

## BAB II KERANGKA TEORI

### A. Teori-teori yang Terkait dengan Judul

#### 1. Haji

##### a. Pengertian Haji

Haji secara *etimologi* berasal dari kata Al Haji berarti tujuan, maksud dan menyengaja untuk melakukan perbuatan yang besar dan agung. Sejalan dengan aktivitas haji, di mana seluruh umat muslim dari berbagai negara mengunjungi Baitullah (Ka'bah) pada musim haji yang mulia dan agung.<sup>1</sup>

Secara istilah (*termionologi*) yaitu mengunjungi Baitullah untuk melaksanakan serangkaian kegiatan ibadah pada waktu dan tempat yang telah ditentukan. Sayyid Sabiq, ahli fikih kontemporer Mesir, mendefinisikan haji yakni: “*dengan sengaja pergi ke Mekkah untuk melakukan tawaf, sa'i, wukuf di Arafah,, dan rangkaian manasik haji lainnya, dalam rangka memenuhi panggilan (kewajiban dari) Allah dan mengharapkan keridhaan Allah.*”<sup>2</sup>

Menurut ulama fiqih, seperti Abi al Syuja mengatakan “bahwa haji adalah menuju Baitullah ditanah haram Makkah untuk beribadah. Maksudnya mengunjungi Ka'bah untuk beribadah kepada Allah dengan melakukan rukun-rukun tertentu serta beberapa kewajiban dan mengerjakannya pada waktu-waktu tertentu.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa haji adalah pergi ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan haji, rukun-rukun dan kewajiban dengan sengaja.

##### b. Syarat dan Rukun Haji

- 1) Syarat Haji
  - a) Beragama Islam.
  - b) *Baligh* (dewasa).
  - c) *Aqil* (berakal sehat).
  - d) Merdeka.
  - e) *Istitho'ah* (mampu).

---

<sup>1</sup> A. Chunaini Saleh, Penyelenggaraan Haji Era Reformasi, (Tangerang: Pustaka Alvabet, 2008), 92

<sup>2</sup> Umar, Manajemen Pelayanan Jamaah Haji di Kementerian Agama Kabupaten Bantaeng Tahun 2018, (Skripsi: UIN Alauddin Makassar), (2018), 26

2) Rukun Haji

Rukun merupakan semua pekerjaan yang harus dilakukan. Sahnnya haji bergantung pada rukun haji dan tidak dapat diganti dengan dam (denda). Jadi apabila rukun haji ditinggal maka hajinya tidak sah. Adapun rukun haji antara lain:

a) Ihram

Ihram adalah mengenakan pakaian ihram dengan niat untu haji atau umrah di miqat makani.

b) Wukuf di Arofah

Wukuf adalah berdiam diri, zikir dan do'a di Arofah pada tanggal dzulhijjah.

c) Thawaf

Mengelilingi Ka'bah dilakukan saat setelah melakukan wukuf. Adapun syarat thawaf yaitu:

- 1) Suci dari hadats.
- 2) Suci dari najis pada pakaian, tubuh dan tempat.
- 3) Menutup aurat.
- 4) Dilaksanakan di Ka'bah dan kedudukan Ka'bah adalah disebelah kiri orang yang thawaf.
- 5) Thawaf dimulai dari hajar aswad.
- 6) Mengelilingi Ka'bah sebanyak 7 kali.

d) Sai

Sai adalah berjalan atau berlari-lari kecil antara bukit shafa ke bukit marwa sebanyak 7 kali, dilakukan sesudah tawaf ifadhah. Adapun syarat sa'i

- 1) Dilakukan setelah melaksanakan thawaf yang dianggap sah.
- 2) Dimulai dari Safa ke Marwa.
- 3) Dilakukan sebanyak 7 kali.

e) Tahallul

Tahallul adalah mencukur atau menggunting rambut setelah selesai melaksanakan sai.

f) Tertib

Tertib adalah mengerjakan sesuai dengan urutannya serta tidak ada yang ketinggalan.

**c. Dasar Hukum Ibadah Haji**

Hukum ibadah haji termasuk salah satu rukun Islam kelima yang diwajibkan boleh Allah Swt. Ibadah haji disyaratkan bagi yang telah mencukupi persyaratan. Dalam hal ini, untuk menghilangkan rintangan yang menghambat dalam ibadah haji tersebut. Hukum melaksanakan ibadah haji

adalah wajib bagi setiap muslim yang mampu melaksanakannya.

**d. Macam- macam Haji**

Terdapat tiga macam haji diantaranya:

- 1) Haji *Tamattu'*  
*Tamattu'* Mengerjakan umrah terlebih dahulu baru mengerjakan Haji.
- 2) Haji *Qiran*  
*Qiran* yaitu mengerjakan haji dan umrah dalam satu niat dab satu pekerjaan sekaligus.
- 3) Haji *Ifrad*  
*Ifrad* adalah mengerjakan haji terlebih dahulu, baru mengerjakan umrah.

