

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH JEMAAH
HAJI DAN UMRAH PADA PT. SALFANY SAFANUSA**

SKRIPSI

Oleh :

HAIRUL RAHMAN

170103030001



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI

BANJARMASIN

1442 H / 2021 M

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA
MENINGKATKAN JUMLAH JEMAAH
HAJI DAN UMRAH PADA PT. SALFANY SAFANUSA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Menyelesaikan Program Strata Satu
Sarjana Sosial**

Oleh :

HAIRUL RAHMAN

170103030001



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
BANJARMASIN
1442 H / 2021 M**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hairul Rahman
NIM : 170103030001
Tempat/Tanggal Lahir : Pajukungan/11 Maret 1999
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul : "Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah Haji Dan Umrah Pada PT. Salfany Safanusa" adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Hairul Rahman

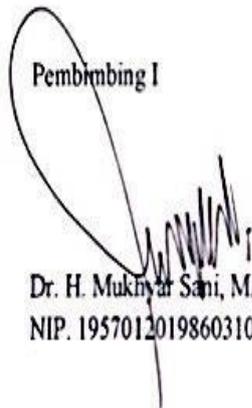
PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah Haji Dan Umrah Pada PT. Salfany Safanusa
Ditulis oleh : Hairul Rahman
NIM : 170103030001
Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Tahun Akademik : 2020/2021
Alamat : Jl. Gerilya Komp. Mahatama Banjarmasin

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 26 April 2021

Pembimbing I



Dr. H. Mukhyar Sani, MA
NIP. 195701201986031003

Pembimbing II



Syaiful Hadi, S.IP., MA
NIP. 1969120551999031001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Antasari Banjarmasin



Syaiful Hadi, S.IP., MA
NIP. 1969120551999031001

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah Haji Dan Umrah Pada PT. Salfany Safanusaditulis oleh Hairul Rahman telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 17 Juni 2021

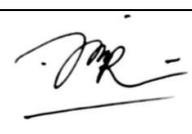
Dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat : **84,5 (A)**

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Akhmad Sagir, M. Ag
NIP. 197112171996031001

TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua Dr. H. Akhmad Sagir, M.Ag	1. 
2. Anggota Raden Yani Gusriani, SE., MM	2. 
3. Anggota Syaipul Hadi, S.IP., MA	3. 
4. Notulis Devi Noviyanti, SE., MM	4. 

ABSTRAK

Hairul Rahman. 2021. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah Haji Dan Umrah Pada PT. Salfany Safanusa.* Skripsi, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Pembimbing : (I) Dr. H. Mukhyar Sani, MA. dan (II) Syaiful Hadi, S.IP., MA.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Travel PT. Salfany Safanusa

Pokok permasalahan penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran pada PT. Salfany Safanusa, mengenai strategi pemasaran yakni yang sering dikenal dengan 4P (*product, place, price, and promotion*), kemudian mengemukakan 2 substansi permasalahan, yaitu: 1) Bagaimana strategi pemasaran pada PT. Salfany Safanusa? Dan 2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam proses pemasaran kepada jemaah haji dan umrah pada PT. Salfany Safanusa?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data melalui riset lapangan berupa, wawancara, observasi dan dokumentasi dengan dukungan hasil wawancara. Teknik pengolahan data dan analisis data dilakukan melalui empat tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, analisis perbandingan, dan penarikan simpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pada PT. Salfany Safanusa mempunyai strategi pemasaran yaitu dengan cara menawarkan produk ke jemaah. Proses promosi dilakukan dengan cara mengikuti pameran atau *event* tahunan, iklan melalui media cetak koran, media sosial seperti, Instagram, WhatsApp, dan Web resmi dan melalui komunikasi pemasaran yakni mulut ke mulut. Lokasi kantor PT. Salfany Safanusa di Banjarmasin, tepatnya di Jalan Cempaka Besar No. 41 Kelurahan Mawar, Kalimantan Selatan.

