

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pengertian Haji adalah berkunjung ke Baitullah (ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan antara lain: wukuf, mabit, thawaf, sa'i, dan amalan lainnya pada masa tertentu, demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharapkan ridha-Nya.¹ Ibadah haji merupakan prosesi ibadah yang waktu dan tempatnya tertentu, yaitu pada bulan Dzulhijjah di tanah suci Makkah. Pada waktu dan tempat tersebut kaum muslim dari berbagai penjuru dunia datang secara hampir bersamaan, sehingga setiap muslim harus mampu menyesuaikan dengan kondisi yang ada.

Ibadah haji diwajibkan bagi setiap kaum muslim sebagai salah satu rukun islam yang merupakan penutup dan penyempurna dari keislaman seseorang dihadapan Allah. Panggilan Haji sudah tertera dalam kitab suci Al-Qur'an. Allah SWT lebih menegaskan lagi tentang kewajiban mengerjakan haji bagi mereka yang sanggup melaksanakannya :

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ
الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

(٩٧)

¹ Kementerian Agama RI, *Tuntunan Manasik Haji dan Umroh* (Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umroh, 2016), 66.

“ Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata (diantaranya) Maqam Ibrahim; barang siapa yang memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah yaitu bagi orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barang siapa mengingkari (kewajiban haji) maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.” (QS. Ali Imran: 97) ²

Dalam menunaikan ibadah haji umat muslim harus memenuhi beberapa syarat yaitu kemampuan materi dan kemampuan fisik. Kemampuan materi atau kemampuan dari segi ekonomi untuk memenuhi BPIH (biaya penyelenggaraan ibadah haji), biaya tersebut termasuk biaya *transportasi*, akomodasi, konsumsi dan kesehatan sewaktu penyelenggaraan ibadah haji pulang dan pergi yang dikelola oleh pemerintah. Selain itu kemampuan secara fisik menjadi syarat wajib karena sejumlah acara ibadah dilakukan ditempat yang berbeda, untuk itu dibutuhkan kondisi fisik yang sehat sehingga calon jamaah haji perlu mempersiapkan kesehatannya.

Seiring dengan meningkatnya kemampuan ekonomi dan minat masyarakat Indonesia yang cukup tinggi dalam melaksanakan ibadah haji, jamaah haji Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan bahkan jumlahnya melebihi kuota sehingga terjadi penumpukan porsi keberangkatan haji. Pemerintah bekerjasama dengan masyarakat dan instansi yang dapat

² QS. Ali Imran (3): 97.

melakukan bimbingan ibadah haji dalam menangani hal tersebut yang berada di bawah naungan Kementerian Agama.

Dewasa ini kita berada di dunia yang serba cepat, orang-orang lebih memikirkan efisiensi waktunya, tak jarang dari mereka memilih mengeluarkan uang yang lebih untuk mendapatkan kemudahan fasilitas, hal ini sangat terasa dalam dunia perjalanan, lebih-lebih perjalanan ibadah haji regular yang masa tunggu nya lama, calon jamaah haji tentunya akan lebih selektif dalam memikirkan persiapan keberangkatan dan persiapan ibadah selama ditanah suci.

Pentingnya kebutuhan informasi mengenai jadwal keberangkatan dan pengurusan kelengkapan dokumen perjalanan ibadah haji seperti paspor, visa, foto biometri, surat istithaah dan sebagainya, tentunya sangat menyita banyak waktu bagi calon jamaah haji yang mempunyai kesibukan bekerja, dan menjadi kendala tersendiri untuk calon jamaah haji yang sudah lanjut usia. Selain itu pemahaman terhadap prosesi ibadah haji ditanah suci dari mulai thawaf, sa'i, lempar jumroh, wukuf dan amalan lainnya merupakan hal mendasar yang harus diketahui masing-masing calon jamaah haji ketika akan berangkat haji. Disini lah letak pentingnya peran kelompok-kelompok yang membimbing masyarakat dalam membantu melaksanakan ibadah haji. Kelompok ini menjadi sebuah lembaga yang bergerak di bidang jasa yang kemudian saling berkompetisi dalam pelayanan. Lembaga ini biasa disebut dengan KBIH yakni singkatan dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji.

KBIH merupakan sebuah lembaga yang bertugas untuk membimbing para calon jamaah haji agar dapat melaksanakan ibadah haji sesuai dengan syarat dan rukun haji dengan harapan memperoleh kekhusyuan dan kelancaran dalam melaksanakannya sehingga menjadi haji yang mabrur. Dengan adanya KBIH inilah, masyarakat cukup tertolong dalam proses persiapan hingga pemberangkatan dalam melaksanakan ibadah haji. Apabila sebuah KBIH mempunyai pelayanan yang memuaskan kepada calon jamaah haji. Maka, kesuksesan dalam pelaksanaan ibadah haji juga dipengaruhi oleh prinsip dan aplikasi pelayanan KBIH kepada calon jamaah haji maupun jamaah yang sudah melaksanakan ibadah haji atau alumni jamaah haji.