**e. Wajib Haji**

Wajib haji merupakan segala pekerjaan yang menjadi suatu kewajiban bagi Jemaah haji untuk mengerjakannya. Di mana seseorang tidak dapat mengerjakan wajib haji, dia berdosa tetapi tidak merusak ibadah hajinya dan boleh diganti dengan dam (menyembelih binatang). Adapun wajib haji diantaranya:

- 1) Memulai ihram dari *miqat*. *Miqat* disini yaitu tempat tertentu atau masa yang dimulai padanya ihram dengan segala yang melekat dengan ihram itu.
- 2) Kehadiran dimudzalifah walaupun sesaat.
- 3) melempar jumrah.
- 4) Bermalam di mina disepanjang malam, dan ketika malam hari tasyik.
- 5) *thawaf wada'*, sebagai pamit bagi orang yang melaksanakan haji dan dilaksanakan pada waktu akan pulang.
- 6) menjauhi hal-hal yang terlarang selama dalam ihram.<sup>3</sup>

**2. Manajemen**

**a. Definisi Manajemen**

Di dunia yang kita tempati ini mengandung banyak sekali unsur (makhluk) yang menghuninya. Dalam setiap unsur tersebut telah memiliki cara masing-masing dalam menjalani kehidupannya. Sehingga tidak jarang kita akan menemui perbedaan bahkan bisa saling bertolak belakang

---

<sup>3</sup> Suging Riyadi, Manajemen Pelayanan Pemberangkatan dan Pemulangan Jamaah Haji di Kementerian Agama Kabupaten Semarang Tahun 2017,(skripsi: UIN Walisongo Semarang ) (2018)64-67

apabila terdapat dua atau tiga lebih unsur berjalan bersama. Karena ciri peradaban manusia senantiasa ditandai dengan cara saling bertemu, saling berkumpul, dan saling terlibat dalam sebuah organisasi.

Maka dari itu diperlukan suatu cara untuk mengaturnya, dengan cara apa, salah satunya dengan ilmu manajemen sehingga semuanya dapat berjalan dengan baik tanpa mengganggu jalannya unsur lainnya.

Secara *etimologi*, manajemen berawal dari kata “*manus*” berarti “tangan” dan “*agre*” artinya “melakukan”.<sup>4</sup> Sedangkan, secara *terminologi*, manajemen berawal dari kata “*managere*” yang artinya “menangani”.<sup>5</sup>

Menurut Anton Athoillah yang dikutip oleh Muhtarom Zaini Addasuqy dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Manajemen”, beliau menyebutkan bahwa *management* berawal dari kata *to manage* yang artinya mengatur, mengurus atau mengelola.<sup>6</sup>

Menurut Siswanto dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Manajemen”, beliau menyebutkan bahwa manajemen merupakan seni dan juga ilmu di dalam sebuah perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemberian motivasi, serta pengendalian terhadap orang dan mekanisme guna tercapainya tujuan.<sup>7</sup>

Selain itu, terdapat pengertian lain dari manajemen, yaitu “kekuatan yang menggerakkan suatu usaha yang bertanggung jawab atas sukses dan gagalnya suatu usaha dalam mencapai tujuan tertentu melalui kerja sama dengan orang lain.”<sup>8</sup>

Dari berbagai penjelasan diatas, dapat dikatakan bahwa dalam manajemen terdapat hal yang diatur atau dikelola. Dari pengertian tersebut, timbul pertanyaan, apa yang diatur atau dikelola? Siapa yang mengatur atau

---

<sup>4</sup> Abd. Rohman, Dasar-Dasar Manajemen, (Malang: CV. Cita Intrans Selaras. 2017). 7.

<sup>5</sup> Abd. Rohman, Dasar-Dasar Manajemen, (Malang: CV. Cita Intrans Selaras. 2017). 7.

<sup>6</sup> Muhtarom Zaini Addasuqy, Pengantar Manajemen (Kudus: Center For Education and Social Studies, 2019), 1.

<sup>7</sup> Siswanto, Pengantar Manajemen (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), 2.

<sup>8</sup> Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, Manajemen Dakwah (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), 10.

mengelola? Mengapa dan bagaimana cara mengelola? Dan untuk apa suatu hal tersebut dikelola?<sup>9</sup>

Setelah terdapat pertanyaan-pertanyaan mengenai pengelolaan, tentu saja kita akan befikir mengenai proses jalannya pengelolaan atau pengaturan tersebut. Seperti yang dikatakan oleh G.R. Terry yang dikutip oleh Zaini dalam bukunya bahwa manajemen adalah proses unik yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan juga pengendalian guna mengidentifikasi dan mencapai tujuan melalui penggunaan sumber daya yang ada, termasuk manusia dan sumber daya lainnya.<sup>10</sup>

Selain itu G.R. Terry juga menguraikan beberapa hal tentang manajemen, antara lain:<sup>11</sup>

1) Perencanaan

Sebelum melakukan sesuatu hal, tentu akan lebih baik jika seseorang tersebut melakukan perencanaan yang matang bukan. Dengan memikirkan tujuan dan kegiatan sebelum pelaksanaan menggunakan logika dan tidak asal jalan tentu kedepannya akan dapat mencapai hasil yang maksimal.

2) Pengorganisasian

Dalam pengorganisasian, yang menjadi bagian paling *vital* adalah manajer atau pemimpin. Seorang pemimpin mengkoordinir sumber daya yang ada dalam organisasi. Sejauh mana keefektifan suatu organisasi tergantung pada kemampuan mengerahkan sumber daya.

3) Kepemimpinan

Kepemimpinan disini memiliki kesamaan dengan pengorganisasian, pada bagian ini pemimpin memiliki kendali yang sangat besar. Bagaimana pemimpin bisa mempengaruhi bawahannya untuk melakukan suatu tugas tertentu.

