

**PENERAPAN STRATEGI EDUKASI PASAR SEKOLAH UMROH
DI LBIH MULTAZAM PRIMA UTAMA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S. Sos)**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh:

SYAHRIL ANWAR AMIRUDIN

B04211035

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH**

2018

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syahril Anwar Amirudin

Nim : B04211035

Judul : PENERAPAN SETRATEGI EDUKASI PASAR SEKOLAH UMROH
DI LBIH MULTAZAM PRIMA UTAMA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 26 juli 2018



Syahril Anwar Amirudin
NIM. B04211035

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

“Penerapan Strategi Edukasi Pasar Sekolah Umroh di LBIH Multazam Prima Utama”

Yang disusun oleh :

Nama : Syahril Anwar Amirudin

NIM : B04211035

Prodi : Manajemen Dakwah

Telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing.

Surabaya, 27 Juli 2018

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing,



Dr. Achmad Murtafi Haris, Lc. M. Fill.I

NIP. 19700304200711056

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh **Syahril Anwar Amirudin** telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 2 Juli 2018

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,



Dr. H. Abd. Hafim, M.Ag
NIP. 196307251991031003

Penguji I,

Dr. Ahmad Murtafi Harits, Lc. M. Fill. I
NIP. 19700304200711056

Penguji II,

Airlangga Bramayudha, MM
NIP. 197912142011011005

Penguji III,

Dra. Imas Maesaroh, Dip.I.M-Lib., M.Lib., Ph.D.
NIP. 196605141992032001

Penguji IV,

Ahmad Khairul Hakim, S.Ag. M.Si
NIP. 197512302003121001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Syahril Anwar Amirudin
NIM : B04211035
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah
E-mail address : syahrilhandsome@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENERAPAN STRATEGI EDUKASI PASAR SEKOLAH UMROH

DI LBIH MULTAZAM PRIMA UTAMA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Agustus 2018

Penulis

(Syahril Anwar Amirudin)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Edukasi pasar adalah suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendidik konsumennya sehingga konsumen memperoleh pengetahuan yang tepat mengenai produk atau jasa, mengenal produk atau jasa lebih baik, dan memahami nilai produk atau jasa serta manfaatnya. Penerapan strategi edukasi pasar sekolah umroh di LBIH Multazam Prima Utama Surabaya sudah dijalankan sesuai prosedur dan standar yang ditetapkan manajemen pemasaran, dengan melakukan fungsi dari bauran komunikasi pemasaran. Edukasi pasar yang dilakukan LBIH Multazam Prima Utama adalah melakukan semua kegiatan dari bauran komunikasi pemasaran, kecuali penjualan personal. Jadi bauran komunikasi pemasaran yang digunakan LBIH Multazam Prima Utama dalam edukasi pasar adalah pendekatan melalui media (*mass selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*).

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui edukasi pasar Sekolah Umroh di LBIH Multazam Prima Utama Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif yakni data, fakta, yang dihimpun dalam bentuk kata atau gambar daripada angka-angka. Jenis penelitian yang digunakan termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif yakni data, fakta, yang dihimpun dalam bentuk kata atau gambar daripada angka-angka.

Hasil penelitian ini yaitu penerapan strategi edukasi pasar sekolah umroh di LBIH Multazam Prima Utama Surabaya sudah dijalankan sesuai prosedur dan standar yang ditetapkan manajemen pemasaran, dengan melakukan fungsi dari bauran komunikasi pemasaran. Hampir setiap karyawan memiliki tanggung jawab yang jelas, memiliki *job description*, dan kebijaksanaan pemimpin yang baik, dengan hasil akhir pemasaran tentang sekolah umroh berjalan sesuai dengan target yang telah ditentukan sebelumnya.

Kata Kunci : Edukasi Pasar, Sekolah Umrah, LBIH

menggugurkan dosa-dosa. Akan tetapi mayoritas ulama menjelaskan bahwa dosa yang dimaksud hanya dosa kecil, tidak termasuk dosa besar.

