

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Haji sebagai salah satu ibadah dalam Islam menjadi rukun Islam ke lima hukumnya wajib sekali seumur hidup bagi setiap orang Islam yang memenuhi syarat.

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ
فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: "Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (diantaranya) makam Ibrahim, barang siapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia, mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barang siapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam." (Q.S Ali Imran ayat 97).¹

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa Allah memerintahkan rasul-Nya untuk menghormatinya dan mengamankan orang yang memasukinya serta tidak boleh diserang, bahkan sampai mengena pula kepada hewan buruannya, pepohonan dan tumbuh-tumbuhan. Sebagian ulama ada yang berpendapat berdasarkan ayat ini, bahwa barang siapa yang melakukan tindak pidana di luar tanah haram, lalu ia berlindung ke Baitullah, maka ia akan aman dan tidak ditegakkan had sampai ia keluar dari padanya. Adapun aman secara takdir adalah,

¹ Departemen Agama RI, *Fiqh Haji* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2014), hal. 4.

bahwa Allah Subhaanahu wa Ta'ala dengan takdir-Nya menetapkan dalam diri manusia, termasuk orang-orang kafir dan musyrik untuk menghormatinya. Lebih dari itu, orang yang berniat jahat terhadap Baitullah, Allah memberikan hukuman segera kepadanya sebagaimana yang terjadi pada As-habul Fiil (tentara bergajah yang hendak menghancurkan ka'bah). Sebelum menyebutkan kewajiban haji, Allah Subhaanahu wa Ta'ala menyebutkan kelebihan-kelebihan Baitullah yang menjadikan hati manusia berkeinginan untuk pergi ke sana, kelebihan itu adalah *Pertama*, sebagai rumah ibadah pertama di dunia. *Kedua*, mendapatkan keberkahan, dimana tidak ada rumah yang paling banyak berkahnya dan paling banyak manfaatnya bagi manusia dibanding Baitullah. *Ketiga*, sebagai petunjuk bagi manusia. *Keempat*, terdapat tanda-tanda. *Kelima*, orang yang memasukinya akan aman. Kalau pun kelebihan di atas tidak disebutkan, tetapi hanya cukup dengan penyandaran kepada-Nya, yakni sebagai "rumah-Nya", maka hal itu pun sudah cukup.²

Sekarang ini cenderung meningkat dari tahun ke tahun, jumlah jamaah bertambah setiap tahun, baik ketika di berangkatkan dengan menggunakan kapal laut maupun pesawat terbang. Banyak motif muslim Indonesia melaksanakan haji, diantaranya untuk meningkatkan amal kebaikan, menjadi teladan kepada masyarakat, memperoleh status sosial dan meningkatkan pamor politik. Semakin

² Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya* (Jakarta: CV Diponegoro, 2005), hal. 232.

tinggi pendidikan umat Islam, kian kuat motivasi mereka untuk menunaikan ibadah haji.³

Meskipun kuota haji di Indonesia 2019 kembali normal yaitu 221.000 atau menyamai periode 2012. Sebelumnya, sejak 2013 hingga 2016 kuota haji di Indonesia hanya 168.800 jama'ah. Saudi terpaksa memotong kuota karena kompleks Masjidil Haram yang selama ini menjadi salah satu lokasi thawaf sedang diperluas. Kini proyek tersebut sudah rampung. Kini Kementerian Agama (Kemenag) mempunyai tugas besar untuk menyiapkan penyelenggaraan haji pada musim haji mendatang dengan menyempurnakan berbagai pelayanan bagi jamaah haji, baik saat di tanah air maupun di tanah suci.

Penyelenggaraan haji merupakan amanat dari UU No. 13 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji. Sesuai peraturan perundang-undangan tersebut, penyelenggaraan ibadah haji menjadi tanggung jawab pemerintah yang di koordinasi oleh Menteri Agama RI, hal tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa penyelenggaraan ibadah haji merupakan tugas nasional dan menyangkut martabat serta nama baik bangsa. Penyelenggaraan ibadah haji oleh pemerintah yang sebaik-baiknya bagi jama'ah haji, hingga jamaah haji dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan ketentuan ajaran Agama Islam. Pemerintah berkewajiban melakukan pembinaan, pelayanan dan perlindungan dengan menyediakan layanan administrasi, bimbingan ibadah haji, akomodasi,

³ Direktorat Penyelenggaraan Haji Kementerian Agama RI, *Haji Dari Masa Ke Masa* (Jakarta: Direktorat Penyelenggaraan Haji Kementerian Agama RI, 2012), hal. 11.

transportasi, pelayanan kesehatan, keamanan, dan hal-hal lain yang di perlukan oleh jama'ah haji.⁴

Berdasarkan fakta di atas maka semakin mempengaruhi pengusaha untuk membuka bisnis haji dan umrah, hal ini biasa dilihat dari menjamurnya perusahaan travel haji dan umrah diberbagai daerah baik di kota besar maupun di daerah terpencil sekalipun, hal ini membuat perusahaan saling berlomba-lomba untuk mendapatkan jamaah tentunya dengan melakukan marketing yang semakin dimodifikasi, dimana setiap perusahaan memiliki target tertentu untuk kemajuan usahanya.

