PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dan diajukan pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiat atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, Juni 2019

Mega Febriyanti

NIM. 153300616

ABSTRAK

Nama : Mega Febriyanti, NIM : 153300616, Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Program Umrah (Studi Kasus PT. Munir Imani Indonesia di Kota Serang),** Fakultas Dakwah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Tahun 2019.

Berangkat dari fenomena umrah yang semakin meningkat dan menjadi masif, meskipun banyak kasus penipuan di masyarakat namun tidak menyurutkan keinginan umat muslim untuk pergi umrah. Bahkan melakukan umrah telah menjadi bagian dari gaya hidup dan ungkapan ketaqwaan beragama. Hal ini disinyalir merupakan efek dari dibatasinya kuota haji oleh pemerintah Arab Saudi. Sehingga mengakibatkan panjangnya daftar tunggu calon jamaah haji. Hal ini menjadi motivasi persaingan penyelenggara perjalanan umrah di Indonesia untuk memberikan pelayanan yang prima dan berkualitas kepada jamaah umrah.

Dari keseluruhan uraian berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut, 1). Bagaimana strategi komunikasi pemasaran PT. Munir Imani Indonesia dalam mempromosikan program umrah di Kota Serang? 2). Apa faktor pendukung dan penghambat PT. Munir Imani Indonesia dalam mempromosikan program umrah di Kota Serang?

Dari kedua rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitiannya adalah Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran PT. Munir Imani Indonesia dalam mempromosikan program umrah di Kota Serang? 1). Untuk mengetahui apa faktor pendukung dan penghambat PT. Munir Imani Indonesia dalam mempromosikan program umrah di Kota Serang?

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan pendekatan psikologis yaitu untuk melihat perilaku dalam situasi yang sebenarnya dan tanpa adanya rekayasa. Penelitian dilakukan dari tanggal 20 Mei 2019 sampai 20 Juli 2019. Sedangkan teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan Strategi komunikasi pemasaran pada PT. Munir Imani Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan adalah melalui Penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). PT. Munir Imani Indonesia mengkoordinir keempat unsur (*Product, Place, Place, Promotion*) yang masing-masing elemen didalamnya saling mempengaruhi sehingga diperoleh suatu program pemasaran yang efektif

Kemudian pesan dakwah dalam hal ini perusahaan memaknai promosi (*marketing*) sebagai dakwah, karena pada dasarnya dakwah ini adalah menjual dan mempromosikan nilai Islam yang kita yakini kebenarannya. Promosi yang ditawarkan PT. Munir Imani Indonesia merupakan strategi untuk mengajak seseorang menjalankan perintah Allah SWT. Mengajak seseorang kepada kebajikan dalam setiap aspek kehidupan haruslah dilakukan dengan dengan cara yang baik, halus dan penuh hikmah.

FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN

Nomor : Nota Dinas
Lamp :
Hal : **Ujian Skripsi**
a.n. Mega Febriyanti
NIM : 153300616

Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah
UIN SMH Banten
Di -
Serang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi Saudara **Mega Febriyanti,** NIM **: 153300616**, Judul Skripsi: ***Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Program Umrah (Studi Kasus PT. Munir Imani Indonesia di Kota Serang)***, diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqosah pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Serang, 07 Juli 2019

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Umdatul Hasanah, S.Ag., M.Ag.	**Asep Furqonuddin, S.Ag., M.M.Pd.**
NIP. 19700529 199603 2 001	NIP. 19780512 200312 1 001

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM UMRAH

(Studi Kasus: PT. Munir Imani Indonesia di Kota Serang)

Oleh :

MEGA FEBRIYANTI
NIM : 153300616

Menyetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Umdatul Hasanah, S.Ag., M.Ag.	**Asep Furqonuddin, S.Ag., M.M.Pd.**
NIP. 19700529 199603 2 001	NIP. 19780512 200312 1 001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah,	Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Dr. H. Suadi Sa'ad, M.Ag.	**Muhibuddin, S.Sos., M.Si.**
NIP. 19631115 199403 1 002	NIP. 19700620 199903 1 004

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO

"Tubuh dibersihkan dengan air. Jiwa dibersihkan dengan air mata. Akal dibersihkan dengan pengetahuan. Dan jiwa dibersihkan dengan cinta"

(Ali Bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Alhamdulilah kupanjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberi semangat dan do'a, untuk karya yang sederhana ini, maka saya persembahkan untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta dan tersayang. Terima kasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril. Karya ini saya persembahkan untuk kalian, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah kalian sehingga saya dapat menggapai cita-cita. Mbah, Bibi, Mamang yang selalu memberi nasihat yang bermanfaat dan Adik tercinta Eep, terima kasih untuk bantuan dan semangat dari adikku, semoga awal dari kesuksesan saya ini dapat membanggakan kalian.

Sahabat dan seluruh teman di kampus tercinta, tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi biasa-biasa saja, maaf jika banyak salah dengan maaf yang tak terucap. Terima kasih untuk dukungan yang luar biasa, sampai saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Mega Febriyanti, lahir di Tomini-Sulawesi Tengah, 18 Agustus 1997. Penulis beralamat di Kp. Warunglame 03/01, Ds. Bayah Timur, Kec. Bayah, Kab. Lebak, Propinsi Banten. Penulis adalah anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Haerudin dan Ibu Hapsa.

Jenjang pendidikan formal yang ditempuh SDN 6 Bayah Barat lulus tahun 2009, SMP Negeri 1 Bayah lulus tahun 2012, MAN Bayah lulus tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri "Sultan Maulana Hasanuddin" Banten mengambil jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah.