4) Pengendalian atau Pengawasan

Setelah para anggota melakukan tugasnya masing-masing, tentunya diperlukan pengawasan lebih

---

<sup>9</sup> Muhtarom Zaini Addasuqy, Pengantar Manajemen (Kudus: Center For Education and Social Studies, 2019), 1.

<sup>10</sup> Muhtarom Zaini Addasuqy, Pengantar Manajemen, 1-2.

<sup>11</sup> Muhtarom Zaini Addasuqy, Manajemen Organisasi Islam, (Kudus: Center For Education and Social Studies, 2020), 19.

lanjut mengenai apakah tugas yang dikerjakan sudah sesuai tujuan atau belum.

5) Penggunaan Sumber Daya

Terdapat banyak hal yang bisa dijadikan sumber daya dalam organisasi. Walaupun disini sumber daya manusia dikatakan hal yang paling penting dalam suatu organisasi seperti dalam meningkatkan penghasilan, manajer tidak hanya menekan bawahan untuk bekerja lebih giat, namun bisa juga menaikkan biaya iklan sebagai pendapatan.

6) Upaya Mencapai Tujuan

Setiap manajer berusaha untuk mencapai tujuan tertentu, terlepas dari setiap organisasi memiliki tujuan yang berbeda-beda, manajemen adalah proses untuk mencapai tujuan tersebut.

**b. Kegunaan Manajemen**

Terdapat 2 (dua) jenis kegunaan manajemen yaitu kegunaan praktis dan teoritis.<sup>12</sup>

1) Kegunaan praktis

Kegunaan praktis artinya teori tersebut diharapkan berguna jika diterapkan dalam aktivitas sesungguhnya.

2) Kegunaan teoritis

Kegunaan teoritis adalah manfaat yang dapat diberikan manajemen sebagai ilmu bagi semua elemen yang terdapat dalam organisasi.

Menurut Anton Athoillah yang dikutip oleh Zaini dalam bukunya yang berjudul Pengantar Manajemen, ia menyatakan bahwa terdapat 5 (lima) kegunaan manajemen, yaitu:<sup>13</sup>

a) Untuk perancangan

Perancangan yang dimaksud disini adalah perencanaan yang dilakukan dengan menyusun rencana kerja, mengatur waktu pelaksanaannya, menentukan strategi apa yang akan digunakan untuk mengembangkan model kinerja perusahaan kedepannya, menjabarkan kekurangan serta kelebihan perusahaan dan lainnya. Tujuan dari kegiatan

---

<sup>12</sup>Muhtarom Zaini Addasuqy, Manajemen Organisasi Islam, (Kudus: Center For Education and Social Studies, 2020), 24.

<sup>13</sup>Muhtarom Zaini Addasuqy, Manajemen Organisasi Islam, (Kudus: Center For Education and Social Studies, 2020), 24 - 25.

perencanaan ini adalah untuk mengidentifikasi apayang ingin dicapai oleh perusahaan secara menyeluruh juga cara terbaik guna memperoleh tujuan tersebut.

b) Sistem pengorganisasian

Pengorganisasian yang dimaksud disini adalah membagi kegiatan besar atau tujuan jangka panjang menjadi kegiatan yang lebih kecil atau kegiatan dengan tujuan jangka pendek. Dengan membagi acara besar menjadi beberapa yang lebih kecil dipercaya akan memudahkan untuk memetakan dan menentukan siapa saja yang lebih cocok menangani hal tersebut.

c) Memerintah

Poin ketiga disini berkaitan dengan *directing* (penunjukan). Yang memiliki hak dan wewenang untuk menunjuk dan memerintah ialah atasan. Oleh karena itu, yang harusnya ada pada sesi ini adalah orang yang berada pada lingkup manajer dan *supervisor* dimana mereka harus selalu mengarahkan dan memberi motivasi pada karyawan, supaya karyawan dapat bekerja lebih baik dan senantiasa meningkatkan kualitas kerja mereka. Dengan adanya *support* yang baik dari atasan, dipercaya akan membuat karyawan dapat bekerja dengan sabar dan ikhlas dalam melaksanakan pekerjaannya.

d) Mengoordinasi

Koordinasi antara atasan dan bawahan, juga antara manajer dan karyawan, harus dilakukan agar pekerjaan dapat dilakukan dengan lancar dan baik.

e) Mengendalikan

Seorang pemimpin ataupun manajer wajib hukumnya melakukan pengendalian kinerja karyawannya. Adanya pengendalian ini dimaksudkan agar dapat mengetahui kualitas dari hasil yang diperoleh para pekerja. Pengendalian ini dapat dilakukan dengan cara melaksanakan evaluasi kinerja perusahaan.

**c. Manajemen Pelayanan Haji**

Dapat diartikan bahwa sebagai suatu proses penerapan ilmu dan seni dalam menyusun suatu rencana, mengimplementasikan rencana, mengoordinasikan serta menyelesaikan aktivitas pelayanan demi tercapainya suatu

tujuan pelayanan.<sup>14</sup> Maka yang dimaksud manajemen pelayanan adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan suatu organisasi untuk memberikan pelayanan kepada Jemaah haji secara efektif dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Manajemen pelayanan haji merupakan segala kegiatan dalam rangka peningkatan suatu kinerja dalam memenuhi kebutuhan dasar Jemaah sesuai dengan hak atas suatu barang, jasa dan pelayanan dalam administrasi. Manajemen pelayanan haji merupakan tanggung jawab pemerintah yakni Kementerian Agama baik pusat maupun daerah.

