

**STRATEGI PEMASARAN APLIKASI ONLINESHOP
OLEH-OLEH HAJI DAN UMROH**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)

OLEH :

DERI MUHAMMAD NASYIHIN

1711170013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH
JURUSAN MANAJEMEN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN)BENGKULU**

BENGKULU,2022 M/1443H



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
(UINFAS) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Faks. (0736) 51171 Bengkulu

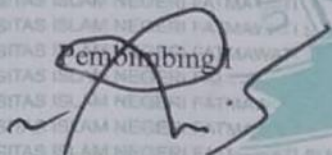
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Deri Muhammad Nasyihin, NIM. 1711170013 dengan judul **“Strategi Pemasaran Aplikasi Onlin Shop Oleh-Oleh Haji dan Umroh”** program studi Manajemen Haji dan Umroh Jurusan Manajemen Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran dari pembimbing I dan pembimbing II oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk dijadikan dalam sidang *Munagoayah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Bengkulu, 25 Februari 2022M


1 Rajab 1443 H

Pembimbing I


Dr. Nurul Hak M.A

NIP.1966061619950301003

Pembimbing II


Yunida Een Fryanti, M.Si

NIP.198106122015032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
(UINFAS) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Faks. (0736) 51171 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Aplikasi Onlin Shop Oleh-Oleh Haji dan Umroh", oleh Deri Muhammad Nasyihin. NIM. 1711170013, Program Studi Manajemen Haji dan Umrah Jurusan Manajemen Syariah, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Februari 2022 M / 16 Jumadil Akhir 1443 H

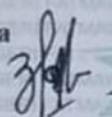
Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Manajemen Haji dan Umrah, dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 25 Februari 2022 M

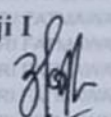
1 Rajab 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah


Ketua


Eka Sri Wahyuni, M.M.
NIP. 197705092008012014

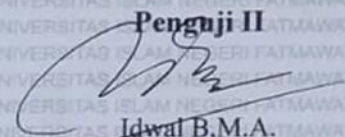
Penguji I


Eka Sri Wahyuni, M.M.
NIP. 197705092008012014


Sekretaris


Yunida Een Fryanti, M.Si.
NIP. 198106122015032003

Penguji II


Idwal B.M.A.
NIP. 198307092009121005

Mengetahui,
Dekan


Dr. H. Supardi, M.Ag
NIP. 196504101993031007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
(UINFAS) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jln. Raden Patah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Faks. (0736) 51171 Bengkulu

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan :

1. Skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Strategi Pemasaran Aplikasi Onlin Shop Oleh-Oleh Haji dan Umroh", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UINFAS Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dan Tim Pembimbing.
3. Di dalam Skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dan pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 25 Februari 2022 M
1 Rajab 1443 H

Mahasiswa yang menyatakan



Deri Muhammad Nasyihin
NIM 1711170013

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas Rahmat dan hidayah-Nya sehinggalah dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Thoriq hidayah dan Ibu Sri rina liati ningsih, yang telah mendukung dan memberikan motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang.
2. Kakak saya tercinta Devi beserta suami Al fikri dan Maya beserta suami eko, terima kasih telah memberikan motivasi, nasehat serta dukungan yang luar biasa
3. Sahabat-Sahabatku, Gopro, take, Oku, Sanaw, Makmaw, Sumanto, Suripin, Aji prabowo
4. Teman seperjuanganku, Rinaldo, Dessy Pustika, Lovi, Yuhadi Suriski dan Adi Susanto dan Arjuna .Terima kasih banyak untuk bantuan dan kerja samanya selama ini,
5. Kepada sport sistem terbaik untuk diri saya sendiri saya ucapkan terimakasih
6. Ibu Yunida Een Friyanti dan Ibu Fatimah Yunus, Terimakasih telah membimbing serta mengarahkan, dan selalu memberi motivasi untuk selalu bersemangat

MOTTO

Nilai akhir dari proses pendidikan, sejatinya terekapitulasi dari keberhasilannya menciptakan perubahan pada dirinya dan lingkungan. Itulah fungsi daripada pendidikan yang sesungguhnya. (*Lenang Manggala*)

Selalu berbuat baik walaupun orang selalu berkata buruk tentang kita. (*Deri muhammad nasyihin*)

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Aplikasi Online Shop Oleh-Oleh Haji dan
Umroh

Oleh Deri Muhammad Nasyihin, NIM 1711170013

Skripsi ini disusun untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dengan sekreatif mungkin. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik yang benar-benar merupakan hal baru atau sesuatu ide baru yang diperoleh dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada dan menjadikannya suatu hal baru. Dengan kreatifitas yang dimiliki penulis, penulis menciptakan aplikasi online shop, dimana yang nantinya aplikasi online shop ini bergerak dibidang oleh-oleh haji dan umroh yang akan bekerja sama dengan travel perjalanan haji dan umroh ataupun bekerja sama dengan pusat oleh-oleh khususnya perlengkapan haji dan umroh, aplikasi yang dibuat sama halnya dengan aplikasi online shop lainnya. Namun yang membedakan adalah barang yang nantinya akan dijual kepada para calon konsumen.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Aplikasi, Kreativitas

ABSTRACT

Marketing Strategy for Online Shop for Hajj and Umrah
Souvenirs

By Deri Muhammad Nasyihin, NIM 1711170013

This thesis is structured to take advantage of technological advances as creatively as possible. Creativity is the ability to create something new, either a completely new thing or a new idea obtained by connecting several existing things and making them something new. With the creativity of the author, the author creates an online shop application, where later this online shop application is engaged in hajj and umrah gifts that will work together with hajj and umrah travel or cooperate with gift centers, especially hajj and umrah equipment. , the application made is the same as other online shop applications. But what makes the difference is the goods that will be sold to potential consumers.

Keywords: Marketing Strategy, Application, Creativity

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Pemasaran Aplikasi Online Shop Oleh-Oleh Haji dan Umroh”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk membantu masyarakat terkhususnya masyarakat di pedesaan supaya mempermudah dalam memperoleh perlengkapan produk-produk haji dan umroh. Sebagai untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Haji dan umrah, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Skripsi ini juga disusun untuk meningkatkan dan mengembangkan wawasan dalam teknik berwirausaha dengan baik. Karena seiring dengan perkembangan zaman saat ini seorang wirausaha dituntut untuk bisa bersaing dan menjalankan usaha baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu yang panjang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat mengetahui bagaimana cara untuk memasarkan aplikasi online shop haji dan umrah dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). pada program studi manajemen haji dan umrah pada fakultas ekonomi bisnis islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kesempatan ini ijin penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Dr. H. Supardi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Dr. Nurul Hak, M.A., selaku pembimbing I dan Waduk I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Yunida Een Fryanti, M.Si., selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Idwal. B, MA Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

6. Adi Setiawan, M.E.I Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Haji dan Umrah
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Kedua orang tua beserta saudara yang selalu memberikan suport dan juga selalu mendoakan kesuksesan penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi jauh dari kata sempurna, baik dari segi penyusunan, bahasa, maupun penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sehingga dapat menjadi acuan dan pengalaman bagi penulis untuk lebih baik dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat menjadi motivasi serta karya yang bermamfaat terutama dalam pelajaran kewirausahaan.

Bengkulu, 21 Juli 2021 M
27 Zulkaidah 1442 H

Deri MuhammadNasyihin
NIM. 171117001

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Uji Kelayakan

Tabel 2.1 Anggaran Biaya

Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Halaman Persetujuan
- Lampiran 2. Form Persetujuan Judul Tugas Akhir
- Lampiran 3. Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 4. Lembar Bimbingan
- Lampiran 5. Lembar Saran Penguji
- Lampiran 6. Identitas Diri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUA	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTA.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	18
3. Tujuan Program.....	18
4. Manfaat Program.....	19
5. Luaran Yang Diharapkan	21
BAB II KAJIAN TEORI	
1. Jenis Pemasaran	23
2. Pangsa Pasar.....	26
3. Lokasi Usaha/Program.....	28
4. Analisa Kelayakan Program.....	29

5. Keuntungan	31
BAB III METODE PELAKSANAAN	
1. Pemasaran Online.....	35
2. Alat dan Bahan	36
3. Proses Perencanaan Pemasaran.....	39
4. Strategi Pemasaran	41
5. Target Pemasaran	52
6. Anggaran Biaya Pemasaran	54
7. Jadwal Kegiatan Pemasaran.....	55
BAB IV HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN	
1. Hasil Perancangan.....	59
2. Hasil yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program	63
3. Potensi Keberlanjutan	64
BAB V PENUTUP	
1. Kesimpulan.....	65
2. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) merupakan salah satu bentuk dan upaya yang ditempuh oleh Direktorat penelitian dan pengabdian kepada masyarakat (DP2M), Ditjen Dikti dalam meningkatkan kualitas peserta didik (mahasiswa) di perguruan tinggi agar kelak dapat menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademis atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian serta memperkaya budaya nasional.¹

Program Kreativitas Mahasiswa dilaksanakan pada tahun 2001, yaitu setelah dilaksanakannya program restrukturasi di lingkungan Ditjen Dikti. Program Kreativitas Mahasiswa dikembangkan untuk mengantarkan mahasiswa mencapai taraf pencerahan

¹*Panduan Pengelolaan Program Hibah DP2M Ditjen Dikti 2006-Edisi VII*, hal 331

keaktivitas dan inovasi berlandaskan penguasaan sains dan teknologi serta keimanan yang baik. Dalam rangka mempersiapkan diri menjadi pemimpin yang cendekiawan, wirausahawan, mandiri dan arif, mahasiswa diberi peluang untuk mengimplementasikan kemampuan, keahlian, sikap tanggung jawab, membangun kerjasama tim mampu mengembangkan kemandirian melalui kegiatan yang kreatif dalam bidang ilmu yang ditekuni.²

Perdagangan merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sejak awal peradabannya. Pada awalnya proses perdagangan hanya dilakukan secara tatap muka langsung. Memasuki era perkembangan teknologi hal ini sedikitnya mengubah pola interaksi masyarakat dalam melakukan interaksi bisnis, ekonomi, sosial dan lainnya. Internet menunjang efektifitas dan efisiensi komunikasi, publikasi, serta pertukaran informasi maupun interaksi bisnis bagi individu dan perusahaan yang memungkinkan mereka menjangkau pasar sasaran yang lebih luas dan

²*Panduan Pengelolaan Program Hibah DP2M Ditjen Dikti 2006-Edisi VII*, hal 331

efisien. Menurut Laquey, dewasa ini internet telah menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan.³

Menurut data hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pemakai internet di Indonesia kini pengguna internet sudah semakin luas dan mencakup berbagai kalangan hasil survei (APJII) 2014 sebesar 88 juta pengguna internet dan kemudian meningkat menjadi 132,7 juta pengguna internet di tahun 2016, hal ini menunjukkan hampir 50% peningkatan pengguna Internet di Indonesia dalam kurun waktu dua tahun.⁴

Perkembangan teknologi dan komunikasi menjadi penyebab hilangnya batas-batas negara tersebut. Sekarang orang dengan mudah dapat menghubungi kerabat atau temannya yang berada di negara lain dengan menggunakantelepon, proses globalisasi memungkinkan

³Soleh, Soemirat & Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Rosdakarya,2010), h.188

⁴WebsiteAPJII,<https://apjii.or.id/download/file/SurveiPenggunaanInternetSektorBisnis2016versienglish.pdf> diakses pada 10 Januari 2017

penyebaran informasi menjadi lebih mudah dan cepat, berbagai peristiwa sekecil apa pun sekarang dapat diterima di semua tempat dan oleh semua orang, globalisasi memudahkan setiap negara dan setiap orang menunjukkan diri pada seluruh dunia, Prestasi yang dimiliki seseorang dapat dengan mudah disebarluaskan di seluruh penjuru dunia, media yang digunakan antara lain internet dan televisi, internet ini mendorong juga berkembangnya bisnis online. Sosial media marketing atau pemasaran media sosial (SMM) adalah bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar dan tidak berbayar, banyak marketet memanfaatkan peluang dari meningkatnya popularitas media sosial di kalangan pengguna internet.

