

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan Lembaga Keuangan Islam di Indonesia dapat dikategorikan cepat karena masyarakat muslim pada umumnya meyakini bahwa prinsip yang dijalankan oleh Lembaga Keuangan Konvensional mengandung unsur yang bertentangan didalam ajaran Al-Quran dan Hadis, hal yang bertentangan tersebut diantaranya mengandung unsur *Gharar*, *Maisyr* dan Riba.<sup>1</sup>

Didalam perkembangan tersebut khususnya masyarakat Banjarmasin yang beragama Islam kebutuhan akan syariat melebihi kebutuhan mereka terhadap kebutuhan-kebutuhan pokok lainnya. Bahkan kebutuhan akan syariat ini tidak bisa dibandingkan dengan kebutuhan lainnya. Syariat dibangun atas dasar pengenalan terhadap hal-hal yang diridhai dan dimurkai Allah Swt, terkait dengan perbuatan yang dilakukan secara sadar manusia. Nilai-nilai tersebut tercangkup dan tertulis dalam petunjuk umat Islam yaitu Al-Quran dan Hadis.

---

<sup>1</sup> Zainul Arifin, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alvabet, 2003), hlm. 8.

**TABEL 1.1 Jumlah Penduduk Banjarmasin Periode 2015**

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk
1	Banjarmasin Selatan	157.678
2	Banjarmasin Timur	120.062
3	Banjarmasin Barat	149.732
4	Banjarmasin Tengah	94.750
5	Banjarmasin Utara	153.218
	Jumlah	675.440

Sumber: Ensiklopedia Bebas, 2015

**TABEL 1.2 Jumlah Agama Penduduk Banjarmasin Periode 2015**

No	Agama	Jumlah
1	Islam	597.556
2	Kristen	15.095
3	Katolik	6.484
4	Budha	4.262
5	Hindu	437
6	Konghuchu	122
	Jumlah	625.481

Sumber: Ensiklopedia Bebas, 2015

Berdasarkan tabel data diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah penduduk 675.440 orang, penduduk Banjarmasin yang beragama Islam mencapai 597.556 orang atau 95,54%.<sup>2</sup> Hal tersebut membuktikan bahwa penduduk Banjarmasin mayoritas beragama Islam. Kendala yang sering dihadapi oleh masyarakat Banjarmasin saat ini dalam memenuhi kebutuhan syariat diantaranya adalah kendala dalam mengunjungi Baitullah. Seperti yang kita ketahui mahal nya biaya untuk naik haji dan kouta haji yang setiap tahunnya dibatasi. Masyarakat pun diberi alternatif beralih untuk mendaftar umrah, karena bisa langsung berangkat di tahun pendaftaran, maka peluang

---

<sup>2</sup> Ensiklopedia Bebas, *Jumlah Penduduk Banjarmasin*, <https://id.wikipedia.org/wiki> (23 Maret 2018).

besar bagi pihak perbankan untuk meluncurkan suatu produk pembiayaan umrah yang mempunyai prospek baik membuka jalan untuk orang muslim yang ingin sekali menunaikan ibadah umrah.

Jumlah jamaah umrah yang berangkat dari Bandara Syamsudin Noor Banjarmasin merupakan terbanyak ke dua secara nasional dan jumlah tersebut terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan data, kata General Manager PT. Angkasa Pura I Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Akhmad Munir pada pertemuan dengan rombongan anggota Komisi V DPR-RI di Banjarmasin, pada tahun 2012 jumlah jamaah umrah asal Kalimantan Selatan sebanyak 12.267 orang dan 2013 meningkat menjadi 15.536 orang. Pada 2014 hingga bulan Juli jumlah jamaah umrah telah mencapai 11.598 orang dan diperkirakan hingga akhir tahun bisa mencapai 15 ribu orang.<sup>3</sup>

Menurut Kementerian Agama Haji dan Umrah Arab Saudi, jamaah umrah Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia, Indonesia berada pada urutan ketiga setelah Mesir dan Pakistan. Adapun jumlah visa yang telah dikeluarkan oleh pihak kementerian Agama Haji dan Umrah Arab Saudi untuk Indonesia pada tahun 2016 meningkat 7,2 persen dari tahun sebelumnya yaitu mencapai 699,6 ribu jamaah. Antusias penduduk Indonesia untuk melaksanakan ibadah umrah cukup besar. Sebab, untuk dapat melaksanakan rukun Islam kelima, yaitu haji butuh antrian hingga puluhan tahun.

