

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. KBIH Bryan Makkah Surabaya

a. Sejarah KBIH Bryan Makkah Surabaya

Pada tahun 2001 Muncul Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dengan nama “BRYAN MAKKAH” yang berada dibawah naungan Yayasan Al Jihad Surabaya adalah bermula dari sebuah persahabatan yang terjalin dengan diliputi suasana penuh keakraban antara Bapak Drs. KH. Moch. Imam Chambali dengan Bapak Brigjend H. Gunawan yang waktu itu beliau masih menjabat sebagai Wakapolda Metro Jaya. Persahabatan tersebut semakin akrab bahkan sudah menjadi hubungan kekeluargaan yang sangat dekat. Sehingga terjalin hubungan batin dan emosional yang sangat kuat.

Ketika Bapak Drs. KH. Much. Imam Chambali menyampaikan beberapa ide dan pikirannya kepada Bapak Brigjend. H. Gunawan, bahwa Yayasan Al Jihad Surabaya akan mengembangkan beberapa program, diantaranya: Majelis Dzikir satu bulan sekali, mendirikan Panti Asuhan Yatim Piatu, Taman Pendidikan Al Qur'an (TPQ), mendirikan Pondok Pesantren Mahasiswa dan sebagainya. Ternyata beliau sangat antusias dan mendukung penuh secara lahir dan batin,

bahkan beliau menjadi salah satu penyandang dana dari semua program kegiatan Yayasan Al Jihad Surabaya.

Pada suatu hari Bapak Brigjend. H. Gunawan sekeluarga mendapat ujian dari Allah SWT yakni dengan meninggalnya seorang putra tercinta yang bernama “MUHAMMAD BRYAN”, yang akhirnya terbentuklah sebuah pemikiran bahwa untuk mengingat dan mengabadikan segala kebaikan dan pengorbanan yang diberikan oleh Bapak Brigjend. H. Gunawan sekeluarga dengan ikhlas, maka didirikanlah sebuah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dengan nama “BRYAN MAKKAH”.

Dengan demikian nama “BRYAN MAKKAH” adalah sebuah nama yang monumental yang bermula dari proses perjalanan rohani dua insan yang mempunyai kesamaan visi dan misi untuk membimbing dan mendidik manusia untuk mengenal jati diri yang sejati, yakni dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Demikian sekilas sejarah KBIH Bryan Makkah Surabaya, semoga siapapun yang menggabungkan diri dengan KBIH Bryan Makkah senantiasa diberi hidayah dan mendapat ridlo serta diberokahi Allah SWT, baik di dunia dan akhirat. Amiin.⁸⁴

b. Visi dan Misi

- 1) Menjadikan calon jamaah haji menjadi haji yang mabrur

⁸⁴ Hasil wawancara dan dokumentasi dengan Zahrotul Jannah, S.Psi, selaku staf KBIH Bryan Makkah Surabaya

2) Membimbing jamaah haji agar menjadi haji yang mandiri, dan mengurangi ketergantungan terhadap pembimbing ketika berada di Tanah Suci.⁸⁵

c. Motto

Terdepan Dalam Memberikan Bimbingan Ibadah Haji dan Umroh.⁸⁶

d. Struktur Organisasi

SUSUNAN PENGURUS

KBIH BRYAN MAKKAH SURABAYA

Penasehat	: 1. Brigjend.(Purn.) H. Gunawan 2. H. Saimi Saleh 3. H. Asmanto Ghani Al Akbar
Pelindung	: Drs. KH. Much. Imam Chambali
Ketua	: Drs. KH. M. Syukron Djazilan Badri, M.Ag
Sekretaris	: Drs. KH. Miftahul Huda
Bendahara	: Moch. Ikhwan, SS, M.Si
Anggota/Staff :	
	1. M. Ali Zainal Abidin, S.Hi 2. M. J u m a r i, M. Pd.I

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Bapak KH. M. Sukron Djazilan Badri, M. Ag, selaku ketua KBIH Bryan Makkah Surabaya, pada tanggal 18 Juli 2013

⁸⁶ Hasil dokumentasi dari brosur KBIH Bryan Makkah Surabaya

3. M. Hadziq Asy Syairofi, S.Hi
4. M. Nashiruddin Baijuri, S.Th.I., M.Pd.I
5. Abdul Wafi Ali
6. Bapak Udin
7. Ibu Hj. Haeny Fatihah
8. Ali Mashudi
9. Ulil Fadli
10. M. Sholihin, S.HI
11. M. Ainul Mubarak
12. Zahrotul Jannah, S. Psi
13. Rokhmatul Mukhrojah, S.S.⁸⁷

