal kewanitaan dalam Haji • Do'a dan dzikir Ibadah Haji 	<ul style="list-style-type: none"> • Drs. KH. Muhammad Lutfi • Ach. Baihaqi, S.Pd.I • Nyai. Hj. Lutfi Helmiatin, S.Pd.I • Hj. Siti Ruqiyati • Hj. Siti Maslihah Arif. S • KH. Ach. Muzakki Syah
6	Minggu 19 April 2020	08.00 – selesai	Praktek Lapangan IHTO SAKUR dan IHWU MAMUZMIN LONTOI SAKUR	<ul style="list-style-type: none"> • KH. Taufiqur Rachman MZ • KH. Habibullah Khomsun Syamsuri • Nyai. Hj. Lutfi Helmiatin, S.Pd.I • Hj. Siti Maslihah Arif. S • Panitia
7	Minggu 07 Juni 2020	08.00 – selesai	Dialog Komprehensif Kemantapan Manasik Haji	<ul style="list-style-type: none"> • Drs. KH. Muhammad Lutfi • KH. Habibullah Khomsun Syamsuri • KH. Taufiqur Rachman MZ • Panitia
8	Minggu 14 Juni 2020	08.00 – Selesai	Pembekalan dan Pertemuan Ketua Regu (Karu) dan Ketua Rombongan (Karom)	<ul style="list-style-type: none"> • PANITIA



KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI
KBHI "AL-QODIRI" JEMBER

IZIN OPERASIONAL NOMOR 9503 TAHUN 2017

Jl. Manggar 139-A Telp. (0331) 423644 Po.Box. 161 Patrang-Jawa Timur-Indonesia

Nomor : 02 / KBHI.AQ./U.M/ Jbr/ II /2020
Lamp. : 1
Hal : **UNDANGAN MANASIK HAJI**

Kepada
Yth. **Calon Jama'ah Haji**
Di-
Tempat

Bismillahirrohmanirrohim
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Labbaik Allahumma Labbaik, puji syukur kehadiran Allah Swt, semoga dengan rahmat dan hidayah-Nya kita selalu diberikan kesehatan agar dapat menjalankan aktivitas kita sehari-hari. Amin.

Sehubungan dengan dimulainya Musim Haji 1441 H/ 2020 M, kami Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBHI) Al-Qodiri Jember ingin membantu Bapak/ Ibu Calon Tamu Allah dengan penyelenggaraan Manasik Haji dan **Bimbingan Ibadah Haji dari Tanah Air (Indonesia) sampai Tanah Suci (Mekkah – Madinah).**

Oleh karena itu kami mengharap kehadiran Bapak/Ibu/Saudara/i Calon Jama'ah Haji (CHJ) Tahun 1441 H/ 2020 M, pada acara yang Insya Allah akan kami selenggarakan pada :

Hari : **Minggu**
Tanggal : **08 Maret 2020**
Jam : 08.00 WIB s/d selesai
Tempat : Aula Serba Guna Pondok Pesantren Al-Qodiri 1 Jember
Jl. Manggar 139-A Gebang – Patrang – Jember
(Telp. 0331-4350419. 085336108339)
Acara : 1. **Pembukaan Pelatihan Manasik Haji**
2. Informasi Haji dan lain-lain.

Demikian undangan kami buat, atas kehadiran dan partisipasinya kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jember, 29 Februari 2020

Ketua

KBHI Al-Qodiri Jember


KH. TAUFIQUR RACHMAN MZ



KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI KBHI "AL-QODIRI" JEMBER

IZIN OPERASIONAL NOMOR 9503 TAHUN 2017

Jl. Manggar 139-A Telp. (0331) 423644 Po.Box. 161 Patrang-Jawa Timur-Indonesia

Nomor : Q3 /KBHI/AQ/S.BM/ Jbr/II/2020
Lamp : -
Perihal : Pemberitahuan Biaya Manasik Haji
KBHI Al-Qodiri Jember

Jember, 29 Februari 2020

Kepada. Yth.
Bpk/ Ibu/ Sdr/i Calon Jama'ah Haji
KBHI Al-Qodiri Jember

Bismillahirrohmaanirrohim
Assalamu'alaikum. Wr.Wb

Labbaik Allhumma labbaik, salam silaturrahi kami sampaikan, semoga kita semua tetap selalu dalam lindungan-Nya. Amin.