Jumlah jamaah umroh dari Indonesia selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan yang sangat drastis, dengan peningkatan lebih dari 200 ribu orang per tahun. Tingginya minat masyarakat Indonesia untuk berangkat umroh juga disebabkan karena waktu tunggu ibadah haji di Indonesia sangat lama yakni kurang lebih 10 tahun. Besarnya jumlah umat muslim yang ada di Indonesia merupakan faktor yang sangat potensial bagi industri tour travel umroh. Sehingga sekarang banyak menjamurnya perusahaan jasa tour travel umroh. Namun dibalik itu semua, masyarakat masih belum banyak mengetahui kegiatan umroh di tanah suci sehingga muncullah ide kreatif dari LBIH Multazam Prima Utama untuk memberikan wawasan tentang umroh kepada masyarakat. Dengan memberikan edukasi lebih dulu maka masyarakat tidak akan bingung ketika nantinya berada di tanah suci. Setelah mengadakan edukasi dan masyarakat sudah mengerti tentang tata cara umroh yang benar, maka akan ditawarkan tentang jasa tour travel umroh yang berada di LBIH Multazam Prima Utama. Cara tersebut terbilang baru di dunia tour travel ibadah umroh di Surabaya.

Kegiatan pemasaran mempunyai peranan penting dalam dunia usaha. Pada dasarnya pemasaran merupakan suatu sistem dalam seluruh kegiatan bisnis, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan konsepsi. Perkembangan dunia usaha dalam berbagai sektor mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, maka dalam keadaan yang seperti ini persoalan yang dihadapi oleh

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 relevan terkait dengan judul. Selanjutnya, pembahasan terarah pada kajian teoritik yang mengkaji tentang edukasi pasar dan konsep umroh. Di samping itu dalam bab kedua juga diuraikan edukasi pasar dalam perspektif Islam.

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

Bab keempat adalah pembahasan. Bab ini terbagi menjadi tiga sub pembahasan, yaitu gambaran umum obyek penelitian, penyajian data dan pembahasan hasil penelitian (analisis data), yang berisi pembahasan dari hasil penelitian yaitu: penerapan edukasi pasar di LBIH Multazam Prima Utama Surabaya.

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

- c) Niat umroh dalam hati dan mengucapkan *Labaika 'umrotan* atau *Labaikallahumma bi 'umrotin*. Kemudian bertalbiyah dengan dikeraskan suaranya bagi laki-laki dan cukup dengan suara yang didengar orang di sekitarnya bagi wanita.
- d) Jika sudah sampai kota Makkah, disunnahkan mandi terlebih dahulu sebelum memasukinya.
- e) Sesampainya di Ka'bah, talbiyah berhenti sebelum thawaf. Kemudian menuju hajar aswad sambil menyentuhnya dengan tangan kanan dan menciumnya jika mampu dan mengucapkan *bismillahi wallahu akbar*.
- f) Thawaf sebanyak 7 kali putaran. 3 putaran pertama berjalan cepat dan sisanya jalan biasa.
- g) Shalat dua rokaat dibelakang Maqam Ibrahim jika bisa, atau ditempat lainnya di Masjidil Haram.
- h) Sa'i dengan naik ke bukit Shofa dan menghadap kiblat sambil mengangkat kedua tangan dan mengucapkan *Innash shofa wal marwata min sya'arillah. Abda'u bima bada'allahu bihi* (aku memulai dengan apa yang Allah suruh memulainya).
- i) Amalan pada sa'i diulangi setiap putaran di sisi bukit Shofa dan Marwah disertai dengan do'a. Dilakukan sebanyak 7 kali dengan hitungan berangkat satu kali dan kembalinya dihitung satu kali. Diawali di bukit Shofa dan diakhiri di bukit Marwah.

B. Madinah

Madinah adalah kota suci kedua umat Islam. Di tempat inilah panutan umat Islam, Nabi Muhammad Saw dimakamkan. Tempat ini tidak termasuk dalam ritual ibadah haji atau umroh. Tapi jamaah haji atau umroh biasanya menyempatkan diri berkunjung ke Madinah untuk ziarah dan sholat di masjidnya Nabi. Di tempat ini ada istilah sholat *Arbain*. Sholat *Arbain* adalah ibadah haji atau umroh yang disertai sholat fardhu sebanyak 40 kali di Masjid An-Nabawi Madinah tanpa terputus. Jamaah haji atau umroh dari Indonesia seringkali melakukan ibadah ini. Dalam pelaksanaannya mereka tinggal di Madinah setidaknya 8 atau 9 hari.

