

**Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan
Jumlah Jamaah pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji
dan Umroh (KBIHU) Mafazah Assalafiyah Sindangkerta
Bandung**

SKRIPSI

**Oleh:
Fitri Aziziah
201710325109**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIHU) Mafazah Assalafiyah Sindangkerta Bandung

Nama Mahasiswa : Fitri Aziziah

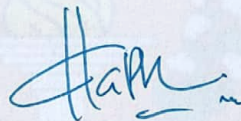
Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325109

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2021

Jakarta, 09 Februari 2021

MENYETUJUI,
Pembimbing I,



Hadita, S .Pd., M.M
NIDN. 0329048302

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIHU) Mafazah Assalafiyah Sindangkerta Bandung

Nama Mahasiswa : Fitri Aziziah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325109

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2021

Jakarta, 29 Januari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA.CRA
NIDN 0309048102

Penguji I : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN 0319067606

Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M
NIDN 0329048302

MENGETAHUI,

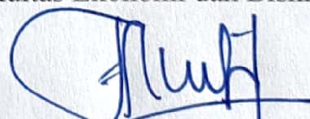
Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIDN : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIHU) Mafazah Assalafiyah Sindangkerta Bandung” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 9 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Fitri Aziziah
201710325109

ABSTRAK

Fitri Aziziah. 201710325109. Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIHU) Mafazah Assalafiyah Sindangkerta Bandung

Perkembangan bisnis jasa agen *travel* haji dan umroh di Indonesia setiap hari semakin meningkat dan semakin banyak, sehingga menyebabkan persaingan ketat. Supaya dapat bersaing dan bertahan di pasaran dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan KBIHU Mafazah Assalafiyah Sindangkerta Bandung dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah dan memberikan masukan atau membangun ulang strategi yang harus digunakan oleh perusahaan. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dan analisis data yang digunakan yaitu analisis SWOT. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui survey pendahuluan dan studi lapangan yang terdiri dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa KBIHU Mafazah Assalafiyah berada pada posisi kuadran V yaitu strategi diversifikasi konsentrasi. Dijelaskan juga dalam diagram SWOT bahwa posisi KBIHU Mafazah Assalafiyah berada dalam kuadran III, yang berarti menghadapi peluang pasar yang sangat besar. Adapun peluang terbesar yaitu kerjasama antar KBIHU Mafazah Assalafiyah dengan berbagai bank syariah sehingga mendapatkan prioritas untuk dana talang. Namun, di sisi lain menghadapi beberapa kendala yang berasal dari kelemahan internal seperti kelemahan terbesar yaitu kurangnya staf bidang pemasaran yang mengetahui pasar Bandung. Adapun fokus strategi ini yaitu perusahaan harus meminimalisir masalah internal sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, *IFAS* dan *EFAS*

ABSTRACT

Fitri Aziziah. 201710325109. Marketing Strategy in an Effort to Increase the Number of Pilgrims in the Hajj and Umrah Worship Guidance Group (KBIHU) Mafazah Assalafiyah Sindangkerta Bandung

The development of the Hajj and Umrah travel agent services business in Indonesia is increasing every day and more, causing fierce competition. In order to compete and survive in the market, the right marketing strategy is needed. This study aims to determine the marketing strategy carried out by KBIHU Mafazah Assalafiyah Sindangkerta Bandung in an effort to increase the number of worshipers and provide input or rebuild the strategies that must be used by the company. The research approach used is a qualitative approach and data analysis used is the SWOT analysis. Data collection techniques were carried out through preliminary surveys and field studies consisting of interviews, observation and documentation. The results of the study found that KBIHU Mafazah Assalafiyah was in quadrant V, namely the concentration diversification strategy. It is also explained in the SWOT diagram that the position of KBIHU Mafazah Assalafiah is in quadrant III, which means facing a very large market opportunity. The biggest opportunity is cooperation between KBIHU Mafazah Assalafiyah and various Islamic banks so that it gets priority for bailout funds. However, on the other hand, it faces several obstacles that come from internal weaknesses such as the biggest weakness, namely the lack of marketing staff who know the Bandung market. The focus of this strategy is that the company must minimize internal problems so that it can seize a better market (turn around).