2. KBIH Takhobbar Surabaya

a. Sejarah KBIH Takhobbar Surabaya

Munculnya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) dengan nama “Takhobbar” yang berada di wilayah Surabaya, Jawa Timur. Pemberian nama Takhobbar memiliki maksud yaitu pengurus KBIH mempunyai keinginan dengan berdirinya KBIH dengan nama Takhobbar ini akan berdampak positif dan mendapatkan imbalan yang besar atau akan ada gebrakan yang besar seperti halnya KBIH Takhobbar terkenal di semua masyarakat khususnya kota Surabaya.⁸⁸

Awal berdirinya KBIH Takhobbar tahun 1995 – 1999, yang berada di dalam wilayah PT. Telkom Surabaya. Nama “Takhobbar”

⁸⁷ Hasil observasi dan dokumentasi pada KBIH Bryan Makkah Surabaya

⁸⁸ Hasil wawancara dengan KH. Imam Ghozali Said, M, Ag. Pembimbing utama KBIH Takhobbar Surabaya pada hari Sabtu, 8 Juni 2013

diambil dari nama Masjid yang dimiliki PT. Telkom Surabaya yaitu Masjid Takhobbar yang terletak sebelah kantor KBIH Takhobbar.

KBIH Takhobbar telah bekerja sama dengan pihak PT. Telkom, sehingga tempatnya pun masuk dalam kawasan PT. Telkom Surabaya. Bahkan di tahun pertama berdirinya KBIH Takhobbar, peserta jamaah yang ikut menjalankan Ibadah Haji pun dari pegawai yang bekerja di PT. Telkom Surabaya.

Bermula dari kerjasama Takmir Masjid Takhobbar Surabaya dengan KBIH Jabal Rohmah Surabaya. Pemberangkatan pertama jamaah yang diberangkatkan 40-70 jamaah. Pada tahun 1998-2003 bekerjasama dengan KBIH Multazam oleh Bapak Yahya, karena adanya ketidakcocokan peribadatan antara keduanya maka tidak ada kerjasama. Kemudian tokoh dari Telkom yakni H. Mustofa Haris menginginkan adanya program tarwiyah. Maka dicarilah partner untuk mendukung program tersebut.

Pada tahun 2003 Telkom merekrut KH. Imam Ghozali Said, M, Ag yang pada saat itu juga menjabat sebagai ketua KBIH Nur Al Salam dan pada tahun 2004 program tarwiyah tersebut sepakat dilaksanakan, pada tahun 2006 ada inisiatif dari Telkom untuk mendirikan KBIH sendiri, maka didirikanlah KBIH Takhobbar Surabaya, pendirinya adalah H. Mustofa Haris, H. Rahmad, H. Nurdin, H. Imam Ghozali Said, M, Ag. Maka didaftarkan KBIH Takhobbar ke Departemen Agama, namun ditolak karena pendaftarannya sudah ditutup. Kemudian pada tahun 2008

keluar SK perubahan nama menteri agama dari KBIH Nur Al Salam dan KBIH Takhobbar Surabaya digabungkan kemudian disepakati diberi nama KBIH Takhobbar Surabaya .⁸⁹

a. Visi dan Misi

1) Visi

- (a) Mendarmabaktikan seluruh aktifitas sebagai hamba Allah dalam memberi bimbingan kepada jama'ah haji semata-mata karena ibadah kepada Allah SWT. Dan terhadap ridha-Nya (dipraktekan dalam sikap *tawadhuk'*, tunduk kepada Allah SWT).
- (b) Mengimplementasikan fungsi khilafah Allah di muka bumi, diwujudkan dalam sikap proaktif, inivatif dan kreatif, yang dibangun atas dasar ke ikhlasan dan akhlaqul karimah.
- (c) Sesuai dengan UUD 1945.⁹⁰

2) Misi

- (a) Mengutamakan kepuasan pelayanan bagi calon jama'ah haji.
- (b) Meningkatkan mutu SDM yang berkesinambungan sesuai perkembangan jaman.
- (c) Melengkapi sarana yanag harmonis antara pembimbing dengan jamaah haji.
- (d) Memperbaiki system kerja secara profesional.⁹¹

⁸⁹ Hasil wawancara dengan KH. Imam Ghozali Said, M, Ag. Pembimbing utama KBIH Takhobbar Surabaya pada hari Sabtu, 8 Juni 2013

⁹⁰ Hasil wawancara dengan H. D.A. Nurdin Pembimbing KBIH Takhobbar Surabaya pada tanggal 15 Juni 2013

b. Motto

Dengan Cara Rasul Menggapai Haji Mabruur Menggunakan Program Tarwiyah.⁹²

c. Struktur organisasi

Struktur Organisasi KBIH Takhobbar Surabaya

Ketua : Drs. H. Darwadi

Sekretaris : H. Pupon Arsiono

Bendahara : H. Arif Dwi Putro

Pembimbing:

1. KH. Imam Ghozali Said, MA
2. KH. Abdurrahman Navis, Lc
3. Ust. H. D. Ahmad Nurdin
4. Ust. H. Muzammil, S. Ag.⁹³

B. Penyajian Data

1. Perencanaan Strategi Pemasaran KBIH Bryan Makkah Surabaya

Setiap organisasi perlu melakukan suatu perencanaan dalam setiap kegiatan organisasinya, Perencanaan (*planning*) merupakan proses dasar bagi organisasi untuk memilih sasaran dan menetapkan bagaimana cara mencapainya. Oleh karena itu, KBIH harus menetapkan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai sebelum melakukan proses-proses perencanaan.

⁹¹ Hasil wawancara dengan bapak H. D. A. Nurdin pembimbing KBIH Takhobbar pada tanggal 15 Juni 2013

⁹² Hasil dokumentasi dari brosur KBIH Takhobbar Surabaya

⁹³ Hasil wawancara dengan Bapak Hasan el Juney, S. HI selaku staf KBIH Takhobbar Surabaya. Pada tanggal 20 Juni 2013

Perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Bryan Makkah berupa pengadaan rapat secara berkala dalam satu bulan sekali.

“apakah setiap bulan itu ada rapat dengan pengurus? iya ada, kami (Ketua KBIH) setiap 1 bulan sekali mengadakan rapat evaluasi terkait dengan pelayanan dan kendala yang ditemui pengurus dalam melayani para calon jamaah haji.”⁹⁴

Dari wawancara tersebut dapat dijelaskan mengenai isi rapat yang dibahas yaitu :⁹⁵

a. Pelayanan

1) Pembinaan manasik haji

Pembinaan/bimbingan			
Materi	Jumlah Jam	Metode	Jumlah Jam
1. Kebijakan pemerintah dalam urusan haji	Setiap materi disampaikan 3 jam	1. Ceramah	1. Ceramah 15 jam
2. Fiqh haji I (teori)		2. Tanya jawab	2. Tanya jawab 5 jam
3. Fiqh haji II		3. Demonstrasi (praktek)	3. Penugasan
4. Proses perjalanan haji		4. Penugasan	4. Diskusi dirumah
5. Ziarah		5. Diskusi kelompok	4. Diskusi 5 jam
6. Bahasa Arab			
7. Mengenal DAT (istiadat bangsa Arab)			
8. Kesehatan Haji			
9. Akhlak Tasawuf, makna hakiki haji			
10. Doa-doa haji			

b. Waktu pembinaan bimbingan haji

Waktu pembinaan						
Gel.I	Gel.II	Gel.III	Gel.IV	Gel.V	Pasca haji	pembimbing

⁹⁴ Hasil wawancara dengan KH. M. Syukron Djazilan Badri M. Ag pada tanggal 24 juli 2013

⁹⁵ Hasil dokumentasi dari buku permohonan perpanjangan ijin operasional KBIH Bryan Makkah.

Ahad, Jam: 09.00- 14.00 WIB di Pondok Pesantren Al Jihad Surabaya	Ahad Jam: 09.00- 14.00 WIB di Pondok Pesantren Al Jihad Surabaya	Ahad Jam: 09.00- 14.00 WIB di Pondok Pesantren Al Jihad Surabaya	Ahad Jam: 09.00- 14.00 WIB di Pondok Pesantren Al Jihad Surabaya	Ahad Jam: 09.00- 14.00 WIB di Pondok Pesantren Al Jihad Surabaya	Pengajian dan dzikir bersama di pondok pesantren Al jihad Surabaya setiap akhir bulan dan pembinaan di Auditorium Pusat Bank Jatim	1. Drs. KH. Moch. Imam Chambali 2. Drs. Moch Sukron Djazilan, M.Ag 3. Drs. KH. Miftahul Huda 4. Hj. Luluk Khumaidah Chambali, SH., S.Pd.I
---	--	--	--	--	---	---

c. Pelaksanaan kegiatan bimbingan (di Tanah suci)