Di samping kota Madinah juga terdapat tempat bernama Jabal Uhud. Jabal Uhud merupakan tempat terjadinya perang antara kaum muslimin melawan kaum musyrikin Mekkah. Di Madinah juga terdapat Makam Baqi'. Makam Baqi' adalah tanah kuburan untuk penduduk zaman jahiliyah sampai sekarang. Jamaah haji yang meninggal di Madinah juga dimakamkan di Baqi'. Disini juga terdapat makam Ustman bin Affan ra, para istri Nabi, putra dan putrinya, dan para sahabat Nabi.

3. Edukasi Pasar Dalam Perspektif Islam

Edukasi pasar adalah suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendidik konsumennya sehingga konsumen memperoleh pengetahuan yang tepat mengenai produk atau jasa, mengenal produk atau

Multazam Utama pada 15 Juli 1999. Sejak saat itu, Alhamdulillah perusahaan terus maju dan berkembang.

Saat ini, Multazam Utama Tour juga melayani pembuatan visa umroh secara online dengan Kementerian Haji Arab Saudi serta menyediakan ticketing, baik domestik maupun internasional. Multazam Utama Tour siap memenuhi berbagai kebutuhan paket wisata baik yang bersifat rohani ataupun umum.

Demi meningkatkan kemudahan, efektivitas dan kualitas pelayanan pada 2014, Multazam Utama Tour memiliki mitra usaha di berbagai kota di Indonesia, seperti Kediri, Makasar, Tegal, Cikampek, Surabaya, Samarinda, Palembang, Lampung, Jambi, Solo, Bojonegoro, Purwokerto, Bengkulu dan Jabodetabek. Pengembangan Mitra Usaha ini akan terus dilakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada umat Islam di seluruh Indonesia.

Untuk di Surabaya Lembaga Bimbingan Ibadah Umroh (LBIH) Multazam Prima Utama mengawali kehadirannya pada tanggal 5 Juli 2014 atau bertepatan dengan 7 Ramadhan 1435 H. Dengan Motto “Menggapai ridho Ilahi melalui ibadah berkualitas sesuai syar’i”. Maka dengan dukungan dari para asatidz, semangat kami untuk melayani jamaah umroh dan haji dengan bimbingan ibadah sesuai sunnah bisa terlaksana.

proses menganalisa, merencanakan, dan melaksanakan serta mengawasi terhadap program yang dimana ujungnya untuk menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju. Dan untuk melihat bahwa sumber daya manusia digunakan dengan seefektif dan seefisien mungkin didalam mencapai tujuan perusahaan. Dalam kegiatan pemasaran juga tak lepas dari kegiatan inovasi dan promosi, karena dengan adanya inovasi dan promosi semakin menarik minat konsumen untuk mencoba sebuah produk atau jasa yang baru. Edukasi pasar semakin banyak dipraktekkan dengan tujuan untuk mengatasi kebosanan konsumen akan iklan. Keuntungan dari edukasi pasar ini adalah konsumen tidak hanya melihatnya sebagai usaha pemasaran, tetapi konsumen secara langsung juga akan merasakan nilai yang nyata untuk menjadi seorang pembeli yang lebih pintar. Biasanya masyarakat cenderung lebih tertarik pada fakta-fakta dan informasi penting yang membantu mereka dalam mengambil keputusan membeli yang baik daripada mendengarkan rayuan penjualan.

Oleh karena itu, seorang manajer berperan penting dalam situasi ini. Informan 1 mengatakan pentingnya tentang sebuah edukasi pasar dalam kegiatan promosi kegiatannya.

“Edukasi pasar itu berarti memberikan pengetahuan atau edukasi supaya konsumen mengerti baru kita ajak bergabung.”

Dari pemaparan diatas mengartikan edukasi pasar adalah sebuah kegiatan yang berarti memberi pengertian atau bimbingan terlebih dahulu sebelum masyarakat menggunakan jasa kita. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan 2 sebagai berikut:

“Edukasi pasar itu seperti memberikan bimbingan kepada calon pembeli sehingga calon pembeli itu mengetahui tentang kelebihan dan kekurangan yang ada pada produk atau jasa yang ditawarkan”

Jadi, Edukasi pasar adalah suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendidik konsumennya sehingga konsumen memperoleh pengetahuan yang tepat mengenai produk atau jasa, mengenal produk atau jasa lebih baik, dan memahami nilai produk serta manfaatnya. Dengan begitu, masyarakat akan tertarik dan mencoba apa itu sekolah umroh.