Keywords: *Marketing Strategy, SWOT Analysis, IFAS and EFAS*

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Segala Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini, guna memenuhi salah satu syarat untuk lulus menyanggah gelar S1. Selain itu, penulis menyadari bahwa penulisan ini juga banyak pihak yang dengan kerelaan hati untuk mendukung dan mendoakan agar dapat terselesaikan sesuai yang ditentukan, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

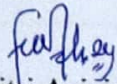
1. Bapak Dr. Irjen (P) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP selaku Kepala Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Ir. Raden Achmad Harianto, M.M selaku Dosen Perwalian Akademik kami di kelas Semester 7 A3 atas support serta dukungannya.
5. Ibu Hadita, S. Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing yang terus memberikan nasihat, serta semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar yang telah memberi ilmu yang begitu berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada keluarga terlebih kedua orang tua penulis, suami, serta teman-teman yang selalu mendo'akan, membantu serta memberi dukungan dan kasih sayang.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta. 9 Februari 2021

Penulis

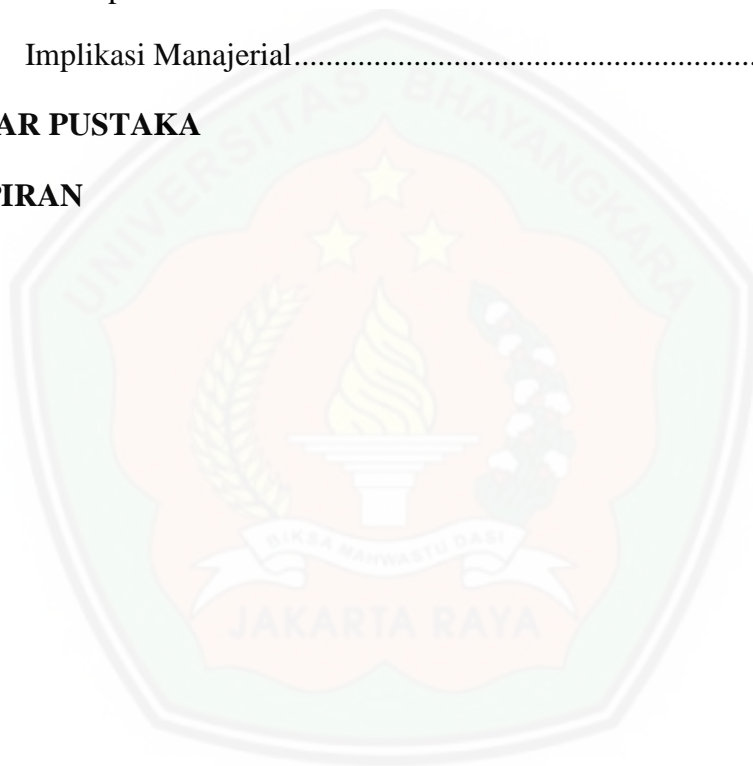

Fitri Aziziah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Strategi Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	12
2.2 Ruang Lingkup Haji dan Umroh	19

2.2.1	Haji	19
2.2.2	Umroh	20
2.3	Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh (KBIHU)	21
2.4	Hasil Penelitian Terdahulu	22
2.5	Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1	Desain Penelitian	28
3.2	Tahapan Penelitian	28
3.3	Model Konseptual	29
3.4	Operasional Variabel	30
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.5.1	Waktu Penelitian	30
3.5.2	Tempat Penelitian.....	30
3.6	Teknik Pengambilan Populasi dan Sampel	31
3.6.1	Populasi.....	31
3.6.2	Sampel	31
3.7	Metode Analisis Data	31
3.7.1	Sumber Data.....	31
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data.....	32
BAB IV PEMBAHASAN.....		35
4.1	Sejarah Perusahaan	35
4.1.1	Sejarah KBIHU Mafazah Assalafiyah	35
4.1.2	Visi, Misi, dan Tujuan KBIHU Mafazah Assalafiyah	37
4.1.3	Legalitas KBIHU Mafazah Assalafiyah	37
4.1.4	Program KBIHU Mafazah Assalafiyah	38

4.1.5	Struktur Organisasi KBIHU Mafazah Assalafiyah	40
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Analisis Strategi Pemasaran KBIHU Mafazah Assalafiyah	42
4.2.2	Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah pada KBIHU Mafazah Assalafiyah	45
BAB V PENUTUP		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Implikasi Manajerial.....	72
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 4. 1 IFAS (Internal Factors Analysis Summery) KBIHU Mafazah Assalafiyah.....	54
Tabel 4. 2 EFAS (Eksternal Factors Analysis Summery) KBIHU Mafazah Assalafiyah.....	58
Tabel 4. 3 Matriks IE	61
Tabel 4. 4 Matrik SWOT KBIHU Mafazah Assalafiyah.....	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Statistik Jumlah Haji di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Jumlah Jamaah Umrah Indonesia 2008-2018	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian	29
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi KBIHU Mafazah Assalafiyah	41
Gambar 4. 2 Diagram SWOT KBIHU Mafazah Assalafiyah	63



DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Referensi
2. Hasil Uji Plagiat
3. Hasil Wawancara
4. Surat Keterangan Wawancara
5. Hasil Kuisisioner Penelitian
6. Hasil Pengisian IFAS dan EFAS
7. Dokumentasi Penelitian
8. Riwayat Hidup