Pelayanan dalam penyelenggaraan ibadah haji dilakukan oleh Kementerian Agama meliputi kegiatan yang berada di Tanah Air hingga tiba di tanah suci serta pemulangan ke Tanah Air lagi. Dalam pelayanan penyelenggaraan ibadah haji Kementerian Agama setiap tahun dimulai dari:

1) Pendaftaran

Pendaftaran ini dilakukan di Kantor Kementerian Agama Kabupaten/Kota tempat domisili Jemaah. **Ada beberapa cara alur pendaftaran :**

- a) Calon jemaah haji membuka tabungan dan melakukan setoran awal, pada bank syariah dengan membawa ktp dan pas foto 3x4 sebanyak lima lembar.
- b) Selanjutnya, calon jemaah mendapatkan buku tabungan dan bukti setoran awal.
- c) Calon jemaah haji melakukan pendaftaran di Kantor Kementerian Agama paling lambat 5 hari setelah setoran awal.
- d) Selanjutnya mengisi surat pendaftaran pergi haji (SPPH).
- e) Kemudian calon jemaah haji difoto dan diambil sidik jari dan didaftarkan kedalam sistem komputerisasi haji terpadu (SISKOHAT)
- f) Setelah selesai, calon jemaah haji mendapatkan lembar bukti pendaftaran haji.

---

<sup>14</sup> Ratminto dan Atik Septi Winarsih, manajemen Pelayana, (Yogyakarta: Pustala Belajar, 2010) 4

- g) Proses pendaftaran selesai, calon jemaah haji menunggu informasi penetapan besaran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPIH) dan pelaksanaan pelunasan.
- 2) Pelunasan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH)
 

Besaran biaya penyelenggaraan ibadah haji ditetapkan oleh Presiden atau usul Menteri Agama setelah mendapat persetujuan DPR RI.
- 3) Pembuatan Paspor Haji
 

Dalam biaya penerbitan paspor calon jemaah haji menjadi tanggung jawab Kementerian Agama atau beban dana dari (BPIH). Yang berhak mendapatkan paspor haji adalah calon haji yang dinyatakan berangkat pada tahun berjalan.
- 4) Bimbingan Manasik Haji
 

Bimbingan manasik haji dilakukan sebanyak 7 kali pertemuan di Kantor urusan Agama setempat, dan 3 kali pertemuan di Kantor Kementerian Agama Kabupaten/Kota.
- 5) Calon jemaah haji menunggu surat panggilan masuk Asrama Haji di Kantor Kementerian/Kota domisili.
- 6) Pemberangkatan dan Pemulangan
 

Dalam waktu pemberangkatan dibagi menjadi dua gelombang yaitu gelombang I dan gelombang II.

### 3. Manajemen Strategi

Menurut Barney yang dikutip dalam jurnal yang berjudul *strategic management*, manajemen strategi dapat dipahami sebagai proses pemilihan dan penerapan strategi-strategi. Sedangkan strategi adalah pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi-organisasi dapat mempertahankan kinerjanya.<sup>15</sup>

Menurut Grant yang dikutip dalam jurnal yang berjudul *strategic management*, strategi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan rencana mengenai penggunaan sumber daya-sumber daya untuk menciptakan suatu posisi menguntungkan. Dengan kata lain, manajemen strategis terlibat dengan pengembangan

---

<sup>15</sup> Annisaa Ligar Widanti, Strategi Management, Major Of Islamic Financial Management Faculty Of Sharia And Law Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung, 40614 Indonesia, 17.

dan implementasi strategi-strategi dalam kerangka pengembangan keunggulan bersaing.<sup>16</sup>

Michael A. Hitt & R. Duane Ireland & Robert E. Hoslisson yang dikutip dalam jurnal yang berjudul *strategic management*, Manajemen strategis adalah proses untuk membantu organisasi dalam mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai. Besarnya peranan manajemen strategis semakin banyak diakui pada masa-masa ini dibanding masa-masa sebelumnya. Dalam perekonomian global yang memungkinkan pergerakan barang dan jasa secara bebas diantara berbagai negara, perusahaan-perusahaan terus ditantang untuk semakin kompetitif. Banyak dari perusahaan yang telah meningkatkan tingkat kompetisinya ini menawarkan produk kepada konsumen dengan nilai yang lebih tinggi, dan hal ini sering menghasilkan laba diatas rata-rata.<sup>17</sup>

Menurut David yang dikutip dalam jurnal yang berjudul *strategic management*, manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan untuk merumuskan, mengimplementasikan and mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai obyektifnya.<sup>18</sup>

Hunger dan Wheelen yang dikutip dalam jurnal yang berjudul *strategic management*, manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.<sup>19</sup>

Dengan demikian dari definisi di atas dapat diketahui fokus manajemen strategis terletak dalam memadukan manajemen, pemasaran, keuangan/akunting, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi. Manajemen strategi dikatakan efektif apabila memberi tahu seluruh karyawan

---

<sup>16</sup> Annisaa Ligar Widanti, Strategi Management, Major Of Islamic Financial Management Faculty Of Sharia And Law Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung, 40614 Indonesia, 17.

<sup>17</sup> Annisaa Ligar Widanti, Strategi Management, Major Of Islamic Financial Management Faculty Of Sharia And Law Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung, 40614 Indonesia, 17.

<sup>18</sup> Annisaa Ligar Widanti, Strategi Management, Major Of Islamic Financial Management Faculty Of Sharia And Law Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung, 40614 Indonesia, 17.