Kegiatan pemasaran yang terkonsep dengan baik akan membuat produk yang ditawarkan cepat sampai pada konsumen. Dengan adanya promosi dan kuota yang terbatas para konsumen juga bisa berlomba-lomba untuk mengikuti kegiatan ini. Iklan yang dibuat juga mempengaruhi minat calon peserta yang akan mengikuti kegiatan sekolah umroh. Seperti pemasangan promosi melalui iklan berikut:

Gambar 4.3

Promosi sekolah umroh

KURSUS UMROH GRATIS

Peserta Terbatas 100 orang saja

MULTAZAM PRIMA UTAMA
Lembaga Bimbingan Ibadah Umroh & Haji (LBH)
Jl. Kencana No. 100 Komplek Kencana 60237
Telp. 031 2509 4856
SMS/WA : 0812 3355 5662
Website : www.multazamprima.com

Materi Kursus :

1. Kiat Sukses Umroh Tanpa Merunggu kaya
2. Fiqh Umroh Sesuai Sunnah Rasul

Tim Pembimbing :

1. KH. Agung Cahyadi, MA
2. H. Abdussalam Masykur, Lc
3. H. Habibul Muiz, Lc
4. H. Ahmad Jabir, ST, MT,
5. H. Drs. Syamsul Ma'arif,

Setiap Bulan
Sabtu pekan ke-2
Ahad pekan ke-4
Gedung Graha 1
Lantai 3
Jl. Ahmad Yani
Pompey Hill Surabaya

Cara Pendaftaran :

Ketik Pesan :
Daftar SU, Nama,
Umur, Alamat,
No Hp/WA

Kirim Ke Nomor :
0812 3355 5662

Gambar diatas menunjukkan bagaimana proses pemasaran melalui media dan mencantumkan kegiatan promosi dengan cara membebaskan biaya pendaftaran dan kegiatan sekolah umroh. Ini membuat kegiatan sekolah umroh semakin dikenal dengan semakin antusiasnya masyarakat yang mengikuti kegiatan tersebut. Alur kegiatan pemasaran menjadi tanggung jawab manajer pemasaran yang membuat iklan semenarik mungkin agar banyak masyarakat yang ikut sekolah umroh. Seperti yang diungkapkan oleh informan 1 berikut:

“Awalnya Divisi pemasaran melakukan kegiatan promosi melalui media sosial seperti facebook, instagram, whatsapp dan lainnya. Lalu kita beri nomer telepon yang bisa dihubungi untuk calon peserta bisa mendaftar. Setelah itu baru kita daftarkan sebagai peserta, lalu mereka membayar administrasi yang sudah ditentukan untuk bisa mengikuti kegiatan sekolah umroh, karena peserta dibatasi jadi harus yang lebih cepat bisa mendapatkan kursi”

Dari pernyataan informan kegiatan pemasaran sudah diatur manajer pemasaran yang membuat iklan di media elektronik sehingga kegiatan tersebut dapat lebih cepat diketahui oleh masyarakat dengan mudah. Semakin cepat masyarakat mengetahui adanya kegiatan tersebut semakin cepat pula kuota yang ditentukan akan terisi. Sehingga proses sekolah umroh bisa dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Proses edukasi pasar yang dijalankan tentu saja harus berbeda dari yang dilakukan oleh pesaing lainnya. Ini merupakan trik untuk menarik minat calon konsumen. Tujuan dari sebuah proses edukasi sendiri adalah untuk menarik minat para peserta dan juga untuk memberi pengetahuan tentang

Setiap kegiatan yang dilakukan juga memiliki timbal balik. Timbal balik dari sebuah proses pemasaran adalah mendapatkan konsumen. Dari proses edukasi pasar akan ada timbal baliknya. Seperti pernyataan berikut:

“Timbal balik yang diterima ya kita bisa mendapatkan peserta kegiatan itu. Jadi kegiatan ini edukasi ini bermanfaat untuk perusahaan kita juga. Mereka para peserta mendapatkan ilmu, kita mendapatkan keuntungan dunia dan akhirat hehe.”

Timbal balik yang mungkin diterima bergantung bagaimana proses pemasaran yang dilakukan. Ini seperti yang dikatakan oleh informan 2 sebagai berikut:

“Timbal balik buat kita ya kita bisa mendapatkan peserta kegiatan itu. Jadi kegiatan edukasi ini bermanfaat untuk masyarakat juga. Mereka para peserta mendapatkan ilmu, dan motivasi. Toh kegiatan ini bermanfaat juga bagi mereka kedepannya.”