Implikasi penelitian ini yaitu: 1) Meningkatkan pelayanan dengan sistem digitalisasi, agar konsumen lebih mudah dalam mengakses produk-produk yang ditawarkan, dengan melalui aplikasi khusus yang bisa diakses lewat *smartphone*, tentu hal ini akan mempermudah para calon konsumen untuk tidak perlu lagi mendatangi kantor travel. 2) mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan terhadap jemaah, dalam artian semua ini memiliki makna dan mengharuskan PT. Salfany Safanusa untuk tidak berpuas diri dengan apa yang telah dicapai.

MOTTO

**“CINTAILAH AGAMAMU DENGAN AMAR MA’RUF NAHI MUNKAR,
SEHINGGA KITA SELALU BERSELIMUT KEBAHAGIAAN”
(Penulis)**

KATA PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha penyayang, Alhamdulillah robbil'alamin, segala puji bagi Allah yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya, atas izin-Mu ya Allah akhirnya Hairul Rahman berhasil menyelesaikan skripsi ini, Sholawat serta salam tak lupa pula dihaturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW.

Skripsi ini Hairul Rahman persembahkan buat kedua orang tuaku (Aliansyah dan Khairunnisa) dan adik-adikku (Akbar Ramadhan, Aidil Ansar, dan Muhammad Abizhar), serta keluarga besarku di Desa Pajukungan, Gang Sewarga, Barabai, yang telah mendoakan, membantu baik tenaga dan materi. Berkat kalian Hairul Rahman bisa menyelesaikan studi hingga sekarang ini.

Terima kasih buat teman-teman Manajemen Dakwah yang telah bersama kita lalui perjalanan ini. Khususnya untuk teman-teman konsentrasi Manajemen Haji dan Umrah yang telah sama-sama kita lalui suka dan duka saat mata kuliah konsentrasi serta kelucuan yang kita lalui bersama. Hairul Rahman doakan semoga teman-teman yang masih berjuang dengan skripsinya cepat selesai dan semoga perjuangan kita mendapatkan keridhoan dari Allah SWT.

Terima kasih untuk sahabat-sahabatku di tempat kuliah yakni Gemercik Dakwah (Muhammad Rasidi, Safrudinor, Ardi Syafrian, Husnol Fikrie El Izzati, dan Muhammad Imam Badali), selama 4 tahun di bangku kuliah telah dilalui bersama dan suka maupun duka, canda tawa, moment-moment indah maupun

jalan-jalan bersama, tentu juga adanya dukungan dan doa dari kalian Hairul Rahman dapat mencapai jejak langkah sejauh ini.

Yang tak terlupakan pula kepada PT. SALFANY SAFANUSA yang telah mengizinkan dan kerjasama hingga Hairul Rahman dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Tiada kata yang bisa diucapkan selain ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, sedalam-dalamnya, seluas-luasnya, berkat doa kalian Hairul Rahman bisa mengakhiri perjalanan kuliah ini. Semoga Allah selalu memberkahi kita semua. Syukron☺.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah Haji Dan Umrah Pada PT. Salfany Safanusa”. Sholawat dan salam senantiasa terucap kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapat syafa’at di hari kiamatnanti.

Dalam penyusunan tugas ini, penulis sangat berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, memberikan bimbingan dan dukungan moral maupun spritual sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, di dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada yangterhormat:

1. Bapak Dr. H. Akhmad Sagir, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.
2. Bapak Syaipul Hadi, S.IP., MA, selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Dr. H. Mukhyar Sani, MA dan Bapak Syaipul Hadi, S.IP., MA selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran, masukan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN

Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu dan pelajaran selama penulis berkuliah di kampus ini.

5. Seluruh staf PT. Salfany Safanusa dan alumni Jemaah Haji dan umrah PT. Salfany Safanusa yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Kedua orang tua dan keluarga besar di Desa Pajukungan, Gang Sewarga, Barabai, yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan bagi penulis dalam menjalani kehidupan.
7. Para mahasiswa Manajemen Dakwah dan sahabatku Gemercik Dakwah yang telah menemani dan memberikan banyak pelajaran dalam kehidupan perkuliahan.