Mereka mulai mempromosikan merek mereka di media sosial, dengan demikian mereka telah melakukan sosial media marketing kepada dunia, karena platform

media sosial cukup banyak, pemilihan platform yang tepat sesuai bisnis Anda merupakan salah satu kunci kesuksesan strategi pemasaran, bisnis online menunjukkan penetrasi penjualan yang tinggi dalam berbagai kategori menunjukkan jumlah yang tinggi dan terus meningkat. Dapat diketahui bahwa pengaruh perkembangan teknologi tersebut menyebabkan dunia perdagangan dituntut untuk menawarkan sebuah konsep perdagangan baru melalui jaringan internet yang disebut dengan *e-marketing*. Dimana dengan konsep baru ini pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cepat dan akurat dan para pedagang dapat menjangkau daerah pemasaran hingga keseluruh dunia. Munculnya internet di Indonesia, dengan pasar yang begitu besar, tentu menjadi salah satu faktor yang menyebabkan munculnya model periklanan yang baru, yaitu dengan menggunakan internet atau secara *online*, atau biasa disebut dengan pemasaran digital (*digital marketing*). *Digital marketing* adalah sebuah strategi pemasaran yang

memanfaatkan medium digital, bisa melalui website, telepon genggam, e-mail, blog, sosial media danlainnya.⁵

Bagi para pemasaran memahami sifat dan karakteristik media menjadi acuan yang sangat penting dalam mengatur strategi pemilihan media promosi. Orientasi pemasaran kini tidak hanya sekedar menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen, tetapi pemasaran pun memperhatikan apakah kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi, apakah konsumen puas terhadap produk tersebut, dan apakahkonsumenakanmelakukanpembelianulangdanmenjadiloyalterhadapproduk atau merektersebut.Sejalan dengan berkembangnya internet, muncul pemahaman baru mengenai paradigma pemasaran berupa konsep pemasaran modern yang berorientasi pada pasar.Dalam konteks ini marketing dalam metode internet mempunyai sebuah efisiensi yang optimal dalam sebuah pemasaran

⁵ Wertime K, & Fenwick, *DigiMarketing: The Essential Guide to New Media & Digital Marketing*, Singapore: John Willey & Sons (2008) , h.30

serta dapat menciptakan penawaran yang tepat serta optimal dalam media sosial internet.⁶

Kegiatan penelitian, pendidikan, dan pengabdian masyarakat selama ini belum berjalan dengan baik sehingga diintegrasikan melalui wadah yang bernama PKM.⁷ Kreatif yang baik mempunyai landasan ilmiah dan bermanfaat serta memberi sumbangsih dan atau lingkungan, kreatif dari diri sendiri bukan dari dosen.⁸

Mahasiswa (PKM), yaitu program mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K), program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM-M), program mahasiswa Penerapan Teknologi (PKM-T) dan program mahasiswa Penulisan Ilmiah (PKM-I).

Pengertian UKM (UKM) tidak terlepas dari pemahaman lingkungan dan sistem UKM dan pengusahanya. Mereka menghadapi kendala yang berbeda

⁶Bertha Silvia Sutejo, *Internet Marketing: Konsep dan persoalan Baru Dunia Pemasaran*, (Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 1, Nov 2006), h.49

⁷Nayla Azara, *Pengertian PKM Dan Jenisnya*, diakses dari <https://www.indonesiastudents.com>, pada tanggal 13 mei 2021 pukul 20.30

⁸SriHartini, "Peran Inovasi.Pengembangan Kualitas Produk Dan Kinerja Bisnis"., *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*. Vol. 14 No. 1 (2012).

dalam berbagai kegiatan yang berlangsung. Kelemahan yang dimiliki UKM biasanya dari sisi daya saing produk dan permodalan, serta kendala lainnya terkait politik, keahlian dan infrastruktur. Kebijakan ketenagakerjaan belum mempertimbangkan kepentingan usaha kecil seperti upah minimum dan jaminan sosial.⁹

Di era globalisasi, internet hadir sebagai yang dapat menjangkau informasi di seluruh dunia dengan cepat, dengan adanya internet para pembisnis ataupun para pelaku UMKM mulai mengembangkan usaha dengan terget pemasraan nya menggunakan media internet, internet yaitu komputer yang terhubung dengan jaringan dan saling berkomunikasi dengan waktu dan wilayah di seluruh dunia. Untuk tantangan bagi para pelaku bisnis di era gelobalisasi saat ini yaitu bagaimana memenangkan pangsa pasar dengan mengelola, mengontrol dan mengoptimalisasi strategi promosi dan meningkatkat terobosan strategi pemasaran yang tepat agar dapat

⁹Nayla Azara. 2021 *Pengertian PKM Dan Jenisnya*, diakses dari <https://www.indonesiastudents.com>

mencapai target yang sudah di tentukan, salah satu media pemasaran yang ada di internet adalah dengan menggunakan web yang terdapat dari sebuah domain yang mengandung informasi, dengan menggunakan media website para pelaku bisnis saat ini di mudahkan dalam aktifitasnya, adapun keuntungan yang di peroleh pelaku pembisnis ketika memasarkan produknya melalui internet, Promosi dengan menggunakan website tidak ada batasan oleh tempat maupun oleh waktu, hal demikian membedakan ketika promosi melalui media cetak dan siaran yang mempunyai tempat terbatas, akses dan pengembangan informasipun sangat cepat, aktivitas jual beli di lakukan secara pribadi, para konsumen pun dapat melihat informasi terbaru dari produk yang di tawarkan di website, namun mempunyai website saja belum cukup untuk meningkatkan penjualan, adapun berbagai cara untuk melakukan promosi diantaranya melalui jejaring

sosial, seperti contohnya seperti *Facebook*, *Twitter*, *Pinterest* dan *Instagram*¹⁰

Ibadah haji merupakan rukun islam yang kelima dan wajib dilaksanakan bagi muslim yang mampu. Setiap tahun, jutaan umat muslim dari seluruh penjuru dunia berkumpul di tanah suci untuk berhaji, kewajiban ini merupakan salah satu rukun islam, karena haji dan umroh merupakan kewajiban bagi umat islam yang tergolong sudah mampu baik secara fisik maupun secara ekonomi, maka apabila tidak melaksanakan ibadah haji maka akan mendapatkan dosa dan apabila di laksanakan maka akan mendapatkan pahala, haji hanya diwajibkan sekali dalam seumur hidup, berarti apabila telah menunaikan ibadah haji yang pertama maka selesailah kewajibannya, sebaliknya ibadah umroh tidak ada jumlah tertentu beda dengan ibadah haji yang hanya boleh sekali di dalam seumur hidup, ibadah umroh boleh di kerjakan kapan pun dengan

¹⁰Bertha Silvia Sutejo. 2006. *Internet Marketing: Konsep dan persoalan Baru Dunia Pemasaran*, (Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 1.

waktu yang tidak di tentukan, haji yang berikutnya merupakan ibadah haji yang sunnah, haji ialah menuju ke tanah suci untuk menunaikan syarat-syarat dan juga dalam waktu yang sudah di tentukan.

Sedangkan umroh adalah menziarahi tempat tempat di ka'bah dengan waktu yang tidak di tentukan, mengunjungi Baitullah adalah cita-cita semua umat islam. Mekkah dan Madinah adalah kota yang memiliki keutamaan- keutamaan yang besar di sisi Allah SWT. Maka tak heran minat masyarakat muslim untuk mengunjunginya terus meningkat tahun ke tahun. Sebuah catatan menunjukkan Jemaah umrah Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia.¹¹

Menurut Kementerian Haji dan Umrah Arab Saudi, jumlah visa umrah yang telah dikeluarkan untuk Indonesia pada 2016 mencapai 699,6 ribu jemaah, meningkat 7,2 persen dari tahun sebelumnya. Angka ini

¹¹Departemen Agama Islam, *Pendidikan Agama Islam* ,(Jakarta: Departemen Agama, 2001), Cet 9

menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah jemaah umrah terbesar ketiga di dunia. Adapun visa umrah terbanyak yang diterbitkan Pemerintah Arab Saudi pada 2016 kepada Mesir dengan jumlah 1,3 juta jemaah, naik 17 persen dari tahun sebelumnya sebanyak 1,1 juta jemaah. Animo penduduk Indonesia untuk melaksanakan ibadah umrah cukup besar. Sebab, untuk dapat melaksanakan rukun Islam kelima, yaitu naik haji butuh antrian hingga puluhan tahun. Hal ini yang membuat bisnis umrah banyak diminati di Tanah Air.¹²

Hal ini di diperkuat lagi dengan penjelasan dalam sebuah hadits dari Abu Hurairah, ia berkata, Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

العُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَفَّارَةٌ لِمَا بَيْنَهُمَا ، وَالْحَجُّ الْمَبْرُورُ لَيْسَ لَهُ جَزَاءٌ إِلَّا الْجَنَّةُ
 “ antara umrah yang sudah itu akan dihapuskan dosa diantara keduanya. Dan haji mabruk ialah ada balasannya melainkan surga.” (HR.Bukhari no. 1773 dan Muslim no. 1349)¹³

¹²<http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/03/03/berapa-jamaah-umrah-indonesiadiakses-pada-11:3125/01/2022>

¹³ Hadits ini diriwayatkan oleh Muslim, dalam kitab Shohih Muslim, h.983

Untuk data lonjakan jemaah umroh asal indonesia terus mencatatkan lonjakan signifikan, berdasarkan catatan Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umroh Republik Indonesia (AMPHURI), tercatat jumlah jemaah umroh asal indonesia melonjak 68 persen, atau hampir dua kali lipat dalam 5 tahun terakhir. Pada tahun 1435 Hijriyah jumlah jemaah umroh indonesia 598.077 jemaah, kemudian melonjak menjadi 1.005.806 jemaah pada 1439 H atau 2017-2018, lonjakan tersebut bukan tanpa alasan, sebab indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar didunia, memang memiliki potensi pasar umroh dan haji terbesar. Penyelenggaraan ibadah haji berlangsung setiap tahun, keberadaan ibadah bagi Umat Muslim ini membuka bisnis layanan pendukung (*service provider*) Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK). Kedua layanan pendukung itu dinilai sangat potensial terutama di Indonesia, mengingat negara

ini merupakan negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia. Apalagi Arab Saudi berencana menaikkan kuota jemaah umrah dari 8 juta menjadi 30 juta per tahun pada 2030, bisnis ini antara lain mencakup pelayanan penginapan (hotel), tiket pesawat, dan land arrangement (LA) segala keperluan haji dan umrah di Tanah Suci, Mekah, Arab Saudi.