<sup>19</sup> Annisaa Ligar Widanti, Strategi Management, Major Of Islamic Financial Management Faculty Of Sharia And Law Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung, 40614 Indonesia, 17.

mengenai sasaran bisnis, arah bisnis, kemajuan kearah pencapaian sasaran dan pelanggan, pesaing dan rencana produk kami. Komunikasi merupakan kunci keberhasilan manajemen strategi.<sup>20</sup>

#### 4. Strategi Pemasaran

##### a. Pengertian strategi

Pengertian strategi secara umum bisa diartikan sebagai upaya individu atau kelompok untuk membuat skema guna mencapai target sasaran yang hendak dituju.<sup>21</sup>

Dengan kata lain, strategi adalah seni bagi individu ataupun kelompok untuk memanfaatkan, kemampuan dan sumber daya yang dimiliki guna untuk mencapai target sasaran melalui tata cara yang dianggap dapat efektif dan efisien untuk mencapai sasaran yang telah diharapkan.

Pengertian strategi bisa juga diartikan sebagai tindakan untuk menyesuaikan diri terhadap segala reaksi ataupun situasi lingkungan yang terjadi. Baik itu situasi yang terduga maupun yang tidak terduga.

Jika pada paragraf sebelumnya telah dijelaskan mengenai pengertian strategi secara umum, berikut ada juga beberapa pandangan mengenai strategi menurut para ahli. Adapun pengertian dari para ahli adalah sebagai berikut:<sup>22</sup>

##### 1) **Marrus**

Strategi dapat diartikan sebagai proses dari seseorang untuk membuat rencana yang mempunyai guna untuk membantu memfokuskan diri serta membantu mencapai hasil yang telah diharapkan.

##### 2) **Chandler**

Strategi adalah sebuah alat dari perusahaan ataupun organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, untuk keperluan jangka panjang, dan juga digunakan untuk memrioritaskan alokasi sumber daya.

##### 3) **Quinn**

Strategi adalah sebuah bentuk dari perencanaan yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan, dan juga rangkaian

---

<sup>20</sup> Annisaa Ligar Widanti, Strategi Management, Major Of Islamic Financial Management Faculty Of Sharia And Law Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung, 40614 Indonesia, 17.

<sup>21</sup> Nanda Akbar Gumilang, "Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan, dan Contohnya". [www.gamedia.com](https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-strategi/), <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-strategi/>

<sup>22</sup> Nanda Akbar Gumilang, "Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan, dan Contohnya". [www.gamedia.com](https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-strategi/), <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-strategi/>

yang bisa bersatu menjadi suatu kesatuan yang utuh. Di mana strategi sebagai formulasi yang disusun dengan baik, supaya bisa membantu penyusunan sumber daya dari perusahaan atau organisasi supaya mampu bertahan dari ketatnya persaingan.

**4) Porter**

Strategi adalah sebuah alat yang cukup penting guna untuk mendapatkan sebuah keunggulan dibandingkan dengan yang lainnya.

**5) Ohmae**

Strategi adalah sebuah keunggulan kompetitif yang memiliki tujuan untuk merencanakan suatu hal dengan cara yang strategis. Tujuan strategi memungkinkan organisasi ataupun bisa bersaing, bekerja secara efektif dan efisien.

**6) Hamel dan Prahalad**

Strategi adalah sebuah tindakan yang memiliki sifat incremental. Incremental mempunyai arti yaitu pada tiap-tiap waktu mengalami peningkatan, semua tergantung kepada sudut pandang yang akan terjadi di masa yang akan datang.

Itulah keenam pengertian strategi yang disampaikan oleh para ahli. Dari pendapat yang telah disampaikan, secara garis besar mempunyai arti yang hampir sama, yaitu sebagai salah satu ah yang dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan.

**b. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran menjadi pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Memiliki pengetahuan mengenai pemasaran merupakan hal penting bagi sebuah perusahaan pada saat dihadapkan pada permasalahan, seperti menurunnya pendapatan perusahaan yang disebabkan oleh menurunnya

daya beli konsumen terhadap suatu produk sehingga memberikan dampak melambatnya pertumbuhan pada perusahaan.

Adapun jenis-jenis strategi pemasaran yang sering digunakan kebanyakan brand pada umumnya. Berikut diantaranya.

**1) Paid ads**

*Paid Ads* atau iklan berbayar merupakan iklan yang disediakan oleh beberapa media besar network digital. Paid ads terdiri dari beberapa kategori, di antaranya iklan *display* atau *banner*, *pay-per-impression* (PPI), dan *pay-per-click* (PPC). Cara ini sangat efektif bagi perusahaan yang ingin menunjukkan produknya ke *audiens* dengan skala luas melalui berbagai platform digital.

**2) Pemasaran transaksional**

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh *brand* pada umumnya adalah memenuhi target penjualan. Strategi pemasaran transaksional ternyata cukup efektif dalam mengatasi masalah ini. Perusahaan yang menggunakan strategi ini mampu menarik konsumen untuk membeli lebih banyak produk yang ditawarkan melalui kupon belanja, diskon, promosi, dan acara-acara besar.

**3) Pemasaran media sosial**

Saat ini, pemasaran media sosial sudah diketahui banyak orang, bahkan menjadi salah satu strategi utama dalam *digital marketing*. Pemasaran media sosial juga mudah digunakan, irit biaya, dan bisa menjangkau banyak target sehingga strategi ini dapat diterapkan oleh berbagai perusahaan. Mengingat cakupannya begitu luas, perusahaan dapat membangun brand dalam waktu cepat.

