

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BADAN USAHA
MILIK MASJID JAMI' AL-UKHUWAH PALEM SEMI
BENCONGAN KELAPA DUA DALAM MENINGKATKAN
KEMANDIRIAN EKONOMI**

SKRIPSI

Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



Disusun Oleh :

Muhamad Dwi Septian

2070201069

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Usaha Milik
Masjid Jami' Al-Ukhuwah dalam Meningkatkan
Kemandirian Ekonomi
Diajukan Oleh : Muhamad Dwi Septian
NPM : 2070201069
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Disetujui

Tangerang, 9, 6 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi


Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
NIDN : 0429077605

Dosen Pembimbing


Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
NIDN : 0429077605

LEMBAR PENGESAHAN

Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Usaha Milik Masjid Jami' Al-Ukhuwah
Palem Semi Bencong Kelapa Dua Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi

Oleh:

Muhamad Dwi Septian

Nim : 2070201069

Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Public Relations*)

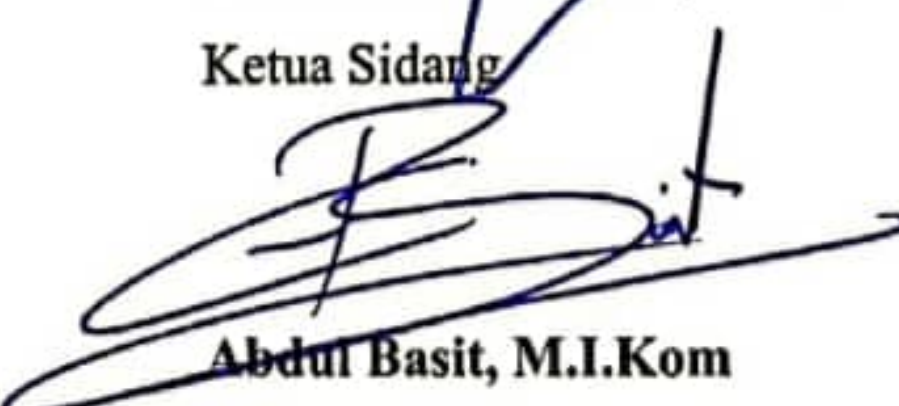
Telah diujikan di depan tim penguji

Pada tanggal 23 Juni 2024



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

Ketua Sidang



Abdul Basit, M.I.Kom

Anggota Sidang I



Ilham Ramdhana, M.I.Kom

Anggota Sidang II

Mengetahui,



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dream big. But don't try to achieve that dream, but try to surpass it”

**Bermimpilah yang besar. Tapi jangan berusaha menggapai mimpi tersebut,
melainkan berusahalah melampauinya**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Keluarga yang paling dicintai yaitu Alm. Ahmad Juwahir dan Ibu Robi'ah
2. Ayahanda Achmad Kosasih
3. Bapak Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
4. Teman seperjuangan

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Dwi Septian
NIM : 2070201069
Progam Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 12 September 2002
Alamat : Kp. Bencongan RT 06/01, Kel. Bencongan,
Kec. Kelapa Dua, Kab. Tangerang, Prov.
Banten.

Dengan ini menyatakan bahwa:

- A. Tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul:
"Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Usaha Milik Masjid Jami' Al-Ukhuwah Palembang Semi Bencongan Kelapa Dua Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi" Adalah benar disusun oleh saya sendiri, dan jika kemudian hari dikethau berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata skripsi tersebut dibuatkan orang lain atau diketahui skripsi tersebut plagiat/mencontek/menjiplak hasil karya ilmiah orang lain, dengan ini saya siap menerima pembatalan/pencabutan Gelar Akademik dan siap mengulang kembali penyusunan skripsi dari awal.
- B. Bahwa seluruh dokumen (fotokopi ijazah, fotokopi transkrip nilai) dan lain-lain sebagai persyaratan sidang adalah Asli milik saya pribadi dan dapat saya pertanggungjawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 4 Juni 2024

Pembuat Pernyataan



(Muhamad Dwi Septian)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan utama untuk menggali strategi dan hambatan dalam komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Badan Usaha milik Masjid Jami' Al-Ukhuwah Palem Semi Bencong, Kabupaten Tangerang, dalam usaha memajukan kemandirian ekonomi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, di mana data dikumpulkan melalui wawancara dengan berbagai pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan komunikasi pemasaran tersebut. Penelitian yang dilakukan mengungkapkan penerapan strategi Komunikasi Pemasaran beragam sesuai situasi, termasuk penggunaan poster sebagai media iklan, promosi penjualan melalui penawaran harga khusus, serta membangun kemitraan dengan pihak eksternal untuk public relations dan publicity. Selain itu, penjualan secara online juga dilakukan melalui platform seperti Instagram, GrabMart, dan Tokopedia, serta upaya penjualan langsung atau strategi "jemput bola" kepada pelanggan. Dalam hal ini kendala yang dialami adanya karyawan yang kinerjanya kurang baik sehingga kurang efektif dalam pelaksanaan beberapa strategi yang dilakukan.

Kata Kunci : Badan Usaha, Masjid, Kemandirian, Komunikasi Pemasaran.

ABSTRACT

This study was conducted with the primary objective of exploring the strategies and obstacles in marketing communication implemented by the Business Entity owned by Jami' Al-Ukhuwah Mosque in Palem Semi Bencongan, Tangerang District, in promoting economic independence. The study utilized a qualitative descriptive approach, where data was collected through interviews with various parties directly involved in the marketing communication activities. The research revealed the application of diverse Marketing Communication strategies suitable for different situations, including the use of posters as Advertising media, Sales Promotions through special price offers, and building partnerships with external parties for Public Relations and Publicity. Additionally, online sales were conducted through platforms such as Instagram, GrabMart, and Tokopedia, as well as direct selling efforts or the "go-to customer" strategy. In this regard, a challenge encountered was the presence of employees whose performance was suboptimal, thereby affecting the effectiveness of several implemented strategies..

Keyword: *Bussiness entities, marketing communications, mosques.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Fokus Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.5.1 Manfaat Akademis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
1.5.3 Manfaat Individu.....	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Al-Qur'an dan Hadits	7
2.1.1 Landasan Al-Qur'an.....	7
2.1.2 Landasan Hadits.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Landasan Teori.....	11
2.3.1 Pengertian Komunikasi	11
2.3.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.2.4 Pengertian Kemandirian Ekonomi Masjid.....	15
2.2.5 Pengertian Badan Usaha Milik Masjid	16

2.2.6 Bauran Komunikasi Pemasaran	17
2.4 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III.....	19
METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Deskripsi Subjek atau Objek, Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.1.1 Subjek Penelitian.....	19
3.1.2 Objek Penelitian.....	20
3.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.3.1 Data Primer	21
3.3.2 Data Sekunder	22
3.4 Teknik Analisis Data.....	22
3.5 Teknik Keabsahan Data	23
BAB VI.....	25
HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1. Profil Usaha Masjid Jami' Al-Ukhuwah Palembang Semi.....	25
4.1.1 Struktur Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Jami' Al-Ukhuwah Palembang Semi	25
4.1.2 Jenis Unit Usaha	26
4.1.3 Hubungan Kerjasama Unit Usaha Masjid Al-Ukhuwah Palembang Semi Dengan Pihak Luar atau Masyarakat.....	27
4.2 Potensi Masjid Al-Ukhuwah Palembang Semi dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi.....	28
4.3 Hasil Wawancara	29
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	46
4.4.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Usaha Milik Masjid (BUMM) Jami' Al-Ukhuwah Palembang Semi dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi	46
4.4.2. Kendala Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Usaha Milik Masjid (BUMM) Jami' Al-Ukhuwah Palembang Semi	50
BAB V.....	52
PENUTUP.....	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2 Key Informan dan Informan	19
Tabel 3 Tenaga Kerja	26
Tabel 4 Hubungan Kerja Sama	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Masjid Jami' Al-Ukhuwah.....	2
Gambar 2 Grafik Pendapatan BUMM	3
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4 Poster BUMM di Mading.....	31
Gambar 5 Flayer Undangan Kajian.....	32
Gambar 6 Promo Snack	34
Gambar 7 Flayer promo Idul Fitri.....	34
Gambar 8 Flayer promo Idul Fitri.....	34
Gambar 9 Voucher Ukhuwah	35
Gambar 10 Stan Ukhuwah	37
Gambar 11 Studi banding dengan masjid lain	40
Gambar 12 Postingan Instagram	41
Gambar 13 Tokopedia.....	42
Gambar 14 GrabMart Ukhuwah	43
Gambar 15 Transaksi GrabMart.....	44
Gambar 16 Wawancara Bpk. Bambang	73
Gambar 17 Wawancara Jamaluddin.....	73
Gambar 18 Wawancara Sultan Azfa	74
Gambar 19 Wawancara Salsabila Rachmasari.....	74

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullaho Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, penulis berhasil menuntaskan skripsi ini. Selawat dan salam teruntuk Nabi Muhammad SAW, sahabat-sahabatnya, serta keluarganya, yang menjadi teladan bagi umatnya sampai akhir zaman. Penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Badan Usaha Milik Masjid Jami’ Al-Ukhuwah dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi” ini dihadirkan sebagai karya akhir studi yang penulis tempuh, sekaligus sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Penulis menyadari bahwa sebagai individu yang terus berusaha memperkaya pengetahuan, skripsi ini memiliki berbagai kelemahan dan keterbatasan. Keterlibatan dan dukungan dari berbagai pihak di sekitar penulis sangat berperan penting dalam proses penulisan ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam yang tidak mampu dijelaskan hanya dengan kata-kata kepada semua yang telah memberi dukungan dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang besar diarahkan kepada:

1. Keluarga yang paling dicintai: Alm. Ayah Ahmad Juwahir, dan Ibu Robi’ah.
2. Bapak Dr. H. Ahmad Amarullah, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang.
3. Bapak Dr. H. Achmad Kosasih, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
4. Bapak Dr. Mirza Shahreza, M.I.K. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus pembimbing yang sangat baik hati dengan menyediakan waktu dan pikiran dalam memberikan arahan penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Staff dan Dosen pengajar yang telah banyak membantu proses dalam perkuliahan penulis.

6. Dewan Kemakmuran Masjid Jami' Al-Ukhuwah yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian perkuliahan.
7. Bapak H. Anies Rasyid Baswedan, S.E., M.P.P., Ph.D. Yang telah memberikan semangat dan memberikan motivasi dalam menjalani perkuliahan ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca dan penulis meminta maaf jika terdapat kata-kata yang tidak berkenan. Sebagai penutup, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sejak awal masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Penulis mengakui adanya kekurangan dalam skripsi ini dan berharap Allah SWT. memberikan balasan yang baik atas segala kebaikan yang telah diberikan. Aamiin.

Billahi Fii Sabililhaq Fastabiql Khairat.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tangerang, 4 Juni 2024

Penulis

MUHAMAD DWI SEPTIAN