Jumlah pendaftar haji, terus meningkat dari tahun ke tahun, sehingga lama antrean terus bertambah. Berdasarkan data Kementerian Agama (Kemenag), antrean terlama dialami calon jemaah haji Kalimantan Selatan, yakni 34 tahun, sedangkan terpendek Maluku, 12 tahun, Selain itu, dia menuturkan, Arab Saudi memiliki agenda untuk memacu sektor wisata, di samping minyak mentah. Kuota umrah pun dinaikkan menjadi 30 juta per tahun pada 2030. Ini menjadi fondasi kuat bagi bisnis layanan pendukung haji dan umrah untuk terus bertumbuh.

Dengan jumlah peningkatan jemaah yang melonjak dari tahun ke tahun membuat para pembisnis banyak yang melirik untuk mengambil peluang bisnis yang bergerak di bidang perjalanan wisata religius, namun di balik itu semua ada juga yang menjadikan peluang ini untuk menipu atau merugikan para calon jamaah, alasan para oknum melakukan hal tersebut adalah karena jumlah uang yang tidak sedikit, sebab itu sebelum para calon jamaah untuk memutuskan mendaftar kan diri untuk melakukan ibadah umroh sebaiknya berkonsultasi kepada yang sudah berangkat umroh agar tidak tertipu oleh para oknum.

Untuk di Kota Bengkulu yang mendirikan bisnis perjalanan wisata religius atau yang sering di kenal oleh para masyarakat yaitu Travel Agen, terdapat kurang lebih 14 travel Agen. Tetapi untuk pusat oleh-oleh haji dan umroh masih sedikit maka hal tersebut menumbulkan ide untuk membuat aplikasi oleh-oleh haji dan umroh, yang

nantinya akan bekerja sama dengan travel agen yang ada di Bengkulu, untuk aplikasi itu di namakan Aplikasi Online Shop Haji dan Umroh, untuk peluang online shop itu sendiri akan menjadi suatu wadah memperkenalkan atau mempromosikan produk-produk haji dan umroh yang ada di travel agen yang nantinya akan bekerja sama dengan aplikasi online shop haji dan umroh, di dalam aplikasi online shop tersebut para calon konsumen akan menemukan berbagai macam produk dan kebutuhan mengenai haji dan umroh, produk yang tersedia di dalam aplikasi online shop haji dan umroh ini meliputi sebagai berikut:

1. Kain ihkrom

Secara singkat kain ihkrom merupakan simbol pelepasan atribut keduniawian yang melekat pada manusia dan di anggap kembali fitrah seperti masa ia pertama kali di lahirkan.

2. Air zam-zam

Air zam-zam merupakan air yang berasal dari sumur di kawasan Masjidil Haram, Makah, Arab

Saudi. Biasanya, umat Islam yang melaksanakan ibadah Haji dan Umroh akan berkunjung ke sumur zam-zam dan membawa pulang air zam-zam sebagai oleh-oleh.

3. Busana Muslim Muslimah

Busana muslim adalah berbagai jenis busana yang di pakai oleh wanita atau pria yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam, dimaksud untuk menutupi bagian-bagian tubuh yang tidak pantas untuk diperlihatkan kepada publik.

4. Sajadah

Sajadah adalah salah satu piranti wajib yang harus di miliki umat muslim. Terbuat dari bahan tekstil beragam, sajadah adalah alas shalat yang digunakan untuk menjaga kebersihan selama menunaikan ibadah.

5. Makanan-Makanan khas Arab Saudi.

Berikut makanan khas Arab Saudi yang terdapat di dalam aplikasi Online Shop Haji dan Umroh:

- a. Qurma
- b. Kacang Arab
- c. Coklat Al Hadi
- d. Coklat batu
- e. Kismis

- f. Madu Khasmir
 - g. Kacang pistachio
 - h. Kacang almond
 - i. Malban
 - j. Buah tin
6. Souvenir khas Arab Saudi

Berikut aksesoris khas Arab Saudi yang terdapat di dalam aplikasi Online Shop Haji dan Umroh:

- a. Emas
- b. Rogne Ballassam
- c. Maryam Booti
- d. Tasbih
- e. Siwak
- f. Ithar

2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana memasarkan Aplikasi Online Shop Oleh-Oleh Haji dan Umroh agar dapat di kenalmasyarakat umum terkhususoleh vendor / toko yang bergelut di bidang bisnis perlengkapan atau oleh-oleh haji dan umroh ?

3. Tujuan Program

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulisan dalam skripsi ini adalah :

- a. Mengenalkan Aplikasi Online Shop Oleh-Oleh Haji dan Umroh

- b. Memudahkan masyarakat untuk memilih berbagai macam paket-paket perjalanan ibadah Haji dan Umroh
- c. Memudahkan promosi bagi travel agen yang bergabung di aplikasi online shop oleh-oleh haji dan umroh
- d. Membuka peluang bisnis oleh-oleh Haji dan Umroh

4. Manfaat Program

- a. Manfaat bagi masyarakat

Sebagai wadah untuk memudahkan masyarakat mengetahui berbagai macam oleh-oleh khas yang ada di tanah suci, agar dapat mengobati kerinduannya sewaktu melakukan ibadah Haji dan Umroh, hal demikian Aplikasi Online Shop ini sangat amat bermanfaat bagi masyarakat yang sudah berangkat maupun yang baru mendaftarkan dirinya, sudah pasti bagi masyarakat yang sudah melakukan ibadah Haji dan Umroh pasti mereka akan merindukan berbagai makanan maupun cemilan ketika parajamaah itu berada di tanah suci, atau pun bagi para masyarakat yang baru saja mendaftarkan diri atau yang sedang berada di antrean keberangkatan akan ingin tahu apa saja oleh-oleh yang ada di tanah suci, maka

masyarakat akan melihat dari Aplikasi Online Shop Haji dan Umroh.

b. Bagi praktik

Dengan adanya program kreatifitas mahasiswa (PKM) dalam kewirusahaan, mahasiswa harus bisa lebih berkratif dan juga harus lebih berani meneroboskan inovasi-inovasi baru dalam bidang makanan ataupun dalam bidang kreatif lainnya, terutama yang dapat memberikan wawasan, keterampilan dan menjadikan motivasi bagi mahasiswa agar dapat memahami tentang struktur bagaimana suatu Aplikasi atau usaha agar dapat diterima dengan baik bagi masyarakat dan bagaimana strategi agar dapat bertahan baik dalam persaingan di dunia bisnis maupun teknologi agar dapat dijadikan suatu senjata kelak di masa yang mendatang. Dengan begitu para mahasiswa yang mengambil program kreatifitas mahasiswa tidak lagi meraba-raba di waktu mereka sudah terjun langsung bermasyarakat ataupun bingung untuk mendapatkan pekerjaan apalagi di era pandemi yang

dirasakan sekarang semakin susahnya untuk mencari pekerjaan.

c. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

program kreatifitas mahasiswa (PKM) Merupakan salah satu tugas akhir yang wajib bagi seluruh mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Program kreatifitas mahasiswa (PKM) merupakan kegiatan yang dilaksanakan kegiatan untuk meningkatkan kemampuan soptskill dan hardskill mahasiswa yang lulusan fakultas ekonomi dan bisnis islam bertujuan agar dapat memberikan pengetahuan dasar dan pengalaman di bidang teknologi maupun berbisnis kepada mahasiswa dan berinovasi denganhal yang baru.

5. Luaran Yang Diharapkan

Dalam program kreatifitas mahasiswa (PKM) meneroboskan sebuah Aplikasi yang di bernama Online shop Oleh-Oleh Haji dan Umroh dimana Aplikasi ini dibuat dengan menggunakan xampp dan appssgeyse, aplikasi ini merupakan sebuah wadah untuk

mempromosikan atau memasarkan produk-produk khas Arab Saudi dimana nantinya para vendor bekerja sama untuk meletakkan berbagai macam produk-produk yang ingin mereka jual, disetiap produk yang vendor letakan di dalam aplikasi online shop oleh-oleh haji dan umroh selaku admin menjelaskan kepada para vendor tentang berbagai macam persyaratan guna untuk menertibkan ataupun memperjelaskan tentang pembagian hasil.