Seperti yang telah di paparkan diatas, timbal balik yang diterima oleh LBIH Multazam Prima Utama adalah semakin mendapat banyak peserta setiap kegiatannya. Dengan makin banyaknya peserta juga semakin banyak *income* yang didapat oleh perusahaan nantinya. Sehingga kehidupan perusahaan tetap berjalan. Selain *income*, nama perusahaan juga akan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Lalu untuk para peserta sekolah umroh juga mendapatkan ilmu serta motivasi dari pemateri yang ada di kegiatan sekolah umroh.

Cara-cara edukasi pasar melalui fungsi bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh LBIH Multazam Prima Utama sangat berpengaruh pada hasil pemasaran yang diperoleh oleh perusahaan. Cara yang dilakukan seperti yang diutarakan seperti berikut:

Gambar diatas menunjukkan masih ada masyarakat yang ingin mengikuti kegiatan sekolah umroh di Multazam. Karena kegiatan bermanfaat bagi masyarakat nantinya. Dengan materi yang bisa membuat kita termotivasi untuk berangkat umroh. Kegiatan sekolah umroh ini bersifat umum, jadi tidak harus mengikuti *agency* yang ada di perusahaan. Karena kegiatan ini hanya bertujuan untuk memberi pengetahuan tentang tata cara umroh sesuai syari'at.

2. Sekolah umroh

Sekolah umroh adalah sarana agar calon jama'ah umroh bisa beribadah sesuai dengan sunnah Rasulullah SAW. Sekolah umroh diadakan untuk memberikan kajian yang lebih mendalam tentang umroh. Sebelum membahas tentang sekolah umroh, kita harus mengetahui perbedaan antara sekolah umroh dan manasik umroh. Jika sekolah umroh sudah dijelaskan diatas, maka arti dari manasik umroh adalah peragaan atau simulasi pelaksanaan umroh sesuai dengan yang disyari'atkan. Prosesnya pun dibuat mirip seperti di Tanah Suci. Manasik umroh dilakukan ketika akan melaksanakan kegiatan umroh.

Perbedaan antara sekolah umroh dengan manasik umroh adalah pada pembekalannya. Dimana kalau sekolah umroh para peserta diberi kajian, motivasi, amalan dan tips agar bisa melaksanakan kegiatan umroh ke tanah suci. Walaupun, mereka belum tentu bisa melaksanakan ibadah umroh dalam waktu dekat. Sedangkan manasik umroh para peserta sudah

diistimewakan oleh Nabi Muhammad Saw, juga sunnah yang bisa dilakukan ketika mengunjungi dua kota tersebut.

- 2) Berniaga dengan Allah melalui umroh. Disini mengupas tentang bagaimana keutamaan umroh guna mendapatkan nilai-nilai kebaikan tak terbatas, serta cara mendapatkan pahala ibadah bernilai ribuan tahun dalam ketaatan.
- 3) Menyusun proposal hidup. Membahas tentang bagaimana proses dikabulkannya doa. Dan membuat tujuan hidup yang besar yang akan diajukan ketika beribadah di kota suci dan tempat mustajab lainnya.
- 4) Fiqh Shafar. Membahas tentang tata cara shafar yang baik menurut Al-Qur'an dan Sunnah agar tercapai perjalanan yang makbul dan mabrur.
- 5) Fiqh Umroh. Membahas dan mempraktekkan secara mendetail tentang tata cara umroh yang disyariatkan Rasul agar ibadah umroh yang dilakukan membawa perubahan besar dalam hidupnya.
- 6) *The Miracle of umroh*. Menjelaskan tentang keutamaan-keutamaan umroh yang dijalani dari sebelum berangkat umroh, pada saat berada di tanah suci dan setelah pulang dari tanah suci.
- 7) Kiat sukses umroh tanpa menunggu kaya. Menjelaskan kalau umroh itu merupakan panggilan dari Allah dan memantapkan niat untuk berkunjung ke tanah suci tanpa harus menunggu kaya.