---

<sup>3</sup> Imam Hanafi, *Jumlah jamaah umrah kalimantan selatan*, <http://www.antarakalsel.com> (23 Maret 2018).

Peluang ini dimanfaatkan oleh PT. BNI Syariah cabang Banjarmasin dengan mengeluarkan produk pembiayaan umrah dimana produk tersebut akan membuka dan mempermudah masyarakat Banjarmasin yang beragama Islam untuk melaksanakan ibadah umrah. Tercatat ada beberapa lembaga perbankan syariah yang juga menyediakan produk pembiayaan umrah diantaranya adalah PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Syariah Muamalat Indonesia, PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, PT. Bank Kalimantan Selatan Syariah, dll.

Ditengah banyaknya lembaga perbankan syariah yang menyediakan produk sejenis, maka PT. BNI Syariah cabang Banjarmasin harus berusaha keras untuk bersaing dalam memasarkan produknya. Pembiayaan dana umrah tersebut merupakan salah satu bentuk pembiayaan konsumtif bagi anggota masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pembelian jasa paket perjalanan ibadah umrah di mana dana umrah akan ditalangi terlebih dahulu, kemudian dicicil setiap bulannya dengan bunga 0%. Dalam menjalankan produk talangan dana umrah maka PT. BNI Syariah cabang Banjarmasin melakukan kerja sama dengan *Travel Agent* yang telah sesuai dengan prinsip syariah.<sup>4</sup>

Persoalan yang timbul di masyarakat adalah mereka masih ragu akan kebolehan atau hukum Islam yang mengatur tentang hal tersebut. Menurut Ust. Ahmad Djalaludin, LC., MA menggunakan dana talangan untuk keperluan haji atau umrah adalah boleh tetapi harus dengan syarat. Menurut beliau, ketika mencermati Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor: 29/DSN-MUI/VI/2002

---

<sup>4</sup> <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>, (12 April 2017).

Tentang Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syari'ah, memang memiliki dua jenis akad yakni *al-qardh* dan *al-ijarah*, tapi untuk dua jenis obyek yang berbeda, yakni: uang dan jasa. Sementara itu, senada dengan apa yang diungkapkan oleh Ust. Ahmad Djalaludin, Ketua Bidang Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), KH. Ma'ruf Amien menjelaskan bahwa, praktik dana talangan haji maupun umrah yang kini marak bisa diperbolehkan, asalkan pemberian dana talangannya hanya kepada masyarakat yang mampu membayar cicilannya.<sup>5</sup>

Firman Allah dalam Q.S. Al-Imran/3: 97

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

“Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah“.<sup>6</sup>

Firman Allah Q.S. Al-Baqarah/2: 158

إِنَّ الْأَصْفَاءَ وَالْمُرْوَءَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ .

”Sesungguhnya Shafaa dan Marwa adalah sebahagian dari syi'ar Allah. Maka Barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau ber-'umrah, Maka tidak ada dosa baginya mengerjakan sa'i antara keduanya. dan Barangsiapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, Maka Sesungguhnya Allah Maha Mensyukuri kebaikan lagi Maha mengetahui.“<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Mihrob, *Haji dan Umrah menggunakan talangan*, <http://www.pikiran-rakyat.com>, (12 April 2017).

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2012), hlm. 62.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 24.

Firman Allah Q.S. Al-Baqarah/2: 196

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ

“Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umroh karena Allah.”<sup>8</sup>

Adapun hadis yang menjelaskan mengenai keutamaan umrah adalah sebagai berikut:

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لِامْرَأَةٍ مِنَ الْأَنْصَارِ تَقَالُ لَهَا أُمُّ سَيْنَانَ مَا مَنَّا أَنْ تَكُونِي حَخَّحْتِ مَعَنَا قَالَتْ نَا ضِحَّانِ كَا نَا ضِحَّانِ كَا نَا لِأَبِي فُلَانٍ زَوْجِهَا حَخَّ هُوَ وَابْنُهُ إِلَّا أَحَدٍ هِمَا وَكَانَ الْأَخْرَ تُسْتَسْقَى عَلَيْهِ عَلَ هُنَا قَلَّ فَعُمْرَةٌ فِي رَمَضَانَ تَقْضَى حَخَّةً أَوْ حَخَّةً مَعِي

“Dari Ibnu Abbas r.a, katanya: ”Rasullulah Saw pernah menanya seorang wanita Anshar bernama Ummu Sinan, katanya: “ Apa keberatanmu untuk pergi haji bersama-sama dengan kami?” jawab wanita itu, “kami hanya mempunyai dua ekor unta. Yang satu dipakai suamiku pergi haji bersama anaknya, sedang yang satu lagi dipakai pembantu kami untuk menyiram kebun” Sabda Nabi Saw., “Kalau begitu, Umrahlah nanti dibulan Ramadhan, nilainya sama dengan haji bersamaku.”<sup>9</sup>

Dalam menghadapi persaingan yang ketat ini maka PT. BNI Syariah cabang Banjarmasin harus mampu mengantisipasi berbagai macam ancaman dari para pesaing, dengan cara memperbaiki kelemahan-kelemahan yang ada didalam perusahaan, memanfaatkan peluang dan kekuatan yang dimiliki.