**4) Search engine optimization (SEO)**

SEO adalah proses memperoleh *traffic* dan praktik optimisasi guna meningkatkan posisi sebuah *website* di dalam mesin pencarian (search engine). Strategi ini berkaitan erat dengan pemasaran konten, bahkan turut menentukan apakah suatu konten dapat dikatakan berkualitas atau tidak. Konten yang memenuhi SEO umumnya menempati posisi atas pada hasil pencarian yang berdampak pada naiknya jumlah *traffic*, meskipun faktor lain yang mempengaruhi SEO *On Page* seperti *riset keyword*, pemilihan judul konten,

permalink, jumlah kata dsb juga turut berpengaruh. Hal ini juga dapat meningkatkan brand awareness sehingga semakin banyak audiens yang mengenal brand Anda.

**5) Earned media (public relation)**

*Earned media* merupakan publikasi yang bisa didapatkan dengan berbagai cara yang cenderung mudah, seperti testimoni media sosial, pembicaraan dari mulut ke mulut, review produk melalui *marketplace*, dan sebagainya.

**6) Email Marketing**

*Email marketing* adalah prosedur yang dilakukan marketer untuk mencapai tujuan pemasaran dengan mengirimkan *email advertising* kepada beberapa pelanggan atau *audiens* yang menjadi target bisnis. Adapun berbagai macam email marketing yang sering digunakan dalam strategi pemasaran seperti *newsletter email*, *press release email*, dan *email* transaksional.

**7) Program referral**

Mungkin Anda sudah sering mendengar strategi pemasaran yang satu ini atau pernah menggunakannya. Program referral adalah strategi yang memerlukan peran dari konsumen dan calon konsumen, yaitu dengan mendorong mereka untuk memberi tahu orang sekitar mereka tentang produk atau jasa tertentu. Banyak perusahaan besar yang sukses mengaplikasikan strategi pemasaran ini, seperti perusahaan penyewaan penginapan, Airbnb. Perusahaan rintisan ini berhasil meningkatkan jumlah booking sebanyak 25% dan terus meningkat hingga 300% pada versi aplikasi 2.0.

**8) Conversational marketing**

Seperti namanya, *conversational marketing* merupakan strategi pemasaran yang mengandalkan *conversation* atau percakapan. Percakapan berlangsung secara *real time* melalui berbagai media seperti *chatbot* atau *live chat*. Dengan strategi ini, konsumen atau calon konsumen dapat secara langsung mendapatkan informasi yang mereka inginkan, bertanya dan melakukan transaksi secara cepat.

### c. Jenis-jenis strategi

Ditinjau dari jenis atau macam-macam strategi, dibagi menjadi beberapa jenis. Langsung saja simak ulasannya sebagai berikut.<sup>23</sup>

#### 1) Strategi integrasi

Dikatakan sebagai strategi integrasi karena strategi ini lebih sering digunakan oleh para perusahaan-perusahaan untuk mengontrol masalah yang terjadi di distributor, pasokan, dan juga dalam perencanaan pesaing. Adapun beberapa jenis strategi integrasi yaitu sebagai berikut.

##### a) *Forward Integration strategy*

*Forward integration strategy* adalah upaya pengendalian terhadap distributor ataupun pengecer berjalan sesuai dengan kehendak perusahaan/organisasi. Bagi perusahaan atau organisasi besar, cara pengendalian bisa dilakukan dengan cara memilikinya. Hal tersebut dilakukan karena jika distributor ataupun pengecer membeli pasokan dari pihak yang sama, maka hal tersebut berpeluang besar menimbulkan banyak masalah.

##### b) *Backward integration strategy*

Yang dimaksud dengan *backward integration strategy* adalah salah satu cara bagi perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap seluruh bahan baku. Jadi perusahaan akan mengontrol semua dari kualitas bahan baku hingga akhir supaya bisa memberikan hasil sesuai standar yang sudah ditentukan.

*Backward integration strategy* juga berarti bisa melakukan pengawasan terhadap pemasok yang bersifat pasif dan tidak lagi menguntungkan bagi pihak perusahaan. Untuk pemasok yang tidak mampu memenuhi kualitas mutu akan mendapatkan perhatian khusus.

##### c) *Horizontal integration strategy*

Jenis yang terakhir adalah jenis strategi yang fokus pada pertumbuhan, termasuk untuk

---

<sup>23</sup> Nanda Akbar Gumilang, "Pengertian Strategi serta Jenis, Tujuan, dan Contohnya". [www.gamedia.com](http://www.gamedia.com), <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-strategi/>

mendapatkan pengendalian atas para pesaing maupun mendapatkan kepemilikan.

**2) Strategi intensif**

Sementara yang dimaksud dengan strategi intensif ialah strategi yang lebih cocok digunakan untuk mengecek keadaan pasar atau untuk sekadar melihat pengembangan produk yang sedang dipasarkan. Jika konteksnya dalam dunia bisnis, strategi intensif sebagai salah satu upaya untuk melihat posisi dan usaha yang tepat demi meningkatkan penjualan atau keuntungan.