Selama menjadi mahasiswa di perguruan tinggi tersebut, penulis aktif di Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai bendahara umum pada tahun 2017, Radio komunitas aktif sebagai penyiar Radio Dakwah Kampus 107.7 RDS FM, Komunitas *Stand Up Comedy* kampus aktif sebagai anggota pada tahun 2016, penulis juga aktif sebagai pengurus Dewan Mahasiswa Universitas (DEMA-U) sebagai anggota Pemberdayaan Perempuan pada tahun 2018. Demikian riwayat hidup yang pernah penulis jalani selama menempuh jenjang Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri "Sultan Maulana Hasanuddin" Banten Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah "UIN SMH" Banten. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikut ajaran Islam sampai akhrir zaman.

Dengan pertolongan Allah dan usaha bersungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Program Umrah di PT. Munir Imani Indonesia Kota Serang-Banten.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan, kelemahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Namun demikian penulis berharap semoga dengan adanya skripsi mudah-mudahan dapat membawa manfaat sebagai bahan pertimbangan dan khazanah ilmu pengetahuan Islam.

Skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatanini penulus mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H Fauzul Iman, MA, selaku Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Bapak Dr. H. Suadi Sa'ad, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah, UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan persetujuan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak Muhibuddin, S.Sos, Msi, selaku ketua Jurusan dan Bapak TB Nurwahyu,S.Ag.,M.A, selaku sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan arahan, mendidik dan memberikan motivasi kepada penulis.
4. Ibu Dr. Umdatul Hasanah, S.Ag., M.Ag., selaku dosen pembimbing I dan Bapak Asep Furqonuddin, S.Ag.,M.M.Pd selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya, memberikan bimbingan, arahan, motivasinya kepada penulis dengan penuh kesabaran, tenaga dan pikirannya dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, terutama yang telah mengajar dan mendidik penulis selama kuliah di UIN, pengurus perpustakaan umum, Iran

Corner, staf Akademik dan Karyawan UIN, yang telah memberikan bekal pengetahuan yang begitu berharga selama penulis kuliah di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

6. Bapak Drs. H. Rusli Ridwan, M.Si., selaku Komisaris Utama, Ibu dr. Nina Rusmayanti selaku Komisaris, dan Bapak H. A. Faisal Mujtahis, ST, selaku direktur di PT. Munir Imani Indonesia penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya karena telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan bimbingan. Serta para jamaah yang telah menjadi narasumber sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh keluarga terutama, ayahanda dan ibunda tercinta yang menjadi inspirasiku, juga adikku serta seluruh bibi dan paman yang telah memberikan dukungan serta motivasi dan do'a selama penyusunan skripsi.
8. Sahabat-sahabat dan teman-teman KPI 2015 dan grup WhatsApp "NGAHUAP" yang selalu menghibur dan memberi semangat beserta yang telah membantu dalam berbagai hal sehingga memudahkan penulis menyusun skripsi ini.

Akhirnya, hanya kepada Allah SWT lah penulis memohon agar seluruh kebaikan dari semua pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, semoga diberi balasan yang berlipat ganda. Penulis berharap kiranya karya tulis penulis ini turut mewarnai khazanah ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Serang, Juli 2019

Penulis

Mega Febriyanti

153300616

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI i

ABSTRAK ii

NOTA DINAS iii

LEMBAR PERSETUJUAN MUNAQOSAH iv

LEMBAR PENGESAHAN v
MOTTO vi
PERSEMBAHAN vii
RIWAYAT HIDUP viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 4
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Peneltian 5
E. Tinjauan Pustaka 6
F. Kerangka Teori 8
G. Metode Penelitian 9
H. Sistematika Penulisan 15

BAB II PROFIL DAN GAMBARAN UMUM PT. MUNIR IMANI INDONESIA 16

A. Profil PT. Munir Imani Indonesia 16
a. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Munir Imani Indonesia 16
b. Visi dan Misi PT. Munir Imani Indonesia 19
B. Legalitas PT. Munir Imani Indonesia 20
C. Struktur Pengurus Perusahaan PT. Munir Imani Indonesia 21
D. Profil Manajemen PT. Munir Imani Indonesia 23

BAB III LANDASAN TEORI 25

A. Tinjauan tentang Komunikasi 25
1. Pengertian Komunikasi 25
2. Bentuk Dasar Komunikasi 26
3. Fungsi Komunikasi 28

4. Karakteristik Komunikasi 30
B. Tinjauan tentang Strategi Komunikasi Pemasaran 31
1. Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran 31
2. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran 33
3. Model Komunikasi Pemasaran 33
C. Tinjauan tentang Umrah..... 39
D. Pemasaran dalam Pandangan Islam 46

BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. MUNIR IMANI INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM UMRAH DI KOTA SERANG 47

A. Strategi Komunikasi Pemasaran *Marketing Mix* PT. Munir Imani Indonesia dalam Mempromosikan Program Umrah 49
a. Penerapan Strategi Produk (*Product*) 49
b. Penerapan Strategi Harga (*Price*) 53
c. Penerapan Strategi Tempat (*Place*) 58
d. Penerapan Strategi Promosi (*Promotion*) 61
B. Respon Jamaah Umrah Terhadap Pelayanan PT. Munir Imani Indonesia 69
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Munir Imani Indonesia dalam Mempromosikan Program Umrah 75

BAB V PENUTUP 76

A. Kesimpulan 76
B. Saran 77
C. Penutup 78

DAFTAR PUSTAKA 79

LAMPIRAN-LAMPIRAN 83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Jamaah PT. Munir Imani Indonesia..... 51

Tabel 2. Penetapan Harga Produk PT. Munir Imani Indonesia 53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Munir Imani Indonesia 21