Dalam rangka meningkatkan kualitas mutu pelayanan kepada calon jamaah haji yang tergabung dalam Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBHI) Al-Qodiri Jember, dan juga berdasarkan keputusan serta persetujuan dari Pengasuh PP. Al-Qodiri Jember mengenai Biaya Bimbingan Manasik Haji KBHI Al-Qodiri Jember, dengan ini disampaikan kepada bapak/ibu/sdr calon jamaah KBHI Al-Qodiri bahwa :

Biaya Manasik Haji Tahun 1441 H/ 2020 M sebesar **Rp. 1.000.000,-** (*satu juta rupiah*)

1. Biaya ini sudah termasuk biaya dari awal bimbingan mulai Tanah Air (Indonesia) sampai dengan bimbingan di tanah suci (Mekkah)
2. Pembayaran langsung kepada Bag. Bendahara KBHI Al-Qodiri ketika manasik haji

Demikian surat Pemberitahuan ini dibuat, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

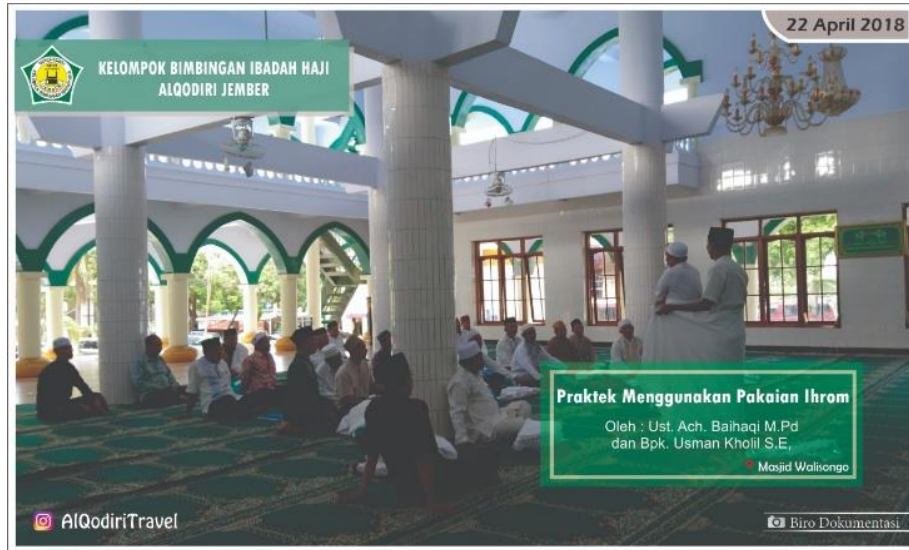
Wassalamu'alaikum. Wr.Wb

Mengetahui,
Ketua KBHI Al-Qodiri

KH. Taufiqur Rachman MZ

Mengetahui,
Ketua KBHI Al-Qodiri Jember

KH. Ach. Muzakki Syah



Ket: Kegiatan praktek penggunaan pakaian Ihram bagi Bapak-bapak yang dipimpin oleh Ust Ach Baihaqi M.Pd dan Bpk Usman Kholil S.E



Gambar 4.5 Kegiatan praktek penggunaan pakaian Ihram bagi Ibu-ibu yang dipimpin oleh Ny. Hj lutfi Helmiyatin S.Pd.I



Ket: Kegiatan manasik haji



Ket: Wisata Religi ketika selesai melaksanakan Ibadah Haji



Ket: Foto dengan Pak Andi Hartono



Ket: wawancara dengan pak Mufid Adnan



Ket: Foto bersama Pak Mufid Adnan dan Pak Andi Hartono



Ket: Foto bersama Ibu Tiplati



Ket: Foto bersama Pak Kuswandi



Ket: Foto bersama Pak Yatim Waluyo

BIODATA DIRI



1. Biodata Diri

Nama : Sofi Taufiqurrahman
Nim : E20172187
Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam
Tempat Tanggal Lahir : Sarolangun, 30 april 1999
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat Lengkap : Bernai RT 02 RW 000 Kel/Desa Bernai Kec.
Sarolangun Kab. Sarolangun Prov. Jambi
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
No Telp : 0822454777149
Email : Sofitaufigurrahman5041@gmail.com

2. Riwayat Pendidikan

2005 : TK Nurul Huda Bustanul Athfal Sarolangun
2006 – 2011 : SD 03 Pasar Sarolangun
2011 - 2014 : MTS Pondok Karya Pembangunan Al Hidayah Jambi
2014 - 2017 : SMK Al Qodiri Jember
20017 – Sekarang : IAIN Jember

3. Riwayat Organisasi

- a. Wakil ketua OSIS MTS Al Hidayah Jambi
- b. Pengurus Aliansi Mahasiswa Mumbulsari
- c. Pengurus PMII Rayon FEBI
- d. Ketua Pemuda – Pemuda Desa Bernai.