No. Kloter	Berangkat		Pulang		Petugas Kloter
	Tgl/jam	jumlah	Tgl/jam	Jumlah	
58	11-10- 2009 Jam : 07.00 WIB	237	21-12-2009 Jam : 14.00 WIB	237	1. Drs. H. Gufron 2. Drs. H. Kasno,M.Ag 3. Dr. Eko 4. Hj. Endang 5. H. Suyanto

d. Kegiatan di Tanah suci

Jeddah/Madinah (Airport)	Makkah		Madinah		Arofah	Muzdalifah
	Maktab	Kegiatan	Maktab	Kegiatan		
1. Sholat berjamaah 2. Sholat Sunnah 2 rakaat diteruskan niat Umrah 3. Dzikir bersama	No. 06 sektor 2 Syisah Roudhah, Qobla Wafaq malik Fahd	1. Pengajian dua hari sekali 2. Tanya jawab keislaman 3. Umrah setiap 2 hari sekali 4. Tahajud berjamaah setiap hari 5. Penyembelihan DAM dan ziarah	Hotel Assalam Mubarak dan Roehana Mubarak	Pengajian Tanya jawab keislaman dan ziarah di kota Madinah. Sholat Arba`in di Masjid Nabawi	1. Pengajian disampaikan Drs. KH. Moch. Imam Chambali 2. Dzikir bersama dipimpin oleh Drs. KH. Sukron Djazilan, M. Ag	Mabit dan mengambil kerikil

Kegiatan di Tanah suci				Pelaksanaan DAM		
Mina	Ziarah	Madinatul Hujjah	Bank Ar Rojhi	Biaya Orang	Dikoordinir/sendiri	Biaya Orang
-	1.Jabal Rahmah 2.Gua Hira 3.Gua Tsur 4.Jamarat 5.Ji`rona 6.Tan`im 7.Masjid Jin&kucing 8.Makam Ma`la 9.Tempat kelahiran Nabi 10.Pasar Seng 11.Laut Merah dan sekitarnya 12.Tempat penyembelihan DAM 13.Istana Abu Jahal 14.Masjid Sajaroh 15.Masjid hudaibiyah Museum Makam 17.percetakan Al Qur`an	-	-	375 real/orang	dikoordinir	-

e. Kendala

No.	Permasalahan	Pemecahan	Saran-Saran
1.	Transportasi kurang lancar	Dengan naik kendaraan/bus	1.maktab jangan terlalu jauh
2.	Petugas di Makkah dan Madinah kurang Ramah		2.Transportasi

3.	Maktab terlalu jauh		hendaknya diperbaiki 3. Biaya pengambilan koper DEPAG jangan terlalu mahal 4. Hendaknya dalam penganan administrasi haji di DEPAG kota lebih diperhatikan lagi sehingga tidak banyak berkas yang hilang
----	---------------------	--	---

2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran KBIH Bryan Makkah Surabaya

Ada beberapa strategi pemasaran yang digunakan oleh KBIH Bryan Makkah yaitu :

“ strategi pemasaran yang dipakai KBIH Bryan Makkah dalam menarik jamaah haji supaya mendaftar adalah dengan memanfaatkan jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan di KBIH Bryan Makkah dengan menyampaikan ke dari mulut ke mulut (*word of mouth*), melalui pelayanan yang baik, para pembimbing haji merakyat, telaten, juga mengedarkan pamflet atau brosur, mengikuti acara pameran haji, menggunakan media elektronik dan cetak, dan ketokohan dari Drs. KH. Much. Imam Chambali dan KH. M. Syukron Djazilan Badri, M.Ag, ada pembimbing wanita, dan memiliki tempat pendaftaran di Surabaya dan Gresik”⁹⁶

Dari hasil wawancara tersebut dapat dijelaskan beberapa strategi pemasaran yang diterapkan yaitu :

- a. Dari Mulut Ke Mulut (*Word Of Mouth*)

⁹⁶ Hasil wawancara dengan ketua KBIH Bryan Makkah Surabaya Bapak KH. M. Syukron Djazilan Badri, M.Ag

Strategi pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) adalah pelanggan membicarakan mengenai suatu produk atau layanan jasa kepada keluarga dan kerabatnya. Sementara itu, perusahaan tidak perlu memasang anggaran iklan yang mengeluarkan biaya yang mahal dan banyak. Seorang jamaah haji yang dulu ketika mengikuti bimbingan jamaah haji merasa cocok dan senang dengan bimbingan haji yang diberikan oleh KBIH Bryan Makkah, maka dia pun akan terus berusaha merekomendasikan kepada rekan dan saudaranya. Oleh karena itu pemasaran *word of mouth* pun bisa terjadi, meskipun jamaah tersebut pada saat ini sudah tidak mengikuti bimbingan lagi. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap jamaah haji, maka memberikan kepuasan konsumen terbangun dari banyak faktor, salah satunya adalah pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang memuaskan meliputi: mendengar keluhan, menjalankan saran, memperbaiki kekurangan, menjaga hubungan baik dengan konsumen.

b. Pelayanan yang baik

Pelayanan yang diberikan oleh KBIH Bryan Makkah adalah

- 1) Mendapatkan bimbingan secara intensif pada setiap pelaksanaan ibadah haji dan ziarah.
- 2) Para pembimbing haji membantu apabila ada kesulitan para jamaah haji.

