

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pasca Penerapan Sistem Multi Level Marketing Menurut Perspektif Ekonomi Islam” ini ditulis oleh Rufaidatun Nisfu Laili, NIM. 1742143250, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung dibimbing oleh Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi karena adanya perubahan sistem pemasaran pada strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Arminareka Perdana Tulungagung untuk memenuhi kebijakan Kemenag yang melarang pelaksanaan sistem pemasaran berjenjang pada travel umroh dan haji melalui Undang Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014. Serta tinjauan penerapan pelaksanaan perubahan sistem pemasaran tersebut berdasarkan ekonomi Islam.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung dalam menghadapi persaingan usaha pasca penerapan sistem multi level marketing?, (2) Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat penerapan strategi pemasaran kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung dalam menghadapi persaingan usaha pasca penerapan sistem multi level marketing?, dan (3) Bagaimana penerapan strategi pemasaran kelompok bimbingan ibadah haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung dalam menghadapi persaingan usaha pasca penerapan sistem multi level marketing menurut pandangan ekonomi Islam?.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan terkait strategi pemasaran yang dijalankan oleh Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan sekunder, dimana data primer diperoleh dari wawancara serta dokumentasi sedangkan data primer diperoleh dari buku-buku referensi.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran yang dilakukan KBIH PT Arminareka Perdana Tulungagung dalam menghadapi persaingan usaha pasca dihapuskannya penerapan sistem multi level marketing adalah dengan mengganti tersebut dengan menggunakan sistem referal. Adapun faktor yang mendukung penerapan strategi tersebut berasal dari fasilitas-fasilitas pelayanan purna jual yang diberikan oleh PT Arminareka Perdana pusat. Sedangkan faktor penghambatnya berasal dari adanya rasa khawatir dalam diri jamaah terhadap perubahan sistem yang baru serta kurangnya sosialisasi yang menyeluruh tentang strategi pemasaran kepada jamaah. Serta PT Arminareka Perdana Tulungagung memegang teguh prinsip-prinsip pemasaran Islam yakni prinsip kejujuran, amanah, adil, dan tidak curang kepada jamaahnya.

**Kata kunci :** Strategi pemasaran, sistem multi level marketing, sistem referal, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), PT Arminareka Perdana.

## ABSTRAC

A thesis entitled "The Analysis of Marketing Strategy of Hajj Guidance Group (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung in Facing The Business Competition After The Implementation of Multi Level Marketing System" written by Rufaidatun Nisfu Laili, Student Registered Number 1742143250, Faculty of Economy and Islamic Business, Department of Syariah Economics, Islamic State Institute of Tulungagung. Advisor: Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

This research based on there is a change of marketing system in marketing strategy used by PT Arminareka Perdana Tulungagung caused by the policy of religious ministry which prohibit the implementation of tiered system on umroh and hajj travel trough the trading law number 7 year 2014. As well as reviewing the implementation of the marketing system changes based on Islamic economics.

The focus of this research is (1) how is the marketing strategy of Hajj Guidance Group (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung in Facing The Business Competition After The Implementation of Multi Level Marketing System? (2) what are the supporting factors and the obstacle factors in implementing the marketing strategy of Hajj Guidance Group (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung in Facing The Business Competition After The Implementation of Multi Level Marketing System?, and (3) How to implement marketing strategies for Hajj guidance groups (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung in Facing The Business Competition After The Implementation of Multi Level Marketing System according to Islamic economic views?.

This research is a qualitative research which use the descriptive approach purposed to describe about the marketing strategy implemented by hajj guidance group (KBIH) PT Arminareka Perdana Tulungagung. The writer used primary and secondary data, the primary data obtained from the interview and documentation, while the secondary data obtained from reference books.

According to the research result, the marketing strategy implemented by KBIH PT Arminareka Perdana Tulungagung in facing the business competition after the implementation of multi level marketing system is by changing the implementation of that strategy by referal system. The supporting factors that support the strategy implementation come from the after-sale service facilities which was given by PT Arminareka Perdana Tulunggung center. While the obstacle factors came from the jamaah's self worriness toward the new system change and the lack of comprehensive socialization about the new marketing strategy. As well as PT Arminareka Perdana Tulungagung it adheres to the principles of Islamic marketing that is honesty, trust, fairness and not cheating on its congregation.

**Keywords:** Marketing strategy, multi level marketing system, referal system, Hajj Guidance Group (KBIH), PT Arminareka Perdana.