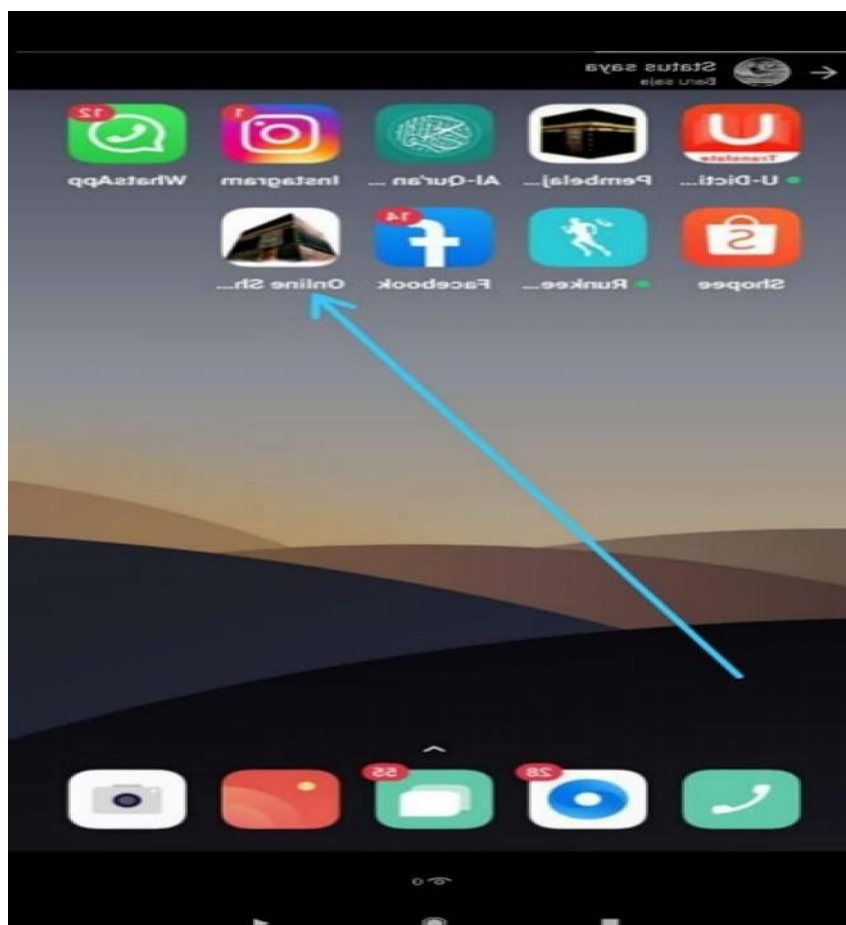
BAB II

KAJIAN TEORI

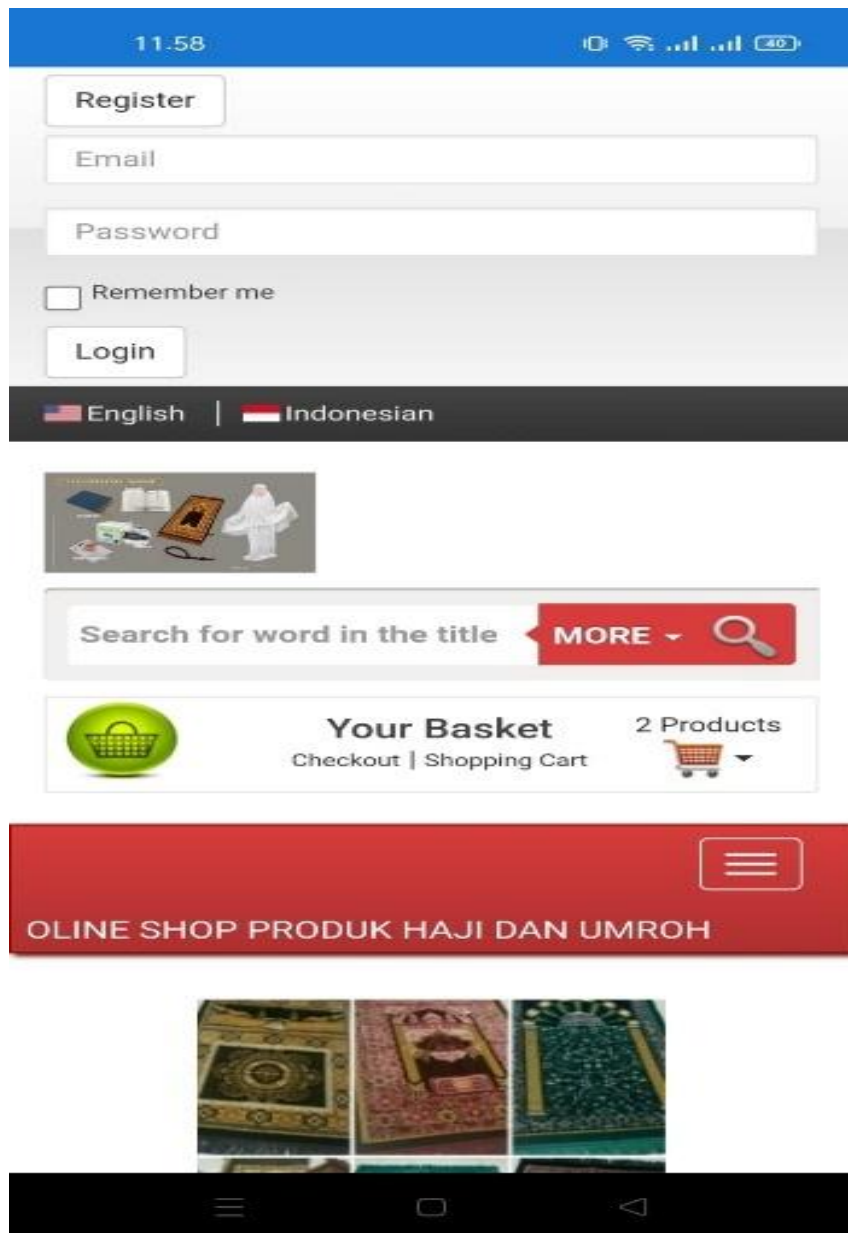
1. Jenis Pemasaran

Program kreativitas mahasiswa yang penulis lakukan sekarang bergerak dalam bidang pemasaran IT (Information Technology), yaitu mempromosikan aplikasi berbasis android. Dalam program ini, penulis membuat system pemasaran berupa aplikasi sehingga dapat memudahkan masyarakat melihat ataupun memiliki aplikasi online shop haji dan umroh. Pada aplikasi ini, penulis ingin memberikan cara kepada masyarakat supaya lebih mempermudah dalam mengakses aplikasi online shop. Yang diharapkan dapat memberikan kemudahan dan pemahaman bagi pengguna *smartphone* khususnya *android*. Berikut tampilan awal program aplikasi online shop haji dan umroh, yang dimana pengguna diharuskan untuk mendaftar/registrasi

terlebih dahulu dengan cara memasukkan Email pengguna agar aplikasi dapat digunakan.



Gambar 2.1



Gambar 2.2 Tampilan aplikasi online shop haji dan umroh

2. Pangsa Pasar

Pemasaran merupakan aktifitas yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menemukan kebutuhan manusia. Secara ringkas pemasaran bisa diartikan dengan sebagai “*meeting needs profitably*” yaitu bagaimana perusahaan bisa melayani kebutuhan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi konsumen dan perusahaan. Jika sebagai pebisnis tentu anda harus mengetahui dimana dan bagaimana serta untuk siapa anda menjual barang atau jasa produksi. Salah satu hal yang bisa mendukung perkembangan dan kelangsungan bisnis anda adalah dengan melakukan segmentasi pasar yang tepat.

Penggolongan pasar dalam proses pemasaran ini tidak lain untuk meningkatkan penjualan produk dan untuk memperbesar laba yang diperoleh. Penetapan segmentasi pasar akan efektif jika perusahaan bisa melakukan segmentasi yang baik dan kemudian memilih salah satu segmen terbaik untuk

menjadi target pasar. Pemasaran bukan hanya sekedar untuk menjual barang atau jasa saja namun pemasaran juga harus memperhatikan segmen pasar yang ada. Bila pemasaran hanya difokuskan sekedar mendapatkan banyak konsumen tanpa memperhatikan segmen pasar, kadang pemasaran tidak akan berjalan lancar bahkan hanya beberapa saat saja produk laku di pasaran namun setelah itu akan berhenti sesaat bahkan selamanya.¹⁴

Seiring berkembangnya zaman kemajuan teknologi tidak bisa dipisahkan. Karena dari tahun ketahun banyak perusahaan-perusahaan berinovasi dengan menciptakan teknologi-teknologi yang mutakhir. Salah satunya dalam media elektronik yaitu penciptaan Handphone Pintar (Smartphone). Hampir seluruh orang memiliki *smartphone* dizaman ini. Untuk program pemasaran, inovasi yang ingin saya buat ini, penulis berharap bisa menjangkau atau mencakup seluruh masyarakat yang memerlukan perlengkapan ataupun oleh-

¹⁴ Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (Samarinda: Mulawarman University Press, 2016), h. 53

oleh haji dan umroh, penulis berharap semoga aplikasi ini bisa memberikan akses kepada vendor atau perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan perlengkapan dan oleh-oleh haji umroh. Kelemahan dari system pemasaran ini kemungkinan belum maksimalnya kinerja dari aplikasi tersebut dan untuk keunggulan dari system ini aplikasi ini bisa memberikan pelayanan kepada masyarakat maupun perusahaan yang ingin mencari atau memasarkan produk perlengkapan ataupun oleh-oleh haji dan umroh, sedangkan bagi teman-teman prodi manajemen haji dan umrah ini bisa menjadi peluang usaha untuk memasarkan produk yang bersangkutan tentang perlengkapannya ataupun oleh-oleh haji dan umroh. Selain itu juga aplikasi ini bisa menghemat biaya dan waktu bagi siapa saja yang ingin mencari perlengkapan ataupun oleh-oleh haji dan umroh.

3. Lokasi Usaha/Program

Banyak bermunculan inovasi-inovasi baru yang dapat mempermudah segala aktivitas manusia. Perkembangan teknologi dan penyebaran

informasi saat ini telah berkembang dengan pesat. Salah satu perkembangan yang mempengaruhi hal tersebut adalah perkembangan teknologi *smartphone*. Berhubungan dengan inovasi pemasaran program online shop haji dan umroh yang penulis buat menggunakan media elektronik yaitu *smartphone*, penulis berharap aplikasi ini bisa berguna bagi seluruh pengguna *smartphone* android. Karena pada sekarang ini banyak masyarakat lebih memilih sesuatu hal yang lebih praktis dan fleksibel. Sedangkan untuk lokasi dari program hanya dirumah saja, karena tidak memerlukan tempat yang besar, Aplikasi Online Shop Oleh-Oleh Haji dan Umroh ini tidak memerlukan tempat seperti ruko ataupun tempat sewa lainnya.

4. Kelayakan Program

Inovasi yang saya buat ini yaitu perancangan aplikasi pembelajaran dan konsultasi tentang haji dan umrah yang dibuat dengan dirancang terlebih dahulu dengan metode *Use Case Diagram*, dan perancangan

interface. Baru setelah itu pembuatan aplikasi dilakukan dengan membuat layout interface terlebih dahulu kemudian membuat koding, keduanya dibuat melalui software *app inventor*.

Program ini saya buat dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat yang belum terlalu mengetahui tentang haji umrah dan juga membuat akses pelayanan kepada masyarakat yang saya harapkan nantinya dapat dikelola oleh teman-teman khususnya prodi manajemen haji dan umrah IAIN Bengkulu.

Penulis disini mencoba melakukan uji kelayakan dengan mencoba, aplikasi di beberapa *smartphone* android. Tujuan penulis melakukan uji kelayakan ini untuk mencoba apakah aplikasi ini berhasil atau tidak bila dijalankan di handphone pintar (*smartphone*).

Berikut beberapa nama orang dan tipe *smartphone* android yang dicoba atau dijalankan aplikasi ini :

No.	Nama Pemilik	Type Smartphone	Sistem OS	Berhasil dijalankan	Tidak Berhasil
1.	Algovixy	Oppo A3S	Android 8.1 (Oreo)	Ya	
2.	M. Maja Saputra	Realme 6 Pro	Android 10	Ya	
3.	Rendi Agustian	Vivo Y12	Android 9 (Pie)	Ya	
4.	Deri Nasyihin	Oppo A71	Android 7 (Nougat)	Ya	
5.	Arjuna Fransiana P	Xiaomi S2	Android 8.1 Oreo	Ya	
6.	Adhi Susanto	Realme C15	Android 10	Ya	
7.	Dion Darlinus	Infinix Note 8	Android 10	Ya	
8.	Yuhadi	Samsung J7	Android 7	Ya	
9.	Adji	Realme C15	Android 10	Ya	
10.	Andri	Vivo	Android	Ya	

Tabel 1.1

5. Keuntungan

Dari sisi ekonomi, penggunaan dari aplikasi ini akan memberikan keuntungan yang layak bagi masyarakat, hal ini dapat dilihat pada perhitungan biaya dan manfaat dimana dengan menggunakan aplikasi ini akan mengalami peningkatan dalam menambah wawasan

tentang haji umrah dan beberapa manfaat berupa penghematan – penghematan baru.

Karena dalam proses analisis kelayakan ekonomi diperlukan dua komponen utama yaitu komponen biaya dan komponen manfaat.

Manfaat yang didapat dari sistem informasi ini dapat diklasifikasikan antara lain :

1. Keuntungan tak berwujud

Keuntungan tak berwujud merupakan keuntungan – keuntungan yang sulit atau tidak mungkin diukur dalam bentuk satuan nilai uang. Keuntungan – keuntungan ini diantaranya adalah peningkatan dalam wawasan tentang haji dan umrah yang lebih baik, peningkatan kemampuan dalam memahami haji umrah dan meningkatkan keimanan dan ketaqwaan menjadi lebih baik.

2. Keuntungan,berwujud

Keuntungan berwujud merupakan keuntungan yang berupa penghematan penghematan atau peningkatan – peningkatan yang dapat diukur dengan secara kuantitas

dalam bentuk satuan uang. Diantaranya adalah: pengurangan biaya operasi, pengurangan kesalahan-kesalahan proses, pengurangan biaya telekomunikasi, dan peningkatan penjualan. Dalam program kreativitas mahasiswa ini, dapat dipastikan bahwa untuk biaya pasti sangat minim karena hanya bermodalkan HP android, aplikasi ini sudah bisa kita dapatkan. Dan juga untuk peningkatan penjualan pasti sangat diuntungkan.