- 3) Memberikan kemudahan selalu bersama-sama keluarga rombongan dan bimbingan dalam satu kloter.
- 4) Pembimbing siap membantu jamaah haji 24 jam penuh.
- 5) Ada pembimbing wanita.

c. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Bentuk promosi yang dilakukan KBIH Bryan Makkah adalah melalui media elektronik dan media cetak. Dalam media elektronoik KBIH Bryan Makkah bekerjasama dengan Radio el Viktor Surabaya, sedangkan bentuk promosi melalui media cetak berupa pamflet atau brosur.

d. Ketokohan pembimbing

Ada pengaruhnya peranan tokoh pada KBIH Bryan Makkah seperti yang dikatakan KH. M. Syukron Badri, M.Ag.

“ ketokohan Drs.KH. Moch. Imam Chambali dan KH. M. Syukron Djazilan Badri, M.Ag. ada pengaruhnya disamping menjadi pembimbing KBIH dan pengasuh Pondok Pesantren Mahasiswa Al Jihad Surabaya, beliau adalah penceramah yang terkenal dan mempunyai banyak jamaah pengajian dimana-mana hampir di seluruh Jawa Timur”.⁹⁷

⁹⁷ Hasil wawancara dengan KH. M. Syukron Djazilan Badri, M, Ag. Ketua KBIH Bryan Makkah Surabaya pada 18 Juli 2013 .

e. Pembimbing Wanita

adapun para pembimbing KBIH Bryan Makkah adalah sebagai berikut :

- 1) Drs. KH. Moch. Imam Chambali
- 2) Nyai Hj. Luluk Chumaidah, SH., S.Pd.I
- 3) KH.Sukron Djazilan Badri, M. Ag
- 4) KH. Miftahul Huda, S.Ag
- 5) KH. Saiful Jazil, M.Ag
- 6) Drs. KH. Jainuddin, M.Si

f. Tempat Pendaftaran

a. Kantor KBIH Bryan Makkah Surabaya

Jl. Jemursari Utara III/9 Surabaya

Telp. 031-8433100, Fax. 031-8484363

b. KH. M. Sukron Djazilan Badri, M. Ag

Jl. Jemursari Utara IV/10A Surabaya

Telp. 031-8421085, 081331236767

c. KH. Miftahul Huda, S. Ag

Balong Dinding Sidowungu Menganti Gresik

Telp. 031-7912818, 081553088006.

3. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Hasil dari pelaksanaan strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh KBIH Bryan Makkah adalah manfaat yang dirasakan oleh KBIH terutama dengan

bertambah banyaknya calon jamaah haji yang mendaftar dan mengikuti bimbingan di KBIH Bryan Makkah.

“Menurut bapak Ali Mashudi pada tahun 2009 KBIH Bryan Makkah memperoleh calon jamaah haji sekitar 237 orang, pada tahun 2010 naik dengan memperoleh 254 calon jamaah haji, pada tahun 2011 turun dengan memperoleh 242 calon jamaah haji, pada tahun 2012 turun dengan memperoleh 215 calon jamaah haji, pada tahun 2013 naik dengan memperoleh 271 calon jamaah haji,”⁹⁸

Hal ini menunjukkan bahwa proses pemasaran menentukan kemajuan KBIH. namun, dengan pemasaran yang dilakukan masih bisa mengalami naik dan turun jumlah jamaah haji. Pada pemberangkatan tahun ini yaitu tahun 2013, meskipun ada pengurangan jamaah haji dari kementerian agama, namun jumlah pendaftar menjadi meningkat. Dalam penelitian ini sebagai contoh jumlah jamaah haji yang peneliti kutip pada tahun 2009-2013.⁹⁹

No	Tahun	Jumlah Jamaah Haji
1.	2009	237 orang
2.	2010	254 orang
3.	2011	242 orang
4.	2012	215 orang
5.	2013	271 orang

4. Perencanaan Strategi Pemasaran KBIH Takhobbar Surabaya

⁹⁸ Hasil wawancara dan dokumentasi dengan Bapak Ali Mashudi selaku Staf KBIH Bryan Makkah Surabaya pada tanggal 13 Juli 2013

⁹⁹ Hasil data yang diolah dari buku kenangan haji 2009-2013 dan wawancara dengan Bapak Ali Mashudi selaku staf KBIH Bryan Makkah Surabaya

Tidak hanya KBIH Bryan Makkah yang memiliki perencanaan dalam strategi pemasaran, KBIH Takhobbar Surabaya juga menerapkan perencanaan yang pada setiap bulan ada rapat.