**3) Strategi diversitas**

Ada pula yang disebut dengan strategi diversitas, yaitu strategi yang lebih sering digunakan guna untuk berupaya menambahkan produk baru atau jasa baru ke dalam perusahaan tanpa harus merusak atau mengganggu selera pelanggan yang telah terbentuk. Adapun strategi diversifikasi memiliki beberapa bentuk yaitu strategi diversifikasi konsentrik, strategi diversifikasi konglomerat dan strategi diversifikasi horizontal..

**4) Strategi Defensif**

Sesuai dengan namanya, strategi defensif merupakan sebuah strategi yang menjalankan usaha dengan dasar rasionalitas. Baik rasionalitas tersebut di dalam hal likuidasi, biaya ataupun hal-hal yang lainnya. Bagaimanapun juga rasionalitas dapat menjadi salah satu kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan yang diinginkan tanpa harus merusak skema dan juga alur yang telah ada.

**5. Minat**

**a. Pengertian minat**

Menurut KBBI minat berarti:

- 1) Menuju pada perhatian adanya keinginan untuk memperhatikan
- 2) Kemauan untuk melakukan sesuatu
- 3) Berminat
- 4) ada ketertarikan
- 5) ada rasa
- 6) suka
- 7) ada kemauan
- 8) ingin akan.

Menurut Aiken minat adalah kesukaan terhadap kegiatan melebihi kegiatan lainnya. Ini berarti minat

berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya. Minat adalah kecenderungan terhadap sesuatu, atau dorongan kuat dalam diri seseorang untuk melakukan segala sesuatu yang diinginkan.

Menurut Sandjaja, minat merupakan suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari ataupun mencoba aktivitas-aktivitas dalam bidang tertentu.

Dari berbagai pengertian diatas, adapun skala pengukuran minat adalah sebagai berikut:

Ditinjau dari asal mulanya, minat seseorang dapat dibedakan menjadi dua golongan, menurut Badan Penelitian dan Pengembangan Pendidikan dan Kebudayaan, yaitu:

<b>Nama minat</b>	<b>Arti minat</b>	<b>Penjelasan yang berhubungan dengan minat haji</b>
Minat bawaan	minat yang muncul dengan sendirinya tanpa dipengaruhi oleh faktor lain, baik itu faktor lingkungan maupun kebutuhan. Minat ini biasanya dipengaruhi oleh faktor keturunan atau bakat alamiah.	Minat bawaan ini bisa terjadi dengan sendirinya (real karena benar-benar keinginan dari hati untuk melaksanakan ibadah haji) tanpa dipengaruhi oleh faktor lain, baik itu faktor lingkungan maupun kebutuhan seperti: <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Islam Dalam Islam, Haji termasuk dalam rukun Islam yang kelima karena haji merupakan kewajiban bagi yang mampu, maka setiap orang muslim apabila melakukannya akan mendapatkan pahala. Dengan alasan tersebut maka setiap orang akan tergerak hatinya untuk melaksanakan ibadah haji.</li> <li>b) Orang tua yang telah haji Orang tua merupakan pemeran utama dalam lingkungan keluarga, maka jika orang tua saja mampu atau dapat melakukan ibadah</li> </ul>

		<p>haji. Maka anak atau keluarga lainnya juga akan mempunyai keinginan untuk melaksanakan haji.</p>
<p>Minat yang muncul karena pengaruh dari luar</p>	<p>Minat seseorang ini dapat berubah karena pengaruh dari luar individu, seperti lingkungan dan kebutuhan. Minat ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, dorongan orang tua, dan kebiasaan.</p>	<p>Minat seseorang untuk berhaji biasanya bisa berubah karena pengaruh dari luar individu, seperti lingkungan dan kebutuhan. Minat ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan, dorongan orang tua, dan kebiasaan, contohnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Iklan Iklan memiliki sifat persuasif biasanya menjadi faktor yang dapat merubah minat seseorang yang awalnya belum berkeinginan melaksanakan haji menjadi ingin melaksanakan haji.</li> <li>b) <i>Peer pressure</i> Banyaknya orang yang telah melaksanakan haji juga dapat menjadi tekanan bagi yang belum berhaji menjadi berminat untuk melaksanakan haji.</li> <li>c) Keinginan mendapat gelar Haji/Hajjah yang mabrur</li> <li>d) Cita-cita berhaji bukan sekadar terdorong karena keinginan untuk melakukan ibadah di depan Ka'bah secara langsung. Lebih dari itu, mereka juga menginginkan gelar Haji/Hajjah yang mabrur (di mata Allah SWT)</li> </ul>

Berdasarkan beberapa uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat adalah suatu bentuk perhatian, keinginan, dan kecenderungan seseorang terhadap sesuatu yang muncul karena faktor dalam diri seseorang maupun dari faktor luar.

Sebelum mengarah ke inti dari skala pengukuran minat peneliti akan memaparkan darimana peneliti mengenal KBIH Arwaniyyah, bermula dari orang tua yang sebelumnya telah menjadi salah satu jamaah KBIH Arwaniyyah.

Disamping itu, KBIH Arwaniyyah memiliki keistimewaan tersendiri, adapun Keistimewaan dari Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Arwaniyyah Kudus adalah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) tersebut menjadi salah satu KBIH yang memiliki perhatian terhadap calon jamaah haji dan menerapkan visi misi untuk menciptakan jamaah yang memiliki prinsip *ta'awun* dan menjadi haji yang mabrur. Sehingga KBIH Arwaniyyah Kudus dapat meningkatkan kualitas jamaah haji. Untuk mencapai tujuannya, setiap Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) mengarahkan kegiatannya menghasilkan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada jamaah, sehingga dapat mempertahankan pelayanan yang diharapkan dapat menjadi investasi, dengan melalui pelayanan yang baik, maka setiap Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) akan mudah mendapatkan kepercayaan calon jamaah haji.