Dalam mengembangkan sebuah lembaga dibutuhkan sebuah strategi. Definisi dari strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan, jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi yang mungkin dihadapi di masa depan guna mencapai efektivitas. Di dalam ilmu komunikasi pemasaran (*Marketing communication*) merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk memperkuat strategi pemasaran dalam meraih segmentasi yang lebih luas.

Untuk menghadapi tingkat persaingan dunia usaha, dalam proses perkembangan majunya KBIH adanya strategi komunikasi pemasaran yang memang memiliki peran penting dalam proses pengenalan dan pengembangan *brand* KBIH hingga ukuran kesuksesan tercapai sehingga dapat dikatakan

strategi komunikasi dalam pemasaran KBIH membutuhkan pemikiran yang matang dan serius dalam pelaksanaannya. Usaha-usaha komunikasi pemasaran yang dilakukan KBIH haruslah diarahkan kepada konsumen yang ingin dituju sebagai sasaran pasarnya.

Di Kabupaten Kediri terdapat 4 KBIH yang telah mendapatkan SK (Surat Keputusan) resmi dari Kemenag, antara lain KBIH Nasrul Ummah, KBIH Al Mubarak, KBIH Islahul Ummah, dan KBIH Muhamadiyah. Banyaknya KBIH di Kabupaten Kediri membuat terjadinya persaingan dan tantangan untuk meningkatkan kualitas KBIH dalam segala hal. Jika di lihat dari segi banyaknya jamaah haji setiap tahunnya KBIH Nasrul Ummah berada di urutan pertama dari ketiga KBIH lain yang ada di Kabupaten Kediri.³ KBIH Nasrul Ummah sendiri didirikan pada tahun 2000 oleh KH.Zainuddin Djazuli pengasuh pondok pesantren Al-Falah, Ploso Mojo Kediri.

Beberapa keunggulan fasilitas yang ditawarkan oleh KBIH Nasrul Ummah sendiri dari segi pelayanan adalah bimbingan manasik dipandu oleh para pembimbing/kiai yang professional, rata-rata pembimbing sudah pernah pergi ke tanah suci 10-15 kali jadi sudah berpengalaman menangani jamaah haji.⁴ Kegiatan bimbingan manasik dilaksanakan baik ketika berada ditanah air maupun ditanah suci. Bahkan Pembinaan pasca haji atau alumni haji. Selain itu segala hal yang berhubungan dengan perbankan maupun Kemenag

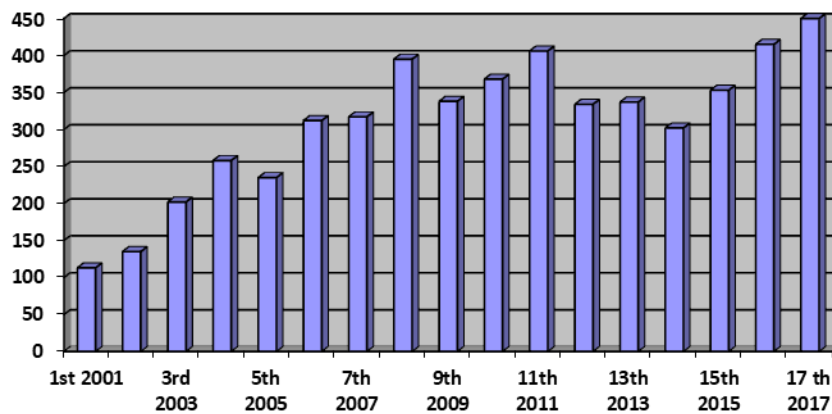
³ Wawancara Muhammad Ikhwan selaku JFU Seksi Haji Kemenag Kab.Kediri, 15 Agustus 2019.

⁴ Wawancara KH. Saifuddin Zuhri selaku Staf Ahli KBIH Nasrul Ummah,Kediri 23 Juni 2019.

akan dibantu prosesnya oleh pengurus, serta kemudahan pengurusan administrasi dengan tersedianya 4 koordinasi wilayah yaitu: wilayah Ngadiluwih, wilayah Kediri, wilayah Pare, wilayah Papar. Sehingga memudahkan jamaah untuk mendaftar dan berkonsultasi ke wilayah terdekat dengan tempat tinggalnya dan nantinya akan dibimbing oleh koordinator masing-masing wilayah.

Dari sinilah KBIH Nasrul Ummah mendapat kepercayaan yang lebih dari jamaah, sudah lebih dari 5000 alumni jamaah yang menggunakan jasa dari KBIH Nasrul Ummah sehingga para calon jamaah haji tertarik untuk memilih KBIH Nasrul Ummah sebagai pembimbing dalam perjalanan hajinya.