Dari pemaparan kedua informan diatas, tujuan dari kegiatan sekolah umroh adalah memotivasi para peserta kegiatan niat untuk pergi umroh semakin kuat. Ini adalah upaya pendidikan kepada pasar dengan memberikan berbagai data dan peragaan agar pasar mengenal serta tertarik atas manfaat produk yang ditawarkannya. Edukasi ini bertujuan untuk membantu masyarakat supaya melaksanakan umroh sesuai sunnahnya Rosul. Dan juga memberikan motivasi-motivasi agar bisa berangkat umroh tanpa memikirkan mahalny biaya untuk umroh.

Dalam kegiatan edukasi atau bimbingan dibutuhkan cara penyampaian yang baik. Dengan begitu peserta akan memahami materi yang sedang kita berikan. seperti yang dikatakan oleh informan 1 berikut:

“Kalau cara penyampiannya ya kita dengan tutur kata yang sopan. Tetapi yang penting penggunaan bahasa yang mudah dipahami, karena setiap orang berbeda tingkat pemahamannya jadi kita gunakan cara penyampaian yang bisa dipahami semua calon peserta.”

Hal yang sama juga diungkapkan oleh informan 2 tentang cara penyampaian materi kepada peserta sekolah umroh. Berikut pernyataannya:

“kita kalau menyampaikan materi harus jelas, intonasi dan nada yang jelas. Kadang kita ulang tentang materi yang para peserta belum begitu faham. Dengan begitu seluruh peserta bisa mengerti tentang apa yang disampaikan oleh pemateri. Untuk tingkat pemahamannya kan tergantung individunya.”

Dari pemaparan kedua informan dapat disimpulkan bahwa penyampaian harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami, intonasi bicara yang jelas akan membuat calon peserta semakin yakin dengan apa

yang sedang kita sampaikan. Dengan penyampaian yang jelas juga membuat kita mendapatkan kepercayaan tentang pentingnya kegiatan ini.

Dari kegiatan edukasi sekolah umroh, menimbulkan kesan yang merupakan salah satu dari fungsi bauran komunikasi pemasaran yaitu *informing*, salah satunya mengurangi rasa takut dan kekhawatiran pembeli, serta meluruskan kesan yang keliru. Tidak seperti yang dibayangkan oleh masyarakat pada umumnya kalau umroh itu mahal dan hanya orang kaya yang bisa umroh. Seperti kesan dari salah satu peserta yang pernah mengikuti sekolah umroh berikut ini:

“Ketika saya pertama kali masuk Ustadznya begitu meyakinkan saya. Beliau bisa membangkitkan impian apa yang sepertinya tidak mungkin. Dalam arti kata masalah uang tapi kita dikasih amalan-amalan yang coba saya buktikan. Kalau dilihat dari gaji sebenarnya tidak mungkin, tapi nyatanya semakin sering saya mengikuti kegiatan itu semakin kuat keinginan saya untuk umroh. Saya berdoa agar saya dapat umroh, dan Allah memanggil saya dan memberikan rezeki kepada saya agar umroh. Motivasi dari Ustadz-ustadznya luar biasa sekali membuat saya akhirnya bisa berangkat umroh. Jangan pernah terlalu takut dengan kalimat umroh itu mahal. Padahal saya ini cuma berjualan jajanan cireng yang kayaknya mimpi untuk umroh, tapi kenyataannya saya bisa berangkat umroh.”

Dari pernyataan informan yang pernah mengikuti sekolah umroh, bisa kita simpulkan kalau sekolah umroh bukan hanya membahas tentang tata cara, rukun dan wajib umroh saja. Akan tetapi, juga memberikan motivasi kepada para peserta untuk bisa berumroh tanpa takut mahal biaya yang harus dikeluarkan untuk umroh. Hal ini diperkuat dengan pernyataan peserta sekolah umroh lainnya berikut ini:

Edukasi pasar semakin banyak dipraktekkan dengan tujuan untuk mengatasi kebosanan konsumen akan iklan. Keuntungan dari edukasi pasar ini adalah konsumen tidak hanya melihatnya sebagai usaha pemasaran, tetapi konsumen secara langsung juga akan merasakan nilai yang nyata untuk menjadi seorang pembeli yang lebih pintar. Biasanya masyarakat cenderung lebih tertarik pada fakta-fakta dan informasi penting yang membantu mereka dalam mengambil keputusan membeli yang baik daripada mendengarkan rayuan penjualan.