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 30.

<sup>9</sup> Al-Imam Muslim, *Terjemah Hadis Shahih Muslim*, terj. Ma'mur Daud (Jakarta: Klang Book Centre, 2007), hlm. 319.

Perencanaan bisnis yang akurat sangat diperlukan untuk mengetahui kearah mana produk Fleksi iB Hasanah Umrah akan dibawa, bagaimana mencapainya, serta tindakan apa yang perlu dilakukan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan merebut peluang yang ada hingga berhasil. Perencanaan atau *planning* adalah awal dalam sebuah pekerjaan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait dengan pekerjaan itu agar mendapat hasil yang optimal.<sup>10</sup>

Salah satu teknik yang tepat untuk melakukan analisis strategi terhadap produk Fleksi iB Hasanah Umrah PT. BNI Syariah cabang Banjarmasin adalah analisis *SWOT*, analisis *SWOT* adalah analisis terhadap kekuatan dan kelemahan dari dalam yang digabungkan dengan ancaman dan peluang dari luar.

Dari latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) produk Fleksi iB Hasanah Umrah pada PT. BNI Syariah cabang Banjarmasin yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul “ANALISIS *SWOT* TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PRODUK FLEKSI iB HASANAH UMRAH PADA PT. BNI SYARIAH CABANG BANJARMASIN”.

---

<sup>10</sup> Didin Hafidhuddin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2003), hlm. 77.

**B. Rumusan Masalah**

1. Faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan produk Fleksi iB Hasanah Umrah pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin?
2. Faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman produk Fleksi iB Hasanah Umrah pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin?
3. Alternatif strategi pemasaran apa saja dan prioritas strategi pemasaran apakah yang tepat bagi PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk Fleksi iB Hasanah Umrah?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan produk Fleksi iB Hasanah Umrah pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman produk Fleksi iB Hasanah Umrah pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin.
3. Mengetahui alternatif strategi pemasaran apa saja dan prioritas strategi pemasaran apakah yang tepat bagi PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk Fleksi iB Hasanah Umrah.

**D. Signifikansi Penelitian**

Dari hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin dalam merencanakan dan

menetapkan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan. Selain itu penelitian ini diharapkan juga dapat berguna bagi penulis untuk mengaplikasikan konsep-konsep yang telah diterima selama perkuliahan. Penulis juga berharap penelitian dapat dijadikan sebagai bahan literatur untuk penelitian selanjutnya.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk lebih memperjelas dari judul proposal ini serta penafsiran yang keliru dalam memahami tujuan penelitian ini, maka penulis mengemukakan definisi operasional agar lebih terarah.

1. Analisis *SWOT* adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.<sup>11</sup> Analisis *SWOT* yang dimaksud penulis disini adalah perencanaan strategi PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin dalam mengevaluasi *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *OppOrtunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman) yang ada dalam produk Fleksi iB Hasanah Umrah.
2. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>12</sup> Produk yang dimaksud disini adalah berupa Produk Fleksi iB Hasanah Umrah yang ada pada PT. BNI Syariah Cabang Banjarmasin.

---

<sup>11</sup> Fredy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2015), hlm. 19.

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (PT. INDEKS: Jakarta, 2008), hlm. 4.

3. Umrah adalah kunjungan atau ziarah ketempat suci dengan cara ber'ihram, tawaf, sai dan bercukur tanpa wukuf dipadang arafah, yang waktu pelaksanaannya dapat bersamaan dengan waktu haji atau di luar waktu haji.<sup>13</sup>