“Setiap bulan ada rapat pengurus namun waktunya tidak tentu, yakni bersifat kondisional sesuai dengan kebutuhan apa yang di evaluasi, terkait perkembangan dari KBIH Takhobbar”.¹⁰⁰

Adapun layanan yang diberikan kepada jamaah haji KBIH Takhobbar adalah

- a. Prosesi pendaftaran bisa hanya dengan mengangkat telepon, maka para pengurus datang kerumah calon jamaah haji yang akan mendaftar.
- b. Pembayaran BPIH langsung ke Bank penerima setoran, calon jamaah haji dating ke KEMENAG untuk mengisi SPPH dan foto, para pengurus siap mengantar.
- c. Seluruh proses administrasi ke instansi terkait dapat diselesaikan pengurus secara maksimal
- d. Pelatihan manasik langsung terfokus pada cara haji rosulullah yang dipahami berdasarkan kaidah ushul fiqih dan fiqh yang mu`tabar.
- e. Mengintegrasikan antara teori dan manasik dengan program yang akan dilaksanakan.
- f. Khusus para ketua rombongan dan ketua regu dibekali pengetahuan bahasa arab praktis.
- g. Program tarwiyah sebagai salah satu upaya untuk meneladani cara haji Rosulullah yang saat ini kurang mendapat apresiasi.

¹⁰⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Hasan el Juney, S. HI selaku staf KBIH Takhobbar Surabaya tanggal 23 Juli 2013.

- h. Setiap 44 jamaah didampingi pembimbing yang berpengalaman mulai dari tanah air, dalam proses pelaksanaan manasik di Haramain, sampai pulang kembali ke tanah air, dan pembimbing tersebut dipimpin oleh coordinator pembimbing yang menguasai teori manasik dan lapangan di Haramain.
- i. Ziarah eksklusif ke Mar`adh Al Haramain (pameran dua kota suci), Mashna Kiswah al Ka`bah (industry selambu Ka`bah), Ma`taf Makkah (museum kota suci Zahir Makkah), Masjid Hudaibiyah di Makkah dan Ziarah ke Industri percetakan AlQuran, Jabal Baidho` (gunung magnet), kebun kurma di Madinah, dan ziarah ke Masjid Terapung, Masjid Qoisosh, makam Ibu Hawa, pesisir laut merah, air mancur tertinggi di dunia, serta international Shopping Center di Jeddah, dan masih banyak tempat-tempat ziarah istimewa lainnya yang diberikan secara gratis dalam paket takhobbar.
- j. Menyaksikan langsung penyembelihan hadyu(Dam) di Makkah.
- k. Umrah Sunnah dua kali, dengan miqot dari tan`im dan ji`ranah.
- l. Semua biaya layanan (service), ditentukan di Indonesia, di Makkah dan Madinah serta di Jeddah tidak ada pungutan atau bebas biaya ziarah maupun bakhsis.

5. Pelaksanaan Strategi Pemasaran KBIH Takhobbar Surabaya

KBIH Takhobbar menggunakan strategi pemasaran yaitu

“Kami memasarkan KBIH Takhobbar. Pertama, hanya sebatas dengan memanfaatkan para jamaah haji yang telah melakukan bimbingan ibadah haji di KBIH Takhobbar, dengan cara waktu pembagian sertifikat pada waktu itu juga memberi brosur kepada jamaah haji, dan menghimbau

kepada jamaah haji untuk membagikan brosur kepada keluarga, saudara dan tetangga yang datang menjenguk dan memberi tahu layanan yang diberikan mulai dari bimbingan manasik sampai dengan pelaksanaan ibadah haji (*word of mouth*). Kedua, KBIH Takhobbar memberikan pelayanan yang baik. Ketiga, menyebarkan brosur dan pamflet. Keempat, menggunakan media elektronik dan media cetak. Kelima, kantor berada didalam wilayah PT.Telkom. ke enam ada program tarwiyah.”¹⁰¹

Dari hasil wawancara diatas dapat di jelaskan strategi pemasaran yang diterapkan :

a. Dari Mulut Ke Mulut (*Word Of Mouth*)

Tidak berbeda dengan strategi pemasaran yang dipakai oleh KBIH Bryan Makkah, KBIH Takhobbar juga memakai strategi ini yaitu Strategi pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*) para jamaah yang sudah mengikuti bimbingan membicarakan layanan jasa yang diterima kepada keluarga dan kerabatnya. KBIH juga tidak perlu memasang anggaran iklan yang mengeluarkan biaya yang mahal dan banyak.