Karena program kreativitas mahasiswa ini menggunakan media sosial sebagai tempat promosi dan pemasaran. Dengan menggunakan media sosial maka dapat menekan biaya untuk media promo, karena tidak perlu untuk mencetak brosur atau selebaran kertas lainnya. Aplikasi ini memang dibuat penulis untuk memberikan inovasi-inovasi terbaru dalam hal pembelajaran tentang haji dan umrah. Manfaat yang bisa didapat pengguna dari aplikasi ini, yaitu paling tidak menambah wawasan tentang haji dan umrah mulai dari pengertian, sejarah, dll. Aplikasi ini juga dibuat penulis

untuk para pengguna *smartphone* yang ingin berkonsultasi masalah haji dan umrah. Penulis berencana memberikan akses kepada teman-teman Prodi Manajemen Haji dan Umrah, untuk dapat berinteraksi langsung kepada masyarakat yang ingin berkonsultasi, baik dari Bengkulu maupun dari luar.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

1. Pemasaran Online

Di zaman serba online seperti sekarang, pemasaran online nampaknya jauh lebih menguntungkan dibanding pemasaran tradisional. Apalagi hampir semua orang pasti menggunakan internet setiap hari, tak heran banyak bisnis mulai beralih ke strategi pemasaran online. Bahkan, 3,79 juta UMKM sudah go online, kalau Anda masih memasang iklan di koran saja bisa-bisa kalah saing dari kompetitor, pemasaran online adalah upaya mempromosikan produk menggunakan platform online yang bisa diakses melalui internet, misalnya melalui media sosial, website, blog, iklan online, dan sejenisnya.

Dalam proses pemasaran aplikasi ini kami selaku pembuat aplikasi memutuskan untuk memasarkannya secara online, dikarenakan di waktu sekarang ini lebih

banyak masyarakat yang lebih berminat berbelanja dengan online, juga dikarenakan kondisi saat ini yang tidak memungkinkan kita untuk menemui satu persatu vendor/toko, oleh karena itu pemasaran online adalah jalan terbaik untuk saat ini dalam memasarkan aplikasi kami supaya dapat dikenal oleh vendor maupun masyarakat.

2. Alat dan Bahan

Berikut beberapa alat dan bahan yang dibutuhkan dalam proses pemasaran aplikasi online shop haji dan umroh:

- a. Handphone : Telepon genggam atau oleh sebagian besar orang menyebutnya sebagai *handphone* adalah alat komunikasi yang paling digemari saat ini. *Handphone* merupakan perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana (portabel, *mobile*) dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel (nirkabel; *wireless*).

- b. Laptop : Laptop berasal dari kata *lap* yang artinya pangkuan, dan *top* artinya atas. Jadi, secara sederhana pengertian laptop adalah komputer kecil yang bisa digunakan diatas pangkuan.¹⁵
- c. Internet dapat digolongkan menjadi beberapa group jaringan, antara lain:

Backbone: Jaringan besar yang menghubungkan antar jaringan lainnya. Contoh :NSFNET yang merupakan jaringan backbone dunia di Amerika, EBONE yang merupakan jaringan backbone di Eropa, dan lainnya.

1. Jaringan regional, contoh: jaringan antar kampus.
2. Jaringan yang bersifat komersial dimana menyediakan koneksi menuju backbone kepada pelanggannya.
3. Jaringan lokal, contoh: jaringan dalam sebuah kampus.

Aspek lain yang penting dari TCP/IP adalah membentuk suatu standarisasi dalam komunikasi. Tiap-tiap bentuk fisik suatu jaringan memiliki teknologi yang berbeda-beda, Sehingga diperlukan pemrograman

¹⁵Website <https://salamadian.com/pengertian-laptop> diakses pada 25 Januari 2022

atau fungsi khusus untuk digunakan dalam komunikasi. TCP/IP memberikan fasilitas khusus yang bekerja di atas pemrograman atau fungsi khusus tersebut dari masing-masing fisik jaringan. Sehingga bentuk arsitektur dari fisik jaringan akan tersamarkan dari pengguna dan pembuat aplikasi jaringan. Dengan TCP/IP, pengguna tidak perlu lagi memikirkan bentuk fisik jaringan untuk melakukan sebuah komunikasi.¹⁶

- d. Software : Software merupakan kumpulan instruksi dalam data processing system, yang berupa program-program untuk mengontrol kinerja di dalam sistem komputer. (Widodo, 2006 : Vol.7 No.2)
- e. Hardware : *Hardware* atau dalam bahasa Indonesia disebut juga dengan nama perangkat keras adalah salah satu komponen dari sebuah komputer yang sifat alatnya bisa dilihat dan diraba secara langsung atau yang berbentuk nyata, yang berfungsi untuk mendukung proses komputerisasi. (Nancy dkk, Jurnal Edik

¹⁶ Sukaridhot, *Buku Jaringan Komputer 1*. (Jakarta: *Busines and Marketing*, 2014). h 8

Informatika Penelitian Bidang Komputer Sains dan Pendidikan Informatika V1.i2(70-81)

3. Proses Perencanaan Pemasaran

Perencanaan ini berfungsi guna melancarkan proses pemasaran di zaman sekarang yang mayoritas masyarakat menggunakan *smartphone* dalam kesehariannya. Media yang ingin dipasarkan yakni media online berbasis android yang berupa aplikasi pembelajaran tentang haji dan umrah berupa *Mobile Learning* menggunakan *Mit App Inventor*. Pada tahap perancangan ini terdapat tiga langkah, pemilihan media, pemilihan format, serta rancangan awal.

a. Pemilihan Media

Hasil tahapan ini yaitu penetapan mengenai media pemasaran yang dipilih dan dikembangkan. Media pemarkasan yang dipilih yakni *Mobile Learning*, yang dikembangkan berbentuk media menggunakan *Mit App Inventor*. Karena *Mobile Learning* dinilai dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses aplikasi

online shop haji dan umroh dimanapun dan kapanpun mereka berada dengan Smartphone mereka masing-masing.

b. Perencanaan Awal

Pada tahap ini adalah hasil awal pemasaran konsep aplikasi yang akan di pasarkan di media seperti instagram dan facebook. Gambaran konsep awal media sebelum direvisi bisa dilihat dalam Gambar 5.1 yang mana di instagram tersebut terdapat fitur yang dapat langsung terhubung dengan aplikasi kami.

Aplikasi marketing adalah salah satu jenis pemasaran yang lagi bersaing kesat pada saat ini. Dengan banyaknya aplikasi saat inicara pemasaran yang unik,singkat dan mudah dimengertilah yang di butuhkan masyarakat umumnya.setelah kita menciptakan sebuah aplikasi,bukan berarti pekerjaan kita telah selesai.

Tugas selanjutnya yang harus kita lakukan adalah memasarkan aplikasi yang telah kita buat itu ada beberapa

proses pemasaran yang penulis siapkan dalam memasarkan aplikasi online shop haji dan umroh ini.

1. Menentukan keyword yang tepat
2. Menggunakan judul produk yang menarik
3. Membuat deskripsi yang menarik dengan rangkumanyang menjelaskan aplikasi tersebut
4. Memasukan serangkaian screnshots sehingga pengguna potensial dapat memahami dengan benarfitur- fitur aplikasi yang kami miliki.

4. Strategi Pemasaran

A. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, strategeta (stratos = militer dan ag = memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan pada zaman dahulu yang sering diwarnai perang, yang mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat memenangkan perang.¹⁷

¹⁷ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep & Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004) Cet. ke- 7, h. 168

Sedangkan secara terminologi, strategi menurut beberapa ahli diantaranya adalah

- a. Menurut DR. Sukanto Reksohadiprodjo strategi adalah: Fondasi tujuan organisasi; dalam hal 'agribisnis' yang digariskan adalah ekstentifikasi
- b. Strategi Manajerial Menurut Effendy adalah¹⁸ :
Perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya

Dari definisi diatas baik secara istilah maupun secara bahasa, dapat diambil kesimpulan bahwa definisi strategi menurut penulis adalah suatu kesatuan rencana yang terpadu dengan memerhatikan aspek lingkungan organisasi yang kemudian diimplementasikan oleh organisasi untuk mencapai tujuan organisasi

18

UnongUchayana,*IlmuKomunikasi,TeoridanPraktek*,(Bandung:PT.RemajaRosdaKarya, 1990) edisi revisi, Cet. Ke-5,h.32

B. Pengertian *Marketing*/Pemasaran

Definisi *marketing*/ pemasaran menurut *American Marketing Association* (AMA) seperti yang dikutip oleh Rhenald Kasali yakni¹⁹ : Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan eksekusi, mulai dari tahap konsepsi, penetapan harga, promosi, hingga distribusi barang-barang, ide-ide dan jasa, untuk melakukan pertukaran yang memuaskan individu dan lembaga- lembaganya.

Beberapa ahli juga mengemukakan pendapatnya mengenai definisi *marketing*. Nitisemito²⁰ dalam Rambat Lupiyoadi mengemukakan pemasaran adalah "Semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif".

¹⁹ Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*, (Gramedia Pustaka Utama: Jakarta 1998), h.53

²⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran jasa*, (PT. Salemba Empat: Jakarta, 2001), h.31

Konsep inti pemasaran menurut pendapat di atas menjelaskan bahwa ada beberapa hal yang harus dipenuhi dalam terjadinya proses pemasaran. Dalam pemasaran terdapat produk sebagai kebutuhan dan keinginan oranglain yang memiliki nilai sehingga diminta dan terjadinya proses permintaan karena ada yang melakukanpemasaran

C. Strategi Pemasaran

Keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh ketepatan produsen dalam memberikan kepuasan kepada sasaran konsumen yang ditentukannya melalui produk yang dihasilkannya, perusahaan menciptakan, membina dan mempertahankan kepercayaan pelanggan akan produk tersebut, dimana usaha-usaha pemasaran diarahkan kepada konsumen yang ditujukan sebagai sasaran pasarnya.

FandyTjiptono,menyatakanbahwaStrategi *marketing*adalahrencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisa

situasi dan tujuan-tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut.²¹ Sedangkan Menurut Philip Kotler dalam Rachmat Ramli²² menyatakan bahwa : Strategi *marketing* pada dasarnya rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian usaha dan aturan yang menjadi acuan dalam pemasaran perusahaan dari ke waktu serta alokasinya dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Salah satu langkah awal dalam membuat strategi pemasaran yang baik, perusahaan perlu terlebih dahulu mendefinisikan pasar yang

²¹ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga, (Andi: Yogyakarta. 2000) h. 43

²² Amstrong dan Kotler, Dasar- Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan, (PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta. 2003), h. 57

ndibidikmelalui serangkaian kegiatan yang lazim di sebut STP atau *Segmenting, Targeting* dan *Positioning*.

Sedangkan Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan terlebih dahulu yang didalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.²³Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkeseimbangan baik itu perusahaan yang memproduksi barang dan jasa.