#### **F. Kerangka Pemikiran**

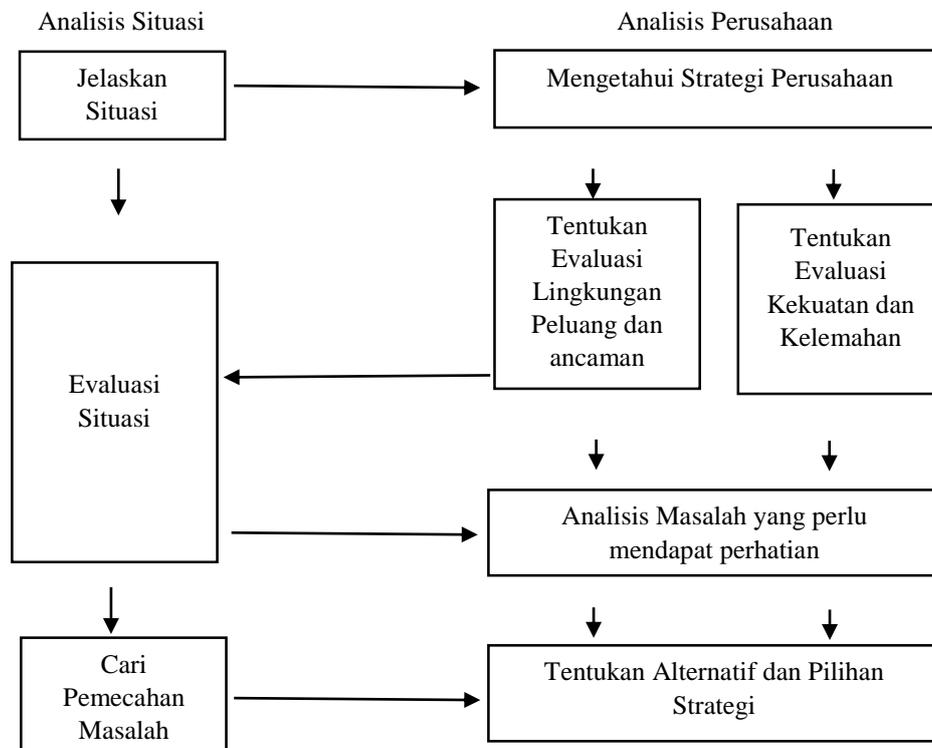
Kegiatan yang paling penting dalam proses analisis adalah memahami seluruh informasi yang terdapat pada suatu kasus, menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa saja yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah. Proses untuk melakukan analisis suatu kasus dapat dilihat pada diagram proses analisis kasus. Kasus harus dijelaskan sehingga pembaca dapat mengetahui permasalahan yang sedang terjadi. Setelah itu, metode yang sesuai dan dapat menjawab semua permasalahan secara tepat dan efektif digunakan. Caranya adalah dengan memahami secara keseluruhan informasi yang ada, yaitu:

1. Memahami secara detail semua informasi
2. Melakukan analisis secara numerik.

---

<sup>13</sup> Mustathafa Kamal, Ms Chalil dan Wahardjani, *Fikih Islam*, (Jogjakarta, 2002), hlm. 236.

Untuk lebih jelasnya lihat gambar berikut:



**Gambar 1.1 Proses Analisis Kasus**

Keterangan:

Tahap 1: memahami situasi informasi yang ada.

Tahap 2: memahami permasalahan yang terjadi baik masalah yang bersifat umum maupun khusus.

Tahap 3: menciptakan berbagai alternatif dan memberikan berbagai alternatif pemecahan masalah.

Tahap 4: evaluasi pilihan alternatif dan pilih alternatif yang terbaik. Caranya dengan membahas sisi pro maupun kontra dan memberikan bobot dan skor untuk masing-masing alternatif dan sebutkan kemungkinan yang akan terjadi.<sup>14</sup>

## G. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelaahan penulis terhadap beberapa penulisan terdahulu, ada beberapa penulisan yang berkaitan dengan apa yang akan penulis teliti diantaranya adalah:

1. Sri Marziyati, 1301160345, Jurusan Perbankan Syariah / Syariah dan Ekonomi Islam, Iain Antasari Banjarmasin, “ Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk arrum haji yang ada pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya teliti adalah sama-sama ingin mengetahui strategi pemasaran suatu bank dalam memasarkan produknya. Perbedaannya penelitian ini terletak cara pengolahan data, produk dan lokasi penelitian.<sup>15</sup>
2. Yuliani, 1201160311, Jurusan Perbankan Syariah / Syariah dan Ekonomi Islam, Iain Antasari Banjarmasin, “Analisis *SWOT* Produk Cicil Emas

---

<sup>14</sup> Freddy Rangkuti, *Op.Cit*, hlm. 20.

<sup>15</sup> Sri Marziyati, ” Strategi Pemasaran Produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin” (Skripsi tidak diterbitkan Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, 2016).

Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin“. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada produk Cicil Emas, serta bertujuan untuk menggambarkan bagaimana strategi yang digunakan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk Cicil Emas. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya teliti adalah sama-sama menggunakan analisis *SWOT* untuk menganalisis strategi pemasaran yang tepat untuk sebuah produk. Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya hanya sekedar ingin menggambarkan bagaimana cara memasarkan suatu produk sedangkan penelitian yang akan saya lakukan adalah bukan hanya menggambarkan akan tetapi memberikan alternatif untuk strategi pemasaran suatu produk, selain itu perbedaan penelitian ini juga terletak pada subjek dan objek Penelitian.<sup>16</sup>

3. Widiana Sisilia Yuliyu, 1112053000030, Manajemen Lembaga Keuangan Islam / Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, “Pembiayaan Talangan Dana Umrah Melalui Produk Ijarah Fleksi iB Hasanah Umroh pada Bank BNI Syariah Cabang Jakarta “. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Produk Pembiayaan Talangan Dana Umrah melalui Produk Ijarah Fleksi iB Hasanah Umroh pada PT. BNI Syariah Cabang Jakarta dapat dikategorikan layak dan menggambarkan bagaimana mekanismenya. Persamaan dengan penelitian

---

<sup>16</sup> Yuliani, “Analisis *Swot* Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin” (Skripsi tidak diterbitkan Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, 2015).

ini adalah sama-sama menggunakan analisis *SWOT* dalam menilai suatu produk. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian dan hal yang ingin diteliti, penelitian yang akan saya lakukan adalah untuk menentukan alternatif strategi pemasaran bukan tentang kelayakan suatu produk.<sup>17</sup>

4. Surya Yuliawati, A14103058, Manajemen Agribisnis / Pertanian “Analisis Strategi Pemasaran Obat Herbal Biomunos Pada PT. BIOFARMAKA Indonesia, Bogor”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran dan mencari prioritas pemasaran obat herbal biomas pada PT. Biofarmaka Indonesia, Bogor. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan analisis *SWOT* dalam mencari alternatif pemasaran. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek dan objek yang akan diteliti.<sup>18</sup>

## H. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun dalam 5 (lima) bab yang diambil dari referensi-referensi, baik dari buku, internet maupun data-data atau dokumen-dokumen serta hasil wawancara langsung.

---

<sup>17</sup> Widiana Sisilia Yuliyu, “Pembiayaan Talangan Dana Umrah Melalui Produk Ijarah Fleksi iB Hasanah Umroh pada Bank BNI Syariah Cabang Jakarta” (Skripsi tidak diterbitkan Jurusan Manajemen Lembaga Keuangan Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016).

<sup>18</sup> Surya Yuliawati, “Analisis Strategi Pemasaran Obat Herbal Biomunos Pada PT. BIOFARMAKA Indonesia, Bogor” (Skripsi tidak diterbitkan Jurusan Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor, 2008).

1. BAB I Pendahuluan, merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah dari penulisan yang kemudian ditarik dalam rumusan masalah. Sebagai acuan dari keseluruhan penulisan ini agar fokus dan terarah akan ditegaskan dengan tujuan penulisan. Signifikansi penulisan di buat agar manfaat dari penelitian itu sendiri dapat dirasakan baik secara teoritis maupun praktis, untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam mengartikan judul yang akan diteliti dan kekeliruan dalam memahami tujuan penulisan maka dibuat definisi operasional. Kajian pustaka dibuat untuk mengetahui dimana posisi dan ruang lingkup penulisan serta sistematika penulisan yang merujuk pada panduan skripsi dan beberapa buku yang mengulas tentang metode riset lainnya.
2. BAB II Landasan Teori, pada bab ini dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan penulisan melalui teori-teori yang sesuai dan yang mendukung serta relevan dari buku-buku, internet atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari referensi media lain. Didalam Landasan Teori akan dimuat mengenai Analisis *SWOT* dan Strategi Pemasaran.
3. BAB III Metode Penelitian, bab ini menghubungkan antara teoritis dengan penulisan lapangan, maka dibuatkan metode penelitian yang berisi jenis, sifat dan lokasi penulisan yang digunakan untuk penulisan skripsi, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

4. BAB IV Penyajian Data dan Analisis Data, bab ini sebagai penyajian dan analisa data, membahas tentang hasil penelitian yang berisi analisa terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam bab III.
5. BAB V Penutup, berisi tentang kesimpulan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk produk Fleksi iB Hasanah Umrah disertai dengan alternatif strategi pemasaran dan prioritas strategi pemasaran, selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu dan selanjutnya diikuti dengan daftar pustaka.