Edukasi pasar yang dilakukan Multazam Prima Utama melalui sosial media, seperti facebook, instagram, website, blog. Multazam Prima Utama tidak hanya memberikan edukasi lewat gambar-gambar saja, selain gambar Multazam Prima Utama juga mencantumkan caption yang sesuai content dengan mencantumkan referensi dari literatur Al-Qur'an dan hadits, dengan menggunakan bahasa yang menarik dan edukatif. Secara tidak langsung sosial media merupakan salah satu strategi yang paling efektif, karena banyak masyarakat yang sudah menggunakan media sosial.

Edukasi tersebut memberikan informasi kepada masyarakat atau calon *customer*. LBIH Multazam Prima Utama melakukan salah satu fungsi dari komunikasi pemasaran yaitu menginformasikan (*informing*), dalam menginformasikan dapat berupa:

- a. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru.
- b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
- c. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar.

kepada orang lain. Dalam melakukan edukasi pasar Multazam Prima Utama selalu memberikan informasi kepada masyarakat atau calon *customer* dengan menggunakan komunikasi yang baik yaitu dengan menggunakan perkataan yang benar.

Setelah adanya edukasi pasar ini, masyarakat bisa lebih mengerti konsep tentang umroh sesuai sunnah rosul dan memantapkan niat untuk pergi umroh tanpa menunggu kaya. Kesan bagus dari para peserta yang pernah mengikuti kegiatan sekolah umroh membuat nama LBIH Multazam Prima Utama lebih dipercaya masyarakat. Setelah mengikuti kegiatan sekolah umroh peserta bisa menjalankan ibadah umroh meskipun tidak menggunakan jasa Multazam Prima Utama. Hal ini tidak menjadikan Multazam Prima Utama untuk berhenti memberikan edukasi kepada pasar karena kembali ke tujuan utama Multazam Prima Utama berdiri adalah dengan tujuan dakwah dan mensyiarkan islam di masyarakat, terutama dalam hal ibadah umroh.



Dalam kegiatan edukasi sekolah umroh Multazam Prima Utama selalu menggunakan komunikasi yang baik, sehingga materi yang disampaikan dapat difahami oleh para peserta sekolah umroh. Dengan adanya kegiatan sekolah umroh ini masyarakat bisa lebih mengerti konsep tentang umroh sesuai sunnah rosul dan memantapkan niat untuk pergi umroh tanpa menunggu kaya. Kesan bagus dari para peserta yang pernah mengikuti kegiatan sekolah umroh membuat nama LBIH Multazam Prima Utama lebih dipercaya masyarakat. Setelah mengikuti kegiatan sekolah umroh peserta bisa menjalankan ibadah umroh meskipun tidak menggunakan jasa Multazam Prima Utama.

B. Saran dan Rekomendasi

Dari hasil penelitian diatas, peneliti membarikan saran dan rekomendasi kepada penelitian selanjutnya yaitu, dengan adanya beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengadakan kelanjutan penelitian sejenis lebih lanjut dengan mengambil objek penelitian sejenis, yaitu membahas tentang target pasar. Dan menggunakan referensi yang lebih banyak lagi, sehingga dapat ditemukan hasil yang lebih optimal.

C. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang dilakukan dalam penelitian ini diantaranya, peneliti mengalami kekurangan-kekurangan dalam memperoleh data. Karena pada saat peneliti melaksanakan tahap pengumpulan data melalui

- Mississippi Tbk*, Skripsi, Jurusan Manajemen fakultas
Ekonomi Universitas Bina Nusantara.
- Sugiyono, 2014, *memahami penelitian kualitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Alfabeta,
Bandung.
- Suharno dan Yudi S., 2010, *Marketing in Practice*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Supardi, 2005, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, UII Press,
Yogyakarta.
- Syah, M., 2013, *Psikologi Pendidikan*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tjiptono, F., 2008, *Strategi Pemasaran Edisi III*, CV. ANDI OFFSET,
Yogyakarta.
- Tjiptono, F dan Gregorius C., 2012, *Pemasaran Strategik Edisi 2*, CV. ANDI
OFFSET, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2015, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Frey, D., 2003, *Education-based marketing: how to make business come to you*,
diakses pada tanggal 29 maret 2018 dari
<http://www.businessknowhow.com/marketing/education.htm>
- Multazam Prima Utama, diakses pada tanggal 30 mei 2018 dari
<http://multazamprima.com>