b. Memberikan Pelayanan yang Baik

pelayanan dari KBIH takhobbar meliputi kemudahan dalam pendaftaran, pelatihan manasik, program Tarwiyah, dan lain-lain.

c. Menyebarkan Brosur dan Pamflet

proses penyebaran brosur dan pamphlet dengan cara calon jamaah bisa datang langsung ke kantor, dan juga para pengurus KBIH memanfaatkan para jamaah haji yang telah melakukan bimbingan

¹⁰¹ Hasil wawancara dengan Bapak Hasan el juney selaku staf KBIH Takhobbar pada tanggal 22 Juli 2013

ibadah haji di KBIH Takhobbar, dengan cara waktu pembagian sertifikat pada waktu itu juga memberi brosur kepada jamaah haji, dan menghimbau kepada jamaah haji untuk membagikan brosur kepada keluarga, saudara dan tetangga yang datang menjenguk.

d. Media Elektronik dan Media Cetak

Disamping promosi memanfaatkan jamaah haji, KBIH juga menggunakan media.

“ KBIH Takhobbar dalam pemasarannya pernah disiarkan di Tv9 , radio suara muslim Surabaya, spanduk dan juga dicantumkan pada bulletin jum`ah yang biasanya dibagikan di Masjid Takhobbar. Selama ini pemasaran KBIH memang memakai media elektronik dan media cetak, namun pengaruhnya sedikit, yang paling efektif selama ini adalah pelayanan yang memuaskan dan pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). ”¹⁰²

Dari hasil wawancara diatas dapat dijelaskan bahwa pemasaran yang digunakan oleh KBIH Takhobbar adalah menggunakan media elektronik dan media cetak, namun yang lebih efektif adalah memperbaiki pelayanan dan pemasaran yang dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

e. Tempat Pendaftaran

JL Ketintang No. 156 Surabaya 60231.

Telp. (031) 3502050, 70970584, Fax. (031) 350205

f. Pesantren Mahasiswa An-Nur, Jl. Wonocolo Gang Modin 10 A Surabaya 60237. Telp. (031) 8419189.

¹⁰² Hasil wawancara dengan KH. Imam Ghozali Said, M.Ag selaku Ketua Pembimbing KBIH Takhobbar Surabaya pada tanggal 25 Mei 2013

g. Program Haji Tarwiyah

Amalan yang dilakukan jamaa'ah calon haji di Kota Suci Makkah. Pada waktu Dhuha, jama'ah haji berihram dari tempat tinggalnya dengan niat akan melaksanakan ibadah haji. Dan sebelum berihram ini, bagi yang melaksanakan ibadah haji tamattu' (mengerjakan umrah sebelum mengerjakan haji), mengadakan persiapan ulang sebelum ihram haji.

Disunnahkan bagi orang yang menunaikan haji tamattu' untuk melakukan ihram haji pada hari tersebut, yakni dari tempat ia singgah. Maka, hendaknya ia mandi dan mengusapkan wewangian di tubuhnya, tidak mengenakan kain yang berjahit, dan ia ihram dengan selendang, kain dan sandal.

Adapun bagi wanita, hendaknya ia mandi dan menggunakan pakaian apa saja yang dikehendaknya, dengan syarat tidak menampakkan perhiasannya, tidak memakai penutup muka, juga tidak memakai kaus tangan.

6. Hasil Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Dengan usaha promosi yang dilakukan oleh pengurus KBIH masih adanya terjadi penurunan jamaah haji. Pemasaran di KBIH Takhobbar menyatakan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh KBIH Takhobbar dengan baik, tidak hanya omongan belaka atau bukan hanya dalam proses pemasarannya yang menunjukkan hal baik. Namun dalam prakteknya KBIH Takhobbar sangat menjaga kepercayaan calon jamaah haji dengan

melayani sebaik-baiknya namun dalam jumlah jamaah haji di KBIH Takhobbar mengalami naik turun jumlah jamaah haji. Diambil sebagai contoh peneliti yang di kutip jamaah haji tahun 2009 - 2013.¹⁰³

No.	Tahun	Jumlah Jamaah Haji
1.	2009	193
2.	2010	78
3.	2011	115
4.	2012	73
5.	2013	43

Dari data diatas sudah dapat dilihat gambaran jamaah haji yang mendaftar, yakni adanya naik dan turun.

“Naik turunnya jamaah haji yang mendaftar itu sudah biasa dalam dunia kerja, kalau faktornya apa saja saya tidak tau, yang jelas mengalami naik turun pasti ada”.¹⁰⁴

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

1. Persamaan strategi pemasaran

Pertama, sama-sama memanfaatkan para jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan pada KBIH tersebut agar menyampaikan informasi kepada calon jamaah haji lainnya yang sedang mencari bimbingan haji.