Membahas mengenai motivasi pergi bisa saja terjadi dikarenakan haji sendiri adalah rukun Islam yang kelima karena haji merupakan kewajiban, maka setiap orang muslim apabila melakukannya akan mendapatkan pahala. Haji pada dasarnya adalah sarana dan media bagi umat Islam untuk beribadah di Baitullah dan Tanah Suci. Hal tersebut terjadi dikarenakan setiap tahun umat Islam dari seluruh dunia datang untuk menunaikan ibadah haji guna menyempurnakan rukun Islam.<sup>24</sup>

Adapun alasan peneliti memilih KBIH Arwaniyyah sebagai obyek penelitian itu dikarenakan 3 (tiga) alasan diantaranya:

1) Kepercayaan

Mengenai kepercayaan, KBIH Arwaniyyah telah mendapatkan kepercayaan dari para jamaah, hal ini dapat dilihat dari tahun 2022-2023 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Arwaniyyah telah memberangkatkan 516 jamaah haji.

---

<sup>24</sup> Iseu Susilawati, Ahmad Sarbini, dan Asep Iwan setiawan, Implementasi Fungsi Manajemen dalam Pelayanan Bimbingan Ibadah Haji, Jurnal Manajemen Dakwah Vol 1, No 2, 2016, 190-206

2) Keseriusan

KBIH Arwaniyyah Kudus disini serius meningkatkan kualitas jamaah haji. Untuk mencapai tujuannya, setiap Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) mengarahkan kegiatannya menghasilkan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada jamaah, sehingga dapat mempertahankan pelayanan yang diharapkan dapat menjadi investasi, dengan melalui pelayanan yang baik, maka setiap Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) akan mudah mendapatkan kepercayaan calon jamaah haji.

3) Komitmen

Dengan cara mempertahankan pelayanan yang baik, hal ini diharapkan dapat menjadi investasi, karena melalui pelayanan yang baik, maka Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Arwaniyyah akan mudah mendapatkan kepercayaan calon jamaah haji.

Minat juga dapat diartikan sebagai sikap positif terhadap aspek-aspek lingkungan. Selain itu, minat juga merupakan kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati suatu aktivitas disertai dengan rasa senang. Hal ini berarti minat berkaitan dengan proses seseorang menunjukkan perhatian dan fokus pada hal yang diminati, yang dilakukan secara terus menerus disertai perasaan senang dan memunculkan rasa puas.

Selain itu, Holland menyatakan bahwa minat merupakan suatu kegiatan atau hal-hal yang membangkitkan rasa ingin tahu, kemudian membuat seseorang memberi perhatian, dan memunculkan rasa senang atau nikmat pada diri seseorang. Minat merupakan indikator adanya kekuatan dalam diri seseorang pada bidang kegiatan tertentu yang membuat seseorang termotivasi untuk mempelajarinya dan akan menghasilkan sesuatu secara maksimal.

## B. Penelitian Terdahulu

Hasil dari penelitian terdahulu merupakan sebuah referensi yang dapat digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan kegiatan penelitian.

1. Jurnal yang berjudul “Manajemen Penyelenggaraan Ibadah Haji”. Oleh Dalinur dan Nur. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kualitatif. Dan peneliti menggunakan metode

- wawancara dan observasi. Penelitian ini berfokus pada manajemen penyelenggaraan ibadah haji.
2. Jurnal yang berjudul “Strategi Pelayanan Prima Kelompok Bimbingan Ibadah Haji terhadap Calon Jamaah dalam Meningkatkan Bimbingan Kualitas Ibadah Haji oleh Puji Lestari dkk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun langkah-langkah penelitian yang ditempuh; penentuan lokasi penelitian, pengumpulan data dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, studi kepustakaan, dokumentasi. Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa konsep pelayanan prima KBIH Maqdis dalam meningkatkan kualitas bimbingan ibadah haji dilihat dari konsep pelayanan prima yang diterapkan KBIH Maqdis meliputi: kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab. Kemudian rancangan pemberian pelayanan prima KBIH Maqdis diantaranya: regulasi layanan, fasilitas layanan, peranan tim pengarah dan budaya pemberian pelayanan. Selain itu bentuk layanan KBIH Maqdis terhadap jamaah dalam meningkatkan kualitas bimbingan ibadah haji diantaranya KBIH Maqdis menyediakan pembimbing haji yang profesional dan materi bimbingan ibadah haji.
  3. Jurnal yang berjudul “ANALISA WORD OF MOUTH DAN TRUTH TERHADAP MINAT HAJI KHUSUS (Studi di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh word of mouth dan kepercayaan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus di Dewangga Lil Hajj Wal Umrah Surakarta. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat jemaah mendaftar haji khusus. Sedangkan variabel independen adalah word of mouth dan kepercayaan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh jemaah yang telah mendaftar paket haji khusus. Sampel dipilih menggunakan metode accidental sampling dan diperoleh 30 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan regresi linear berganda sebagai teknik analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus. Selanjutnya, kepercayaan (truth) berpengaruh signifikan terhadap minat jemaah mendaftar haji khusus.

**C. Kerangka Berfikir**

*Tabel 2. 1 kerangka berpikir*