Gambar 1.1
Grafik perolehan jamaah KBIH Nasrul Ummah



Sumber: Laporan pelaksanaan bimbingan manasik 2017
KBIH Nasrul Ummah

KBIH Nasrul Ummah mempunyai strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jamaah setiap tahunnya, Hal tersebut ditunjukkan dengan melakukan pelayanan yang optimal terhadap para jamaahnya, sehingga menghasilkan kepercayaan dan kepuasan dari calon jamaah haji.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud ingin mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam kegiatan pemasaran jasa KBIH Nasrul Ummah. Serta ingin menjelaskan permasalahan sosial yang diteliti yaitu ingin mengetahui **“Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Nasrul Ummah Sebagai Upaya Meningkatkan Jamaah Di Kabupaten Kediri”**.

B. Fokus Penelitian

Dari konteks penelitian yang telah dijelaskan, agar penelitian dan pembahasan dapat terarah, maka peneliti memfokuskan penelitian ini dengan rumusan masalah sebagai berikut yaitu:

“Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan KBIH Nasrul Ummah dalam meningkatkan jamaahnya ?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran KBIH Nassul Ummah sebagai upaya meningkatkan jamaah haji di Kabupaten Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah agar dapat memberikan informasi strategi komunikasi pemasaran pengembangan bisnis KBIH yang berhubungan dengan kepercayaan, dan kualitas pelayanan jamaahnya.

Kegunaan pada penelitian ini adalah:

a. Kegunaan Teoritis

Bagi IAIN Kediri dan mahasiswa, diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai sumbangsih pengetahuan khususnya ilmu komunikasi pemasaran, serta menjadi bahan pengembangan untuk penelitian yang akan datang, serta menjadi salah satu tambahan referensi tentang disiplin ilmu komunikasi.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi penyedia jasa KBIH maupun pihak yang berkepentingan tentang Strategi komunikasi pemasaran KBIH dalam meningkatkan jamaah haji di Kabupaten Kediri.

E. Telaah Pustaka

Sebelum peneliti mengadakan penelitian ini, peneliti terlebih dahulu mencari sumber-sumber dari penelitian sebelumnya sebagai bahan pertimbangan dan rujukan untuk penyusunan skripsi ini, peneliti mencari beberapa referensi yaitu :

1. Jurnal STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM KEGIATAN PEMASARAN PRODUK CONSUMER GOODS (STUDI KASUS PADA PT EXPAND BERLIAN MULIA DI SEMARANG), Jurnal Komunikasi Vol. 8, No. 1, Juli 2016. Oleh Suherman Kusniadji, Alumnus Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Model yang digunakan untuk mengukur strategi komunikasi pemasaran adalah Model SOSTAC yang dikemukakan oleh P.R Smith. Hasil penelitian analisis terhadap strategi komunikasi pemasaran pada PT. Expand Berlian Mulia, dapat dikemukakan dalam membangun komunikasi pemasarannya perusahaan menggunakan bentuk komunikasi pemasaran seperti advertising, personal selling, sales promotion, publisitas dan marketing event.

2. Jurnal MANAJEMEN KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI (KBIH), Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. VII, No. 2, Juni 2013. Oleh Widyarini Fakultas Syariah Dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga.

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kualitatif dan kuantitatif. Manajemen Pemasaran dilakukan secara kualitatif untuk profil responden dan kuantitatif untuk mengetahui pengaruh tingkat kepuasan jamaah KBIH Ar Raudhah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tidak bermakna bagi jamaah untuk mengukur tingkat kepuasannya. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah kepuasan jamaah ditentukan oleh ke tiga variabel, untuk itu perlu mempertahankan hasil yang sudah baik, serta meningkatkan hal-hal yang kurang baik.

3. Jurnal STRATEGI PEMASARAN KELOMPOK BIMBINGAN IBADAH HAJI DAN UMROH AL MABRUR LUMAJANG, Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, Vol. 4, No. 2, Agustus 2018. Oleh Fathur Rohman. Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang.

Metode penelitian ini deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan KBIH Al Maburr adalah menggunakan bauran pemasaran atau marketing mix dengan tahapan, pertama melakukan promosi, kedua menyediakan produk yang di inginkan pelanggan, ketiga harga yang terjangkau, keempat lokasi yang strategis. Faktor pendukung strategi pemasaran KBIH Al Maburr adalah adanya loyalitas jamaah haji, pemberian pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, adanya ikatan almuni jamaah haji, petugas KBIH Al Maburr yang cukup merata di Kabupaten Lumajang. Faktor penghambat strategi pemasaran

KBIH Al Mabruk adalah adanya pesaing, kurangnya sumber daya manusia (SDM), tidak mempunyai blog atau website.

Adapun yang membedakan dengan penelitian terdahulu adalah pada Teori Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu. Penelitian ini memfokuskan pada Strategi Komunikasi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), dengan objek penelitian KBIH Nasrul Ummah, Jenis penelitian menggunakan penelitian kualitatif, dalam pengolahan datanya menggunakan analisis data deskriptif. Kajian yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran KBIH Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaahnya. Peneliti mengambil objek KBIH Nasrul Ummah karena KBIH ini menjadi salah satu KBIH yang paling diminati masyarakat di Kabupaten Kediri.