

PENDAHULUAN

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.¹ Untuk memperjelas arti manajemen, di bawah ini kutipan pendapat salah satu pakar di bidang manajemen. Menurut *Skinner 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 efisien untuk mencapai sasaran).²

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

[illegible]

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

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 karenanya 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 rutin 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.

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?

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.

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.

1. Manfaat Secara Teoritik
 - a. Untuk mengembangkan ilmu dibidang manajemen khusus *sistem pemasaran melalui pelayanan.*
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai *bagian dari ilmu manajemen pemasaran* yang dapat dipergunakan untuk suatu Lembaga yang bergerak di bidang organisasi non provit.
2. Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam *meningkatkan wawasan* pengetahuan dalam bidang penelitian dan *mengetahui* manajemen kewirausahaan dalam *manajemen pemasaran*

1. Manfaat Secara Teoritik
 - a. Untuk mengembangkan ilmu dibidang manajemen khusus *sistem pemasaran melalui pelayanan.*
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai *bagian dari ilmu manajemen pemasaran* yang dapat dipergunakan untuk suatu Lembaga yang bergerak di bidang organisasi non provit.
2. Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam *meningkatkan wawasan* pengetahuan dalam bidang penelitian dan *mengetahui* manajemen kewirausahaan dalam *manajemen pemasaran*

1. Manfaat Secara Teoritik
 - a. Untuk mengembangkan ilmu dibidang manajemen khusus *sistem pemasaran melalui pelayanan.*
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai *bagian dari ilmu manajemen pemasaran* yang dapat dipergunakan untuk suatu Lembaga yang bergerak di bidang organisasi non provit.
2. Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam *meningkatkan wawasan* pengetahuan dalam bidang penelitian dan *mengetahui* manajemen kewirausahaan dalam *manajemen pemasaran*

1. Manfaat Secara Teoritik
 - a. Untuk mengembangkan ilmu dibidang manajemen khusus *sistem pemasaran melalui pelayanan.*
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai *bagian dari ilmu manajemen pemasaran* yang dapat dipergunakan untuk suatu Lembaga yang bergerak di bidang organisasi non provit.
2. Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam *meningkatkan wawasan* pengetahuan dalam bidang penelitian dan *mengetahui* manajemen kewirausahaan dalam *manajemen pemasaran*

1. Manfaat Secara Teoritik
 - a. Untuk mengembangkan ilmu dibidang manajemen khusus *sistem pemasaran melalui pelayanan.*
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai *bagian dari ilmu manajemen pemasaran* yang dapat dipergunakan untuk suatu Lembaga yang bergerak di bidang organisasi non provit.
2. Manfaat Secara Praktis
 - a. Bagi Peneliti
 - 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam *meningkatkan wawasan* pengetahuan dalam bidang penelitian dan *mengetahui* manajemen kewirausahaan dalam *manajemen pemasaran*

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.⁶ 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

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 tahunnya demi untuk mencapai target pasar

mitmen tak bersyarat p
da kesadaran keterka
ini tidak hanya fisik,

sangat diperlukan untuk memberikan hasil

sangat diperlukan untuk memberikan hasil

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

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.