BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah manajemen berhubungan dengan usaha untuk tujuan tertentu dengan jalan menggunakan sumber-sumber daya yang tersedia dalam organisasi dengan cara yang sebaik mungkin. Dalam pengertian "organisasi" selalu terkandung unsur kelompok (lebih dari 2 orang) manusia maka manajemenpun biasanya digunakan dalam hubungan usaha suatu kelompok manusia. Untuk memperjelas arti manajemen, di bawah ini kutipan pendapat salah satu pakar di bidang manajemen. Menurut Skiner dan Ivancevich (1992) "management will be defined as the application of planning, organizing, staffing, directing, and controlling functions in the most efficient manner possible to accomplish objectives". (manajemen dapat didefinisikan sebagai penggunaan perencanaan, pengorganisasian, pengerjaan, pengarahan, dan fungsi pengendalian dalam cara yang paling efesien untuk mencapai sasaran). 2

Oleh karenanya manajemen sangatlah penting dalam pencapaian suatu hal, terutama dalam hal pemasaran di suatu perusahaan. Dunia bisnis pada saat ini

¹ Pandji Anoraga, S.E., M.M., 1997, manajemen bisnis, PT rineka cipta Jakarta, hal. 109

² Ibid. hal. 110

mulai berkembang semakin pesat, persaingan bisnis yang ketat membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya sehingga mereka bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Suatu usaha didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk, baik berupa barang maupun jasa. Produk itu dipasarkan dan dijual kepada pihak lain, baik individu, maupun kelompok yang memerlukan produk itu untuk memenuhi sebagian kebutuhannya. Dengan demikian, diperlukan pemasaran yang baik karena pemasaran merupakan salah satu bidang fungsional yang peranannya sangat stratejik dalam kehidupan suatu usaha.³ Banyak definisi yang dikemukakan oleh pakar Marketing, namun dari keseluruhan definisi yang dikemukakan belum ada suatu keseragaman di antara pakar yang satu dengan pakar yang lain, Berikut adalah definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli tentang pemasaran. Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah "kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keingingan manusia melalui proses pertukaran". 4 Berdasarkan difinisi tersebut dapat diketahui beberapa istilah seperti : kebutuhan (needs), keingingan (wants), permintaan (demands), produk (products), pertukaran (exchange), transaksi (transactions), dan pasar (markets). Adapun menurut William J. Stanton mendefinisakan pemasaran dalam 2 (dua) pengertian dasar yaitu, pertama dalam arti kemasyarakatan, pemasaran adalah setiap kegiatan tukar-menukar yang bertujuan untuk memuaskan

³ Ronald nangoe, 1996, *menetapkan fungsi pemasaran dalam menghadapi persaingan,* PT. raja grafindo persad, hal. 100

⁴ Marius P. Angipora, SE, 1999, dasar-dasar pemasaran, PT Raja grafindo persada, hal. 03

keinginan manusia, sedangkan yang kedua dalam arti bisnis, pemasaran adalah sebuah system dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar. Meskipun demikian banyak pakar yang berbeda pendapat, namun tujuan dari pemasaran secara universal masih tetaplah sama, yaitu demi majunya suatu perusahaan agar bisnis yang dilakukan berkembang menjadi pesat dan dapat bersaing dengan perusahaan yang ada.

KBIH An-Nur ialah, kelompok bimbingan ibadah haji yang sedang mengalami masa kemajuan, yang dinaungi oleh pondok pesantren An-Nur karah agung Surabaya. bapak Abu Bakar Assegaf, ialah pendiri KBIH An-Nur sekaligus pengasuh dari pondok pesantren An-Nur. Beliau menjabat sebagai direktur utama di KBIH An-Nur, KBIH An-Nur setiap melakukan kegiatan menekankan pada nilai-nilai ibadahnya, seperti bimbingannya ketika di tanah suci, perlu diketahui banyak KBIH yang masih belum maksimal dalam melaksakan manasik haji, sehingga manasik sendiri sekarang ini berkesan sebuah formalitas saja, kurangnya peduli dari pihak KBIH akan pentingnya sebuah manasik untuk mencapai haji yang mabrur kini mulai surut. Banyak KBIH di zaman sekarang ini yang sangat maju dalam melakukan rekrutmen calon jama'ah. Seperti halnya fasilitas hotel yang mewah di tanah suci, kemudian bonus jalan-jalan keliling eropa selesai melaksanakan ibadah haji atau umrah, dan masih banyak lagi. Berbeda dengan

