

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Daya Saing pada Kelompok Bimbingan Haji dan Umrah (Studi Multisitus KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung)” ditulis oleh Jamilatun Ni'mah, NIM. 1880508220036 Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing 1 Prof. Dr. H. Agus Eko Sujianto. S.E., M.M., dan Pembimbing 2 Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung belum mampu menjadi lembaga penyedia jasa penyelenggara ibadah haji dan umrah yang optimal, sehingga kedua KBIHU belum menguasai pasar secara maksimal. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menjelaskan implementasi strategi produk dalam meningkatkan daya saing pada KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, (2) Untuk menjelaskan implementasi strategi harga dalam meningkatkan daya saing pada KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, (3) Untuk menjelaskan implementasi strategi tempat dalam meningkatkan daya saing pada KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, (4) Untuk menjelaskan implementasi strategi promosi dalam meningkatkan daya saing pada KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Lokasi penelitian di KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman, dengan alat bantu analisis data Nvivo 12.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Strategi produk dalam meningkatkan daya saing pada KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan produk. (2) Strategi harga dalam meningkatkan daya saing pada KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, yaitu dengan menetapkan harga yang terjangkau, kompetitif, dengan skema pembayaran yang memudahkan para jemaah, (3) Strategi tempat dalam meningkatkan daya saing pada KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, yaitu menerapkan konsep tempat yang nyaman, strategis dan mudah dijangkau oleh jemaah, (4) Strategi promosi dalam meningkatkan daya saing pada KBIHU Al-Kamal Blitar dan KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, yaitu promosi dilakukan secara langsung dan tidak langsung.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, KBIHU, Daya Saing

ABSTRACT

The thesis with the title "Marketing Mix Strategy in Increasing Competitiveness in Hajj and Umrah Guidance Groups (Multisite Study of KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung)" was written by Jamilatun Ni'mah, NIM. 1880508220036 Master of Sharia Economics Postgraduate Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung. Supervisor 1 Prof. Dr. H. Agus Eko Sujianto. S.E., M.M., and Supervisor 2 Dr. Muhammad Aswad, M.A.

This research is motivated by the fact that KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung have not been able to become optimal providers of Hajj and Umrah services, so that both KBIHUs have not yet controlled the market optimally. The objectives of this research are (1) To explain the implementation of product strategies in increasing competitiveness at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, (2) To explain the implementation of pricing strategies in increasing competitiveness at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, (3) To explain the implementation of location strategies in increasing competitiveness at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, (4) To explain the implementation of promotion strategies in increasing competitiveness at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung.

This study uses a qualitative research approach with a case study research type. The research location is at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung. The data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques in this study use in-depth interview techniques, observation, and documentation. The data analysis technique used uses the Miles and Huberman model qualitative data analysis technique, with the Nvivo 12 data analysis tool.

The results of this study are (1) Product strategy in increasing competitiveness at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, namely by increasing the quality of product service. (2) Price strategy in increasing competitiveness at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, namely by setting affordable, competitive prices, with payment schemes that make it easier for the congregation, (3) Location strategy in increasing competitiveness at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, namely by implementing the concept of a comfortable, strategic and easily accessible place for the congregation, (4) Promotion strategy in increasing competitiveness at KBIHU Al-Kamal Blitar and KBIHU Rahmatul Ummah Tulungagung, namely promotion is carried out directly and indirectly.

Keywords: Marketing Mix, KBIHU, Competitiveness