Ada beberapa metode dalam memasarkan aplikasi ini supaya dapat di terima dan di mengerti dengan mudah olehb masyarakat luas,sebelum membahas metode kita perlu memahami manfaat riset pasar.menurut *International Buainess Times*,lebih dari 1000 aplikasi di ajukan ke APP Store setiap harinya.

²³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,*Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*,(Jakarta: Prehallindo, 2008). h 158

D. Strategi Digital Marketing

Digital marketing merupakan bagian dari e-commerce yang merupakan sistem perdagangan melalui internet, dimana perusahaan dapat memberikan layanan informasi produk yang ditawarkan secara jelas dan mudah, hal ini akan memberikan dampak yang baik untuk kemajuan perusahaan jika sistem ini bisa dijalankan dengan baik.

Tujuan yang terdapat pada e-marketing mencakupi aspek antara lain: tugas, apa aja yang harus dicapai; jumlah yang terukur, berapa banyak, kapan. Sebagian besar digital marketing bertujuan untuk mencapai berbagai tujuan, seperti: meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan jumlah komentar pada sebuah blog atau website, meningkatkan pendapatan penjualan, mengurangi biaya, misalnya biaya distribusi atau promosi, mencapai tujuan merek, serta mencapai tujuan Customer Relationship Management (CRM), seperti meningkatkan

kepuasan pelanggan, frekuensi pembelian, atau tingkat referensi pelanggan.²⁴

Adapun pengertian digital marketing menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan Digitalmarketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, web site, e- mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang marketing internet.
- b. Menurut Coviello, Milley and Marcolin Digital Marketing adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Mereka juga berpendapat bahwa e-marketing merupakan bagian dari e-commerce.²⁵

²⁴ Meyliana, Jurnal “Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company”, (Pustaka : Binus Bussiness Review, 2011), h.31

²⁵Coviello. Milley. Barbara Marcolin dalam Jurnal Meyliana, “Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company”, (jakarta : Binus Bussiness Review, 2011), h.32

Berikut beberapa metode yang kami lakukan untuk pemasaran aplikasi online shop haji dan umroh kami”Dapat diketahui bahwa pemasaran digital atau digital marketing adalah sebuah kondisi perusahaan yang memanfaatkan media digital sebagai media komunikasi pemasarannya. Aktivitas pemasaran digital salah satunya dengan penggunaan media internet sebagai media beriklan, dalam kemajuannya menggunakan internet yang ada di telepon seluler, mobile advertising. Bentuk media online yang umumnya digunakan untuk beriklan adalah website.

Bentuk iklan dalam website terdiri dari empat jenis, yaitu:²⁶

a. Display Ad

Display ad merupakan iklan-iklan yang terpampang pada halaman website. Biasa diposisikan diatas halaman atau disamping halaman. Umumnya terdiri dari teks dan tombol yang menghubungkan langsung ke website pengiklan.

²⁶Wertime K., & Fenwick dalam Jurnal Meyliana, “*Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company*”, (Jakarta : Binus Bussiness Review, 2011), h.33

b. Search-SEO atau SEM

SEO (search engine optimize) / SEM (search engine marketing) adalah strategi perusahaan untuk menempatkan merknya pada posisi paling pertama dari hasil pencarian kata yang relevan dengan perusahaannya. Sehingga apabila pengunjung mencari sesuatu dengan kata kunci tertentu, maka produk mereka yang memiliki kata yang relevan akan muncul paling pertama di hasil pencarian.

c. Affiliate Programs

Affiliate programs adalah penempatan iklan pada display ad atau hasil dari suatu kata yang dicari di search engine berkaitan dengan iklan mereka. Dimana produk akan di iklankan dan dilayani secara gratis oleh suatu website. Iklan itu akan membayar apabila terdapat respon dari pengunjung. Responnya bisa berupa kunjungan ke website produk melalui iklan tersebut, pendaftaran pada website, dan paling banyak bila terdapat pembelian produk. Umumnya iklan affiliate akan ditempatkan pada editorial content website.

Dapat disimpulkan dari beberapa pendapat ahli digital marketing ialah aktifitas promosi sebuah perusahaan yang memanfaatkan media digital sebagai media pemasarannya. salah satunya dengan penggunaan media internet sebagai media beriklan

Berikut beberapa metode yang kami lakukan untuk pemasaran aplikasi online shop oleh-oleh haji dan umroh kami.

E. Pemasaran Melalui Media Sosial

Media sangat penting bagi kami sebagai pemasar aplikasi. salah satu Langkah kami adalah dengan cara rutin mengubah post di berbagai chanel media sosial kami untuk tujuan lain, selain meningkatkan kesadaran mengenai produk kami. konten untuk media social dapat berupa blog, lomba, thread diskusi dan lain sebagainya.

Ada beberapa mediasosial yang penulis buat untuk mempromosikan aplikasi ini seperti *Inatagram, facebook, dan watsshap.*

F. *Landing Page* dan *Blog*

Landing page dan blog aplikasi adalah strategi pemasaran yang sangat penting, di mana pengguna dapat memperoleh informasi lebih lanjut tentang aplikasi kami melalui WEB seluler dan desktop.

G. *App Store Optimization*

App Store Optimization (ASO) adalah proses untuk meningkatkan visibilitas aplikasi kami di *App Store dan Google Play Store (ASO)* ini juga dapat menarik pengguna organik tanpa biaya. Sama halnya dengan *SEO*, kami perlu mengidentifikasi dan memanfaatkan kata kunci untuk *ASO* agar aplikasi kami dapat meraih peringkat yang tinggi di *App Store*.

5. Target Pemasaran

Target (*Targeting*) yaitu memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki atau bagaimana cara perusahaan mengoptimalkan suatu pasar dan dalam penentuan target perusahaan harus menggunakan konsep prioritas, variabilitas dan fleksibilitas. Prioritas dipakai karena perusahaan tidak pernah bisa melayani semua orang yang ada di pasar. Sedangkan konsep variabilitas

digunaakan ketika menghadapi situasi persaingan yang sudah meningkatkan, karena perusahaan tidak bisa memberikan pelayanan yang sama kepada semua orang yang akan diprioritaskan.²⁷

Sedangkan Target pemasaran yang ingin dijangkau oleh penulis dari berbagai kalangan masyarakat baik dari ekonomi yang tingkat rendah sampai tertinggi, karena tujuan awal dari pembuatan aplikasi tersebut dibuat ialah untuk membantu masyarakat khususnya yang ada di pedalaman baik itu yang ekonominya rendah ataupun yang tinggi, supaya untuk mempermudah mereka mendapatkan perlengkapan ataupun oleh-oleh haji dan umroh.

Penulis menggunakan media elektronik, karena pada zaman sekarang kebanyakan masyarakat menyukai hal-hal yang praktis dan cepat. Maka dari itu penulis

²⁷ Rahmi Yuliana, “Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Disemarang”. Jurnal Stie Semarang, Vol 5, NO 2, Edisi Juni 2013

menggunakan media elektronik dengan harapan dapat dengan mudah untuk dijangkau atau digunakan secara sederhana. Juga dengan media elektronik, produk aplikasi yang dibuat oleh penulis bisa bertahan lebih lama dari media cetak, karena software aplikasi tidak ada batas akhir atau kadaluarsanya. Juga alasan penulis menggunakan media elektronik selain praktis, juga bisa lebih menghemat biaya.

6. Anggaran Biaya Pemasaran

NO	Kegiatan	Harga Barang		Jumlah
		Unit	Harga	
A.	Tahap Pelaksanaan			
1.	Bahan Habis Pakai			
	Kuota Internet	17 Gb	Rp. 76.000	Rp. 76.000
	Jumlah			Rp. 76.000
2.	Peralatan Tetap			
	Laptop	1 buah	Rp. 2.500.000 - /+	Rp. 2.500.000 - /+
	Charger Laptop	1 buah	Rp. 75.000	Rp. 75.000
	Handphone	1 buah	Rp.	Rp.

		1												1
1.	Perencanaan													
2.	Survey Alat dan Bahan													
3.	Pelatihan dan Praktek													
4.	Publikasi dan Promosi													
5.	Evaluasi													
6.	Pembuatan Laporan													

Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan

Penjelasan kegiatan :

1. Hari pertama,

Merencanakan sistem yang di gunakan untuk memasarkan aplikasi online shop haji dan umroh agar dapat di pasarkan ke khalayak luas

2. Menyurvei alat dan bahan

Memilih dan menyurvei alat dan bahan apa saja yang bisa dapat membantu sistem pemasaran online ini agar supaya aplikasi online shop ini dapat terpasarkan di khalayak umum

3. Pelatihan dan praktik

Atau yang bisa disebut juga dengan uji coba, dalam hal ini saya menguji coba memasarkan aplikasi ini kepada kawan kawan grup sosmed saya pribadi agar lebih mudah untuk menguji cobanya

4. Publikasi dan promosi

adalah cara memasarkan aplikasi ini ke khalayak luas dengan cara mempromosikan di setiap sosmed yang saya buat untuk memasarkannya seperti instagram, whatsapp, dan juga fb

5. Evaluasi

adalah untuk supaya kita dapat menilai di bagian mana dari hari pertama rencana pemasaran sampai proses promosi yang masih belum maksimal agar dapat di perbaiki

6. Pembuatan laporan

tentang aplikasi online shop oleh-oleh haji dan umroh dari awal pembuatan aplikasi sampai proses pemasaran aplikasi

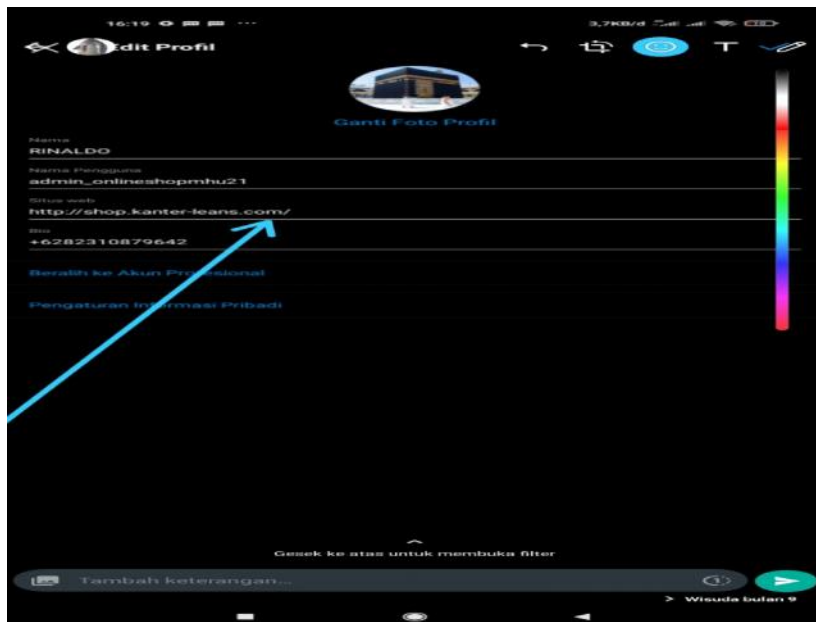
hingga menghasilkan laporan tentang pemasaran aplikasi online shop haji dan umroh