Teriring doa semoga Allah SWT senantiasa membalas semua amal kebaikan dari semuanya dengan sebaik-baik balasan. Akhirnya penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. *Aamiin*

Banjarmasin, Juni 2021

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penulisan skripsi ini adalah pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1998.

1.	ا	:	A	16.	ط	:	Th
2.	ب	:	B	17.	ظ	:	Zh
3.	ث	:	T	18.	ع	:	‘
4.	ث	:	Ts	19.	غ	:	Gh
5.	ج	:	J	20.	ف	:	F
6.	ح	:	<u>H</u>	21.	ق	:	Q
7.	خ	:	Kh	22.	ك	:	K
8.	د	:	D	23.	ل	:	L
9.	ذ	:	Dz	24.	م	:	M
10.	ر	:	R	25.	ن	:	N
11.	ز	:	Z	26.	و	:	W
12.	س	:	S	27.	هـ	:	H
13.	ش	:	Sy	28.	ء	:	‘
14.	ص	:	Sh	29.	ي	:	Y
15.	ض	:	Dh				

Mad dan Diftong

1. Fathah panjang : Â / â
2. Kasrah panjang : Î / î
3. Dhammah panjang : Û / û
4. أو : Aw
5. أي : Ay

Catatan:

1. Konsonan yang bersyaddah ditulis dengan rangkap Misalnya; رَبَّنَا ditulis *rabbânâ*.
2. Vokal panjang (*mad*) ;
Fathah (baris di atas) ditulis **â**, *kasrah* (baris di bawah) ditulis **î**, serta *dammah* (baris di depan) ditulis dengan **û**. Misalnya; الْقَارِعَةُ ditulis *alqâri''ah*, الْمَسَاكِينِ ditulis *al-masâkîn*, الْمُفْلِحُونَ ditulis *al-muflihûn*.
3. Kata sandang *alif + lam* (ال)
Bila diikuti oleh huruf qamariah ditulis **al**, misalnya; الْكَافِرُونَ ditulis *alkâfirûn*.
Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiah, huruf *lam* diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya; الرِّجَالِ ditulis *ar-rijâl*.
4. Ta' *marbûthah* (ة)as
Bila terletak di akhir kalimat, ditulis **h**, misalnya; الْبَقَرَةُ ditulis *al-baqarah*.
Bila bila ditengah kalimat ditulis **t**, misalnya; زَكَاتِ الْمَالِ ditulis *zakât almâl*,
atau سُورَةُ النِّسَاءِ ditulis *sûrah an-Nisâ''*.
5. Penulisan kata dalam kalimat dilakukan menurut tulisannya, Misalnya; وَهُوَ الرَّاغِبِينَ ditulis *wa huwa khair ar-Râziqîn*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Signifikansi Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional	6
F. Penelitian Terdahulu	7
G. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
A. Konsep Strategi Pemasaran	10
1. Pengertian Strategi.....	10
2. Pengertian Pemasaran	12
3. Konsep Pemasaran.....	16
4. Pengertian Strategi Pemasaran	17
5. Bauran Pemasaran	19

	6. Unsur-Unsur Strategi	27
	B. Konsep Umrah dan Haji	28
	1. Konsep Umrah	28
	2. Konsep Haji	30
	3. Macam-Macam Pelaksanaan Haji	34
	4. Miqat.....	36
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	37
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
	B. Subjek dan Objek Penelitian.....	38
	C. Lokasi Penelitian	38
	D. Data dan Sumber Data	38
	E. Teknik Pengumpulan Data	39
	F. Analisis Data.....	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
	A. Gambaran Umum.....	42
	B. Hasil Penelitian.....	47
	C. Pembahasan	74
BAB V	PENUTUP	95
	A. Simpulan	95
	B. Saran-Saran.....	98
	DAFTAR PUSTAKA	100
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	102
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	130

DAFTAR TABEL

4.1	Struktur Organisasi PT. Salfany Safanusa.....	44
4.2	Daftar Paket Umrah Reguler	63
4.3	Daftar Paket Haji Khusus Dan Umrah Plus.....	63
4.4	Daftar Harga Paket Umrah Reguler.....	77
4.5	Perkembangan Jumlah Jemaah Haji Dan Umrah	90