¹⁰³ Hasil data diolah dari buku kenangan haji 2009-2013 dan wawancara dengan Bapak Hasan el Juney selaku staf KBIH Takhobbar Surabaya tanggal 5 Agustus 2013.

¹⁰⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Hasan el Juney selaku staf KBIH Takhobbar Surabaya tanggal 5 Agustus 2013.

Kedua, Sama-sama mempunyai lokasi yang strategis. **Ketiga**, Sama-sama memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para jamaah haji.

Kedua, penyebaran pamflet atau brosur agar menarik minat para calon jamaah haji untuk ikut bimbingan di KBIH Bryan Makkah dan KBIH Takhobbar.

2. Perbedaan strategi pemasaran

Pertama, ketokohan Drs. KH. Much. Imam Chambali dan KH. M. Syukron Djazilan M. Ag. Disamping bertugas sebagai pembimbing.

Kedua tokoh tersebut sudah keliling Jawa Timur dan terkenal sebagai penceramah yang mempunyai jamaah pengajian dimana-mana. Sehingga calon jamaah haji tersebut dapat tertarik dan akhirnya mendaftar untuk mengikuti bimbingan ibadah haji di KBIH Bryan Makkah. Melalui cara inilah KBIH Bryan Makkah dapat menarik perhatian para calon jamaah haji. Dalam proses ini, KBIH Takhobbar tidak melakukan hal yang sama KBIH Takhobbar lebih memfokuskan para pengurusnya dalam proses pelayanan KBIH itu sendiri. KBIH Takhobbar lebih mengedepankan komunikasi kepada para jamaah haji yang telah mengikuti bimbingan ibadah haji di KBIH Takhobbar karena pengurus KBIH percaya bahwa secara tidak langsung para jamaah haji itulah yang akan membawa citra baik kepada calon jamaah haji lainnya.

Ketiga, KBIH Takhobbar melakukan strategi pemasaran KBIH dengan menggunakan program Tarwiyah yaitu meneladani cara haji Rasulullah. agar dapat menarik minat dari calon jamaah haji agar mengikuti bimbingan

di KBIH Takhobbar. Karena perkembangan zaman yang terus bergulir, maka strategi ini dirasa sangat dibutuhkan dan sangat membantu proses pemasaran KBIH.

Keempat, KBIH Bryan Makkah memiliki pembimbing wanita. apabila ada jamaah haji wanita yang ada kesulitan dalam melaksanakan ibadah haji tidak malu bertanya, dan malah merasa nyaman karena sama-sama wanita.

Strategi Pemasaran KBIH Bryan Makkah dan KBIH Takhobbar Surabaya berdasarkan penyajian data diatas, agar lebih mudah dipahami maka peneliti dapat menyajikan dalam bentuk tabel:

No	Strategi Pemasaran	KBIH Bryan Makkah	KBIH Takhobbar
		Keterangan Melaksanakan	
1.	Media Cetak	ya	ya
2.	Media Elektronik	ya	ya
3.	<i>Word of mouth</i> (mulut ke mulut)	ya	ya
4.	Ketokohan dari Pembimbing	ya	tidak
5.	Program Tarwiyah	tidak	ya
6.	Pelayanan yang baik	ya	ya
7.	Ada pembimbing wanita	ya	tidak
8.	Lokasi KBIH strategis	ya	ya

Hasil Analisis data

Keterangan :

A. Persamaan

1. KBIH Bryan Makkah dan KBIH Takhobbar melaksanakan strategi pemasaran melalui media cetak.
2. KBIH Bryan Makkah dan KBIH Takhobbar melaksanakan strategi pemasaran melalui media elektronik.
3. KBIH Bryan Makkah dan KBIH Takhobbar menggunakan strategi pemasaran *word of mouth* (mulut ke mulut).
4. KBIH Bryan Makkah dan KBIH Takhobbar menggunakan strategi pemasaran pelayanan yang baik terhadap jamaah haji.
5. KBIH Bryan Makkah dan KBIH Takhobbar menggunakan strategi pemasaran dengan lokasi KBIH yang strategis

B. Perbedaan

1. KBIH Bryan Makkah menggunakan strategi pemasaran melalui ketokohan pembimbingnya, sedangkan KBIH Takhobbar tidak.
2. KBIH Takhobbar menggunakan strategi pemasaran yakni pembimbingan dengan program Tarwiyah, sedangkan KBIH Bryan Makkah tidak.
3. KBIH Bryan Makkah ada pembimbing wanita. Sedangkan, KBIH Takhobbar tidak ada.