BAB IV

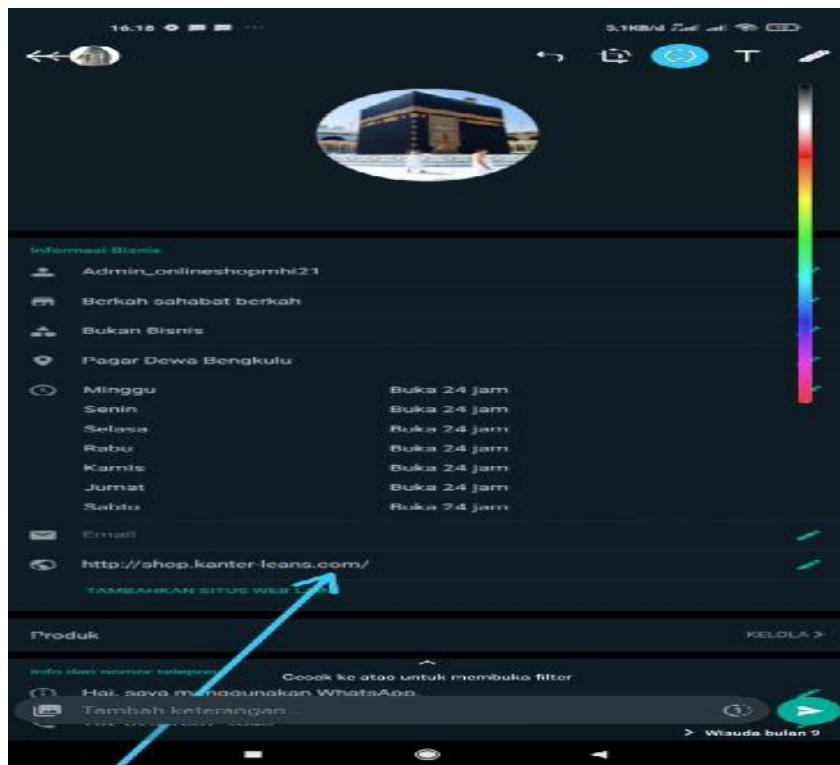
HASIL YANG DICAPAI DAN POTENSI KEBERLANJUTAN

1. Hasil Perancangan

Langkah awal pada perancangan pemasaran ini penulis memudahkannya dengan memasang *link* di bagian bio di sosial media aplikasi kami (instagram) yang langsung terhubung dengan aplikasi melalui cara mengklik link tersebut lalu melakukan registrasi Email pengguna. Juga memasang *link* dan meng *shre* link aplikasi di sosial media whatsapp.



Gambar 5.1 Tampilan Halaman Instagram



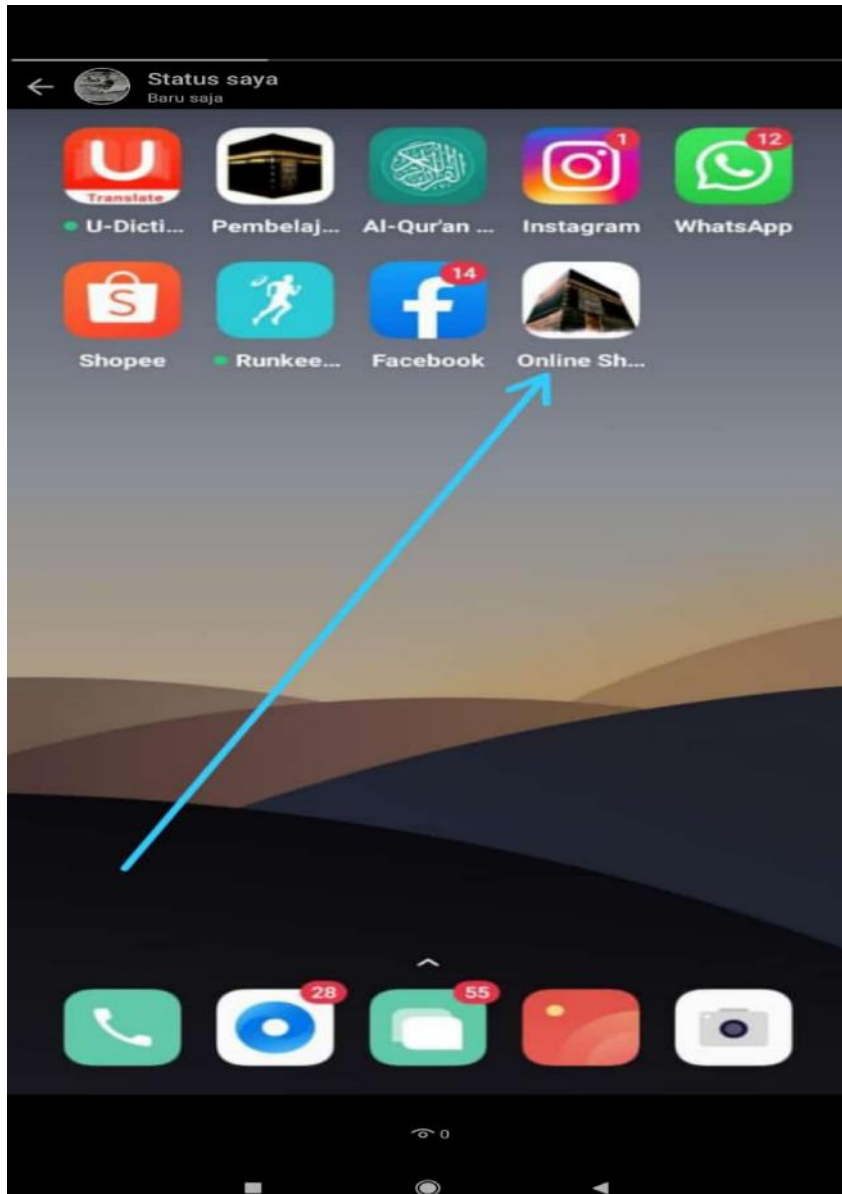
Gambar 5.2 Tampilan Halaman Instagram

Gambar 5.2 itu merupakan tampilan dari aplikasi instagram yang berguna untuk memasarkan aplikasi di sosial media, dan link yang disertakan di tampilan instagram tersebut digunakan untuk menghubungkan langsung ke aplikasi online shop haji dan umroh.

Gambar 5.3 Tampilan halaman whatsapp

Gambar 5.3 merupakan tampilan kami yang membagikan aplikasi kami di beberapa grup whatsapp. Gambar 5.3 itu merupakan tampilan

dari aplikasi watshap admin alikasi online shopyang berguna meng share link aplikasi ke sesama pengguna watshapp.



Gambar 5.4 Tampilan aplikasi online shop haji dan umroh

Gambar 5.4 merupakan tampilan aplikasi online shop haji dan umroh yang menjadi proses pembahasan di program ini.

2. Hasil Yang Dicapai Berdasarkan Luaran Program

Di bawah ini adalah identifikasi ketercapaian ditinjau dari luaran program :

- a. Terciptanya kelompok perusahaan perlengkapan ataupun oleh-oleh haji dan umroh yang akan bekerja sama di aplikasi ini, untuk konsultasi di bidang haji dan umrah, penulis berharap bisa membantu membuka peluang usaha bagi teman-teman yang mempunyai jiwa bisnis online supaya bergabung di aplikasi kami.
- b. Bagi masyarakat luaran yang dicapai yaitu penulis berharap dapat membantu meringankan dan mempermudah akses dalam mencari perlengkapan ataupun oleh-oleh haji dan umroh.
- c. Bagi penulis, berharap luaran yang di capai bergabungnya aplikasi aplikasi online lainnya supaya dapat mengembangkan aplikasi online shop haji dan umroh ini.
- d. Dapat bekerja sama dengan laboratorium produksi manajemen haji dan umrah, UINFAS Bengkulu.

3. Potensi Keberlanjutan

Untuk saat ini penulis hanya banyak memasarkan aplikasi online shop haji dan umroh di media online, dan rencana kedepan akan mencoba memasarkan aplikasi ini bukan hanya di media online melainkan meluas ke media cetak, dan juga akan bekerja sama dengan influencer yang di zaman sekarang ini sangat berpengaruh di kalangan masyarakat agar aplikasi ini dapat di kenal dan juga dapat di manfaatkan oleh pengguna.

Memperluas lagi jangkauan konsumen sehingga aplikasi ini menjadi aplikasi yang sangat bisa di andalkan bagi pengguna khususnya para konsumen yang mencari peralatan dan oleh-oleh haji umroh.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Penelitian proses pemasaran ini menghasilkan sebuah proses yakni untuk menunjang kelancaran pemasaran aplikasi online shop haji dan umroh. Dari hasil implementasi dan uji coba yang sudah penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa proses pemasaran yang di terangkan di atas berjalan dengan baik karena aplikasi tersebut dapat akses oleh masyarakat luas dan berjalan diberbagai *platform* Android, hanya tampilan yang berbeda disetiap versi android. Dilihat dari segi manfaat dan kegunaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji coba, pengguna terbantu untuk memesan peralatan dan oleh-oleh haji dan umroh secara online dengan adanya aplikasi tersebut, dengan alasan lebih praktis serta menghemat waktu dan biaya.. Dengan presentase 80 % dari 10 pengguna merasa terbantu dengan aplikasi tersebut.

Meskipun ada beberapa yang kurang tertarik dengan alasan karena aplikasi hanya dapat berjalan di satu *platform*, yaitu android.

2. Saran

Hasil penelitian yang ada, tentunya masih banyak kekurangan dalam penilitian pemasaran aplikasi online shop haji dan umroh ini. Oleh karena itu penulis menyarankan untuk pengembangan *Android Mobile Learning* Sebagai Media Pembelajaran :

- a. *M-Learning* yang dikembangkan masih perlu dimaksimalkan lagi karena pada pengembangan menggunakan *Mit App Inventor* masih banyak keterbatasan.
- b. Mengembangkan aplikasi Online shop haji dan umrah dengan lebih menarik, baik dari segi tampilan maupun isi dari aplikasi tidak hanya membahas mengenai perlengkapan dan oleh-oleh hajiumrah saja, melainkan produk produk islami lain.
- c. Mengembangkan aplikasi *M-Learning* ini untuk sistem operasi perangkat *mobile* yang lain seperti : Windows Phone, iOS,dan yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Baskoro. 2014. *Status Update For The Best Student*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ardianto, Soemirat dan Soleh .2010. *Dasar-Dasar Public Relation*, Bandung: Rosdakarya.
- Bertha Silvia Sutejo. 2006. *Internet Marketing: Konsep dan persoalan Baru Dunia Pemasaran*, (Jurnal Manajemen, Vol. 6, No. 1.
- Coviello. Milley. Barbara Marcolin dalam Jurnal Meyliana. 2011. “*Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company*”, (jakarta : Binus Bussiness Review.
- Fandy Tjiptono. 2000. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga,(Andi: Yogyakarta.
- Kotler dan Amstrong. 2003. *Dasar- Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.
- Kristomuljono, R. 2021.*Keuntungan pemasaran online bagi para pengusaha*. Jakarta:*Busines and Marketing*.
- Meyliana. 2011 Jurnal “*Analisa Strategi E-marketing dan Implementasinya pada Rental Company*”, Pustaka : Binus Bussiness Review

- Nayla Azara. 2021 *Pengertian PKM Dan Jenisnya*, diakses dari <https://www.indonesiastudents.com>.
- Paul. 1996. "Marketing on the Internet," pada sebuah jurnal *Consumer Marketing*.
- Rahmawati. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rhenald Kasali. 1998. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasran jasa*, PT. Salemba Empat: Jakarta.
- Rahmi Yuliana. 2013 "Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Disemarang". Jurnal Stie Semarang, Vol 5, NO 2.
- Sukaridhot. 2014. *Buku Jaringan Komputer 1*. Jakarta:Busines and Marketing.
- Sofyan Assauri. 2004, *Manajemen Pemasaran: Dasar Konsep & Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sri Hartini. 2012. "Peran Inovasi.Pengembangan Kualitas Dan Kinerja Bisnis". *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*. Vol. 14 No. 1.

UnongUchayana.

1990.*IlmuKomunikasi,TeoridanPraktek*,Bandung:

PT.RemajaRosdaKarya

WebsiteAPJII,<https://apjii.or.id/downfile/file/SurveiPengg>

unaanInternetSektorBisnis2016versienglish.pdf

diakses pada 10 Januari 2017

Wertime K, & Fenwick. 2008.*DigiMarketing: The*

Essential Guide to New Media & Digital

Marketing, Singapore: John Willey & Sons.

Website <https://salamadian.com/pengertian-laptop> diakses

pada 25 Januari 2022

Wertime K., & Fenwick dalam Jurnal Meyliana.

2011.“*Analisa Strategi E-marketing dan*

Implementasinya pada Rental Company”, Jakarta

: Binus Bussiness Review.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran-Lampiran :

1. Halaman Persetujuan

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38221
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax (0736) 51171
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA(PKM)
Aplikasi Online shop Haji dan Umroh

1. Nama/NIM/Prodi	Deri Muhammad Nasyihin /1711170013/ Manajemen Haji dan Umroh
2. Status Dalam Tim	Anggota
3. Bidang Usaha	Aplikasi Online Shop Haji dan Umroh
4. Lokasi	Media Elektronik atau Umroh
5. Waktu	3,5 (tiga koma lima) bulan, mulai bulan Mei/Agustus 2021
6. Anggaran Biaya	Rp. 6.871.000 (Enam Juta Delapan Ratus Tujuh Puluh Satu Rupiah)

Dapat disetujui untuk diajukan dalam seminar hasil Program Kreativitas Mahasiswa (Kewirausahaan) sebagai Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.


Pembimbing I

Dr. Nurul Hak M.A
NIP. 196606161995031003

Bengkulu Agustus 2021 M
Pembimbing II

Yunida Een Fryanti, M.Si
NIP. 198106122015032000

2. From Persetujuan Judul Tugas Akhir

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Fatah Pager Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax: (0736) 51171

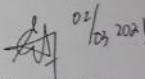
FORM 2 PENGAJUAN JUDUL TUGAS AKHIR
JURNAL ILMIAH, BUKU, PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT,
PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

I. Identitas Mahasiswa
Nama : Mohammad Maja Saputra
NIM : 1711170022
Program Studi : Manajemen Haji dan Umroh
Anggota : 1 Rinaldo (NIM:1711170018)
2 Deri muhammad nasyihin (NIM:1711170013)

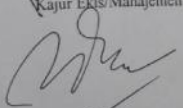
II. Pilihan Tugas Akhir:
 Jurnal Ilmiah
 Buku
 Pengabdian Kepada Masyarakat
 Program Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

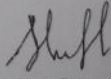
Judul Tugas Akhir:
Perancangan Aplikasi Online Shope Maharu Per

III. Proses Validasi:


A. Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir
Catatan:
Acc, judul - On line Shope Produk Haji dan Umroh
Bengkulu, 8 Februari 2021
Dosen Pembimbing Rencana Tugas Akhir

Yunida Eca Frvanti, M.Si
NIP. 198106122015032000

B. Ketua Jurusan
Judul yang disetujui:
Penunjukkan Dosen Pembimbing:

Mengesahkan
Kajur Ekis/Manajemen

Idwat B. MA
NIP. 198307092009121000

Bengkulu, 8 Februari 2021
Ketua Tim
Mahasiswa

M Maja Saputra
NIM. 1711170022

3. Surat Penunjukan Pembimbing

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN
Nomor: 0607/tn.11/F.IV/PP.00.9/04/2021

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen:

1. NAMA : Dr. Nurul Hak, MA.
NIP : 196606161995031002
Tugas : Pembimbing I
2. NAMA : Yunida Een Friyanti, M. Si.
NIP : 19810612201532003
Tugas : Pembimbing II

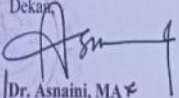
untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan Program Kreativitas Mahasiswa, kegiatan penulisan sampai persiapan ujian bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

1. NAMA : M. Maja Saputra
NIM : 1711170022
Prodi : Manajemen Haji dan Umrah
2. NAMA : Muhammad Deri Nasidin
NIM : 1711170013
Prodi : Manajemen Haji dan Umrah
3. NAMA : Rinaldo
NIM : 1711170018
Prodi : Manajemen Haji dan Umrah

Judul Skripsi : **Online Shop Produk Haji dan Umroh**

Ketetapan : Program Kreativitas Mahasiswa

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal : 15 April 2021
Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

4. Lembar Pembimbing

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN PKM

Nama Mahasiswa : 1. M.Maja Saputra (1711170022)
2. Deri M.Nasyihin (1711170013)
3. Rinaldo (171170018)

Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah
Judul PKM : Aplikasi Online Shop Haji dan Umroh
Pembimbing I : Dr.Nurul Hak M.A

NO	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf
1.	Senin /16 Agustus	Logo	kurangi	P.
2.	Selasa /19 Agustus	Tampilan Utama	Warna	P.
3.	Senin /23 Agustus	Panduan	-	P.
4.	Kamis /26 Agustus 2021	Tampilan Play Uti	---	P.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Bengkulu ²⁶⁻⁰⁸ -2021
Pembimbing I

Idwal, B.MA
NIP.19830792009121000

Dr.Nurul Hak M.A
Nip.198106122015032000



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN PKM

Nama Mahasiswa : Deri muhammad Nasyihin (1711170013)
Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah
Judul PKM : Proses Pemasaran Aplikasi Online Shop
Haji dan Umroh
Pembimbing II : Yunida Een Fryanti, M.Si

NO	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Pembimbing	Paraf
1	Rabu/30 April 2021	Rencana	Cari Vendor	df
2	Rabu/16 Juni	Tampilan		df
3	Kabu/23 Juni	Pembuatan		df
4	Selasa/2 Agustus	Laporan bab	Perbaiki poster	df
5	Senin/9 Agustus	Laporan	Perbaiki i.v	df
6	Selasa/10 Agustus	Laporan		df
7	Senin/12 Agustus	Ace	Perbaiki layout	df


Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Hawal, B.MA
NIP.19830792009121000

Bengkulu, 12-08-2021
Pembimbing II

Yunida Een Fryanti, M.Si
Nip.196303192000032003


5. Lembar Saran penguji


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 36011
 Telpun (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama Mahasiswa : Dini M. Nasyma
 NIM : 171117013
 Judul Skripsi : _____

NO	Tanggal	Masalah	Saran
		✓ Oleh m dan Pelajar Paa Haji San Wadi	
		✓ Temali Vagor Berbagai Upaya	
		✓ foto note	
		✓ Daftar pustaka	
		✓ Gunakan Pedoman skripsi/TA	

Bengkulu
 Penguji III

 Elca Sri Wahyuni, MA
 NIP

6. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Deri Muhammad Nasyihin
2	NIM	1711170013
3	Jenis Kelamin	Laki-laki
4	Program Studi	Manajemen Haji dan Umrah
5	Tempat dan Tanggal Lahir	Bukit Peninjauan 1, 12 Juli 1997
6	Alamat E-mail	Sri869194@gmail.com
7	Nomor Telepon/HP	081273305721
8	Motto	Teruslah berbuat baik walau banyak yang berbuat buruk pada kita

Riwayat Pendidikan Formal dan Non Formal

No	Pendidikan	Asal Sekolah	Tahun Tamat
1	Sekolah Dasar	Sd 3 Bukit Peninjauan 1	2009
2	Sekolah Menengah Pertama	MTS Miftahul Hidayah	2012
3	Sekolah Menengah Atas	SMA Cintawana	2015
4	Perguruan Tinggi	IAIN Bengkulu	

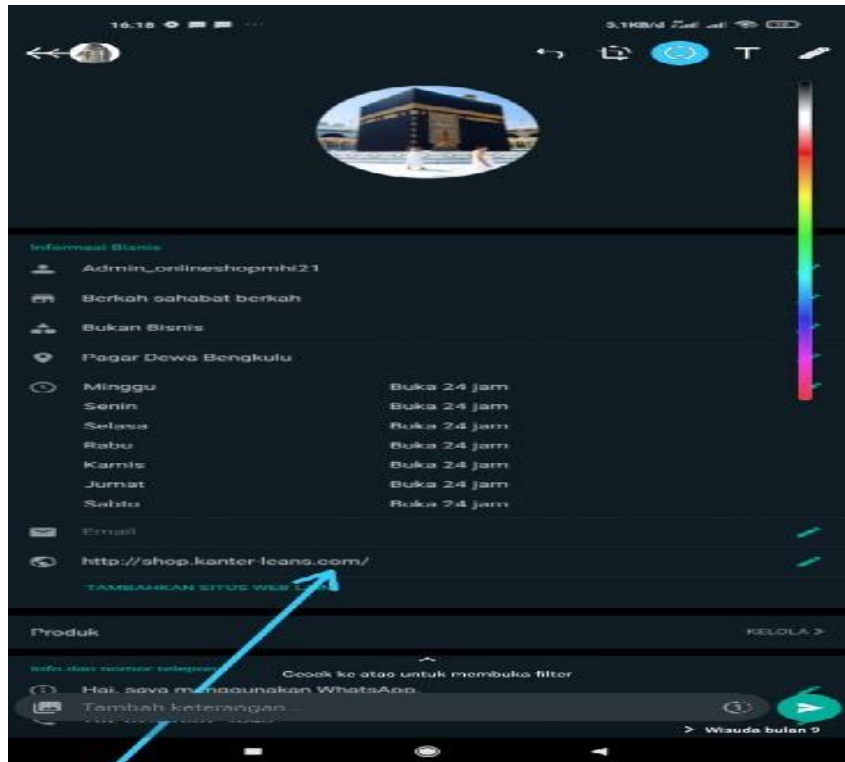
Pengalaman Organisasi yang Pernah Diikuti

No	Nama	Status dalam	Waktu dan
----	------	--------------	-----------

	Organisasi	Organisasi	Tempat
1	Pramuka	Anggota	SMP dan SMA
2	HMPS MHU	Divisi Humas	Perguruan Tinggi
3	Pecinta alam	Anggota	Perguruan Tinggi

7. Dokumentasi Proses Pemasaran





8. Surat Keterangan Plagiarisme



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor: 236/SKBP-FEBI/05/2022

Ketua Tim Uji Plagiarisme Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Deri Muhammad Nasyihin
NIM : 1711170013
Program Studi : Manajemen Haji dan Umroh
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Aplikasi Online Shop Haji dan Umroh

Dinyatakan lolos uji cek plagiasi menggunakan turnitin dengan hasil 25%. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian tugas akhir.

Demikian surat keterangan ini disampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Bengkulu, 7 Februari 2022
Ketua/Wakil Dekan I



Dr. Nurul Hak, MA 📄
NIP. 196606161995031002