_

⁵ Ibid. hal. 04-05

KBIH An-Nur, KBIH An-Nur mempunyai cara pemasaran seperti pada KBIH pada umumnya, tidak seperti banyaknya KBIH yang selalu memunculkan strategi pemasaran yang baru, KBIH An-Nur lebih memilih untuk memelihara pelanggan daripada pemasaran langsung. Selain daripada memaksimalkan nilai ibadah itu sendiri, agar calon jama'ah menjadi haji yang mabrur. Adapun yang lebih menarik dari KBIH An-Nur ialah mengenai menjaga tali silaturahmi antara pengurus KBIH dengan para alumni jama'ah, serta dengan metode menjaga tali ukwah islami terhadap alumni pihak KBIH melakukan pemasaran tersendiri terhadap alumni jama'ah, yang mana kegiatan melalui alumni jama'ah sangat berpengaruh untuk pemasaran di KBIH An-Nur ini, KBIH An-Nur belum lah cukup untuk bersaing dengan KBIH yang lain, sebab calon jama'ah di era zaman sekarang ini berbeda dengan jama'ah di zaman dahulu. Banyak jama'ah yang menginginkan bonus jalan-jalan atau kunjungan di berbagai Negara seperti masjid turki dan lainnya. Oleh karenannya KBIH An-Nur mempunyai sistem pemasaran melalui pelayanan terhadap alumni jama'ah, guna membangun kepercayaan konsumen dan membangun ukwah islamiyah. Bentuk dalam pelayanan ini membuat wadah untuk para alumni angkatan, serta kegiatan-kegiatan yang memang untuk para alumni jama'ah untuk bisa saling bersilaturahmi, serta kegiatan pengajian umum rutinan yang dipimpin langsung oleh Drs. H. Abu Bakar Assegaf, SH untuk para alumni, dari situlah pihak KBIH An-Nur melakukan pemasaran. Karena pelayanan merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan dan lembaga untuk mendapatkan kepuasan dari pelanggan. Tidak sedikit konsumen yang pindah ke perusahaan atau instansi lain karena tidak mendapatkan pelayanan maksimal yang bisa memanjakan konsumennya.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: "Bagaimana sistem pemasaran melalui pelayanan alumni jama'ah di KBIH An-Nur Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui *sistem pemasaran melalui pelayanan alumni jama'ah* di KBIH An-Nur Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Riset ini sangatlah penting untuk menambah wawasan bagi sebuah perusahaan atau lembaga organisasi, karena kebutuhan konsumen selain tentang kualitas jasa atau produk, namun juga tentang pentingnya pelayanan yang diinginkan baik berupa pelayanan fisik maupun non fisik.

KBIH An-Nur selain menekankan pada kualitas nilai ibadah haji, pihak Kbih An-Nur memberikan pelayanan penuh terhadap para alumni jama'ah haji. Hal ini ialah bentuk daripada kepedulian KBIH terhadap para alumni, sebab, kepuasan alumni adalah sasarannya. Dengan adanya pelayanan yang dikhususkan terhadap alumni,

konsumen baru akan semakin meningkat dengan adanya pengalaman para alumni sehingga banyak para calon jama'ah yang tertarik. Oleh karenanya riset kali ini sangatlah penting untuk menggali proses pelayanan alumni sebagai alat pemasaran di KBIH An-Nur.

1. Manfaat Secara Teoritik

- a. Untuk mengembangkan ilmu dibidang manajemen khususnya dalam sistem pemasaran melalui pelayanan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan ilmiah yang dapat dipergunakan untuk suatu Lembaga yang bergerak dibidang organisasi non provit.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam menambah wawasan pengetahuan dalam bidang penelitian dan untuk mengetahui manajemen kewirausahaan dalam mewujudkan kemandirian lembaga sosial dan dakwah islam;
 - 2) Sebagai syarat untuk memenuhi gelar S1;
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan menambah referensi perpustakaan fakultas.

c. Bagi KBIH

Sebagai sumbangan pemikiran dan pertimbangan bagi KBIH untuk mengevaluasi sistem pemasaran dengan pemanfaatan alumni jama'ah.

E. Definisi Konsep

Pada dasarnya pengertian dasar dari konsep merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Konsep merupakan suatu yang masih universal atau umum. Tujuan dari definisi konseptual adalah untuk menghilangkan perbedaan pemahaman dalam penelitian ini. Berikut adalah penjelasan melalui judul yang di angkat dalam penelitian ini, yang artinya akan dijadikan landasan pada pembahasan selanjutnya.

1. Sistem

Menurut Winardi mengutip pendapatnya Webster yang mengatakan "Sistem adalah sekumpulan elemen-elemen diantara mana terdapat adanya hubungan hubungan. Sering kali dalam literatur dapat di ketemukan kata-kata tambahan, elemen-elemen mana ditujukan ke arah pencapaian sasaran tertentu. Dari pengertian ini, bahwa sistem terdiri dari beberapa elemen-elemen yang berkorelasi pada tingkat tujuan dan fungsi yang sama.

2. Pemasaran

Stanton mengatakan bahwa pemasaran meliputi sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha yang bertujuan merencanakan, menentukan harga

⁶ Winardi, Teori Sistem dan Analisis Sistem, (Bandung: Mandar Maju, 1989), Hal.2

hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli dan pembeli potensial.⁷ Jadi pemasaran disini yang dimaksud ialah, berfokus pada upaya mempertemukan para penjual dan pembeli untuk mencapai sebuah tujuan saling menguntungkan antara kedua bela pihak.

Di KBIH An-Nur melakukan beberapa sistem pemasaran melalui alumni, yang mana sasaran pasarnya ialah dari alumni jama'ah haji di KBIH An-Nur. Selama proses pemasaran melalui alumni jama'ah, pihak KBIH An-Nur sangat mengkoordinir alumni setiap tahunya demi untuk mencapai target pasar

3. Pelayanan

Pelayanan adalah komitmen tak bersyarat pada keberhasilan dan kesejahteraan orang lain dan didasarkan pada kesadaran keterkaitan alami satu terhadap yang lain". Juga dikatakan " keterkaitan ini tidak hanya fisik, tetapi juga mental, emosional, dan spiritual.8

Pelayanan sangat diperlukan untuk memberikan hasil yang terbaik untuk pelanggan. Konsep-konsep dan prinsip-prinsip pelayanan yang berkualitas terus dikembangkan dengan harapan dapat dipahami dan bahkan dapat diterapkan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan masyarakat sebagai pelanggan, seperti

.

⁷ Ibid hal. 14

⁸Sanerya Hendrawan, 2009, *Spiritual Management*, Bandung. PT Mizan Pustaka, hal. 101.

adanya istilah pelayanan prima ini merupakan terjemah dari istilah "excellent service", yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik.⁹

Pelayanan didalam KBIH An-Nur dipreoritaskan untuk alumni jama'ah haji, agar pemasaran melalui alumni dapat berhasil. Pihak KBIH melakukan beberapa pelayanan yang memang diperuntukkan alumni jama'ah haji. Sehingga kepercayaan alumni terhadap KBIH akan terus dijaga mengingat, kedua pihak saling menguntungkan.

Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi. Untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain.

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah kajian teoritik. Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang relavan dan kerangka teori yang sudah dipadu dengan pendekatan Islam.

⁹Dendy Eta Mirlana, 2008, "Manajemen Pelayanan Publik Yang Berkualitas," Inovasi Jurnal Diklat Keagamaan, hal.99.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data dan teknik analisis data.

Bab keempat adalah pembahasan. Bab ini berisi pembahasan yang memaparkan tentang strategi pemasaran yang diterapkan oleh KBIH An-Nur Surabaya melalui jaringan alumni. Bab ini terbagi menjadi tiga sub pembahasan, yaitu gambaran umum obyek penelitian, penyajian data dan pembahasan hasil penelitian (analisis data).

Bab kelima adalah penutup. Bab ini berisi penutup yang memaparkan tentang kesimpulan serta rekomendasi. Terdapat tiga subbab didalamnya, yaitu kesimpulan, saran dan rekomendasi dan keterbatasan penelitian.