Sekarang di Indonesia jika mendaftar haji di tahun 2019 maka akan di berangkatkan sekitar 27 tahun ke depan baru bisa berangkat ke Tanah Suci untuk menunaikan ibadah haji, ada yang menunggu sampai 28 tahun lamanya baru bisa diberangkatkan ke Mekah itu untuk kelas standar atau reguler beda halnya dengan ONH+ atau haji khusus yang menunggu sekitar 5-7 tahun lamanya untuk bisa berangkat ke Tanah Suci Mekah, harganya pun tidak tanggung-tanggung untuk mengambil kelas khusus itu.

Semua itu karena banyak umat Islam yang ingin pergi untuk menunaikan ibadah haji, sekarang pun sudah banyak travel-travel haji dan umrah yang menawarkan untuk berangkat ke Mekah dari harga yang di bawah standar ke

⁴ Imam Syaukani, *Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Kualitas Penyelenggaraan Ibadah Haji Tahun 1430 H/2009m* (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan Badan Litbang dan Dikla Kementrian Agama RI, 2011), hal. 1-2.

bawah untuk fasilitas yang seadanya sampai harga yang mahal untuk fasilitas yang sangat memadai dan berkualitas bagus.

Berbagai macam travel haji dan umrah yang ada masing-masing diantara mereka menawarkan banyak pilihan, biasanya dalam lembaga travel haji dan umrah mereka menggunakan manajemen pemasaran untuk menawarkan fasilitas yang mereka miliki kepada konsumen.

Adapun keinginan para calon jamaah haji dan umrah yaitu adanya suatu wadah untuk mendapatkan informasi dan bimbingan ibadah haji dan umrah berupa manasik dan tata cara ibadah haji dari awal hingga akhir. Travel PT. Wahdan Sabilana merupakan suatu cara dari keinginan para calon jamaah haji dan umrah untuk mendapatkan informasi seputar haji dan umrah serta mendapatkan bimbingan tentang cara pelaksanaan haji dan umrah.

Travel PT. Wahdan Sabilana merupakan lembaga bisnis berbasis keagamaan yang ikut berpartisipasi membantu pemerintah dalam menyediakan layanan jasa serta penyelenggara ibadah haji dan umrah bagi para calon jamaah. Lembaga dapat berdiri karena adanya manajemen pemasaran hal ini yang menjadi ujung tombak untuk masyarakat mengetahui keunggulan produk yang ditawarkan karena banyak pesaing antara lembaga yang memberikan pelayanan haji dan umrah dengan baik yang ada di Kota Banjarmasin.

Manajemen pemasaran merupakan solusi untuk menangani aktivitas yang berkaitan dengan produk dan jasa. Manajemen yang dilakukan oleh pihak Travel PT. Wahdan Sabilana adalah sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan dalam

meraih daya saing pada pemasaran paket umrah melalui manajemen pemasaran dengan menggunakan konsep STP (segmentation, targeting, positioning). Konsep ini digunakan untuk menerapkan manajemen pemasaran dalam memenangkan persaingan pasar. Travel PT. Wahdan Sabilana mampu mengemban visi, misi, dan tujuannya dalam rangka meningkatkan daya saing. Pihak pimpinan bersama dengan karyawannya berupaya menerapkan manajemen pemasaran sebagai inti dari manajemen untuk meningkatkan daya saing.

Menghadapi persaingan biro perjalanan umrah, pihak Travel PT. Wahdan Sabilana menerapkan manajemen pemasaran yang memahami bahwa melalui manajemen yang kuat akan mudah memenangkan persaingan dalam mengatasi daya saing. Manajemen pemasaran ini diterapkan dalam rangka meningkatkan daya saing dalam memilih paket umrah pada Travel PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin.

Manajemen pemasaran yang dilakukan oleh Travel PT. Wahdan Sabilana sangatlah baik melihat jumlah calon jamaah dari tiap tahun semakin meningkat tetapi di dalam memasarkan produk berupa jasa Travel PT. Wahdan Sabilana juga masih memiliki kekurangan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *“Manajemen Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umrah di Travel PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin”*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana manajemen pemasaran pada PT. Wahdan Sabilana di Banjarmasin?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam proses pemasaran kepada jamaah haji dan umrah pada PT. Wahdan Sabilana di Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran pada PT. Wahdan Sabilana di Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam proses pemasaran kepada jamaah haji dan umrah pada PT. Wahdan Sabilana di Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan manajemen dakwah, khususnya dalam kajian bidang pengelolaan manajemen pemasaran pada travel haji dan umrah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain, yaitu:

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan pengetahuan dan pengaplikasian ilmu yang sudah didapatkan dalam perkuliahan terkait dengan pengelolaan manajemen pemasaran pada travel haji dan umrah.

b. Bagi Lembaga/Organisasi

- 1) Sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan manajemen yang ada pada travel haji dan umrah.
- 2) Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi travel haji dan umrah guna melakukan perbaikan secara terus-menerus agar travel haji dan umrah dapat berkembang dan maju.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap penulisan judul diatas, maka penulis akan menjelaskan beberapa istilah dari penelitian ini:

1. Manajemen

Manajemen dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.⁵

Manajemen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan dari Biro Travel PT. Wahdan Sabilana dalam tugasnya memajemen pemasaran.

2. Pemasaran

Pemasaran dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai proses, cara pembuatan pemasaran suatu barang.⁶

Pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses, cara, perbuatan dalam memasarkan suatu barang dagangan untuk menyebarluaskan ke tengah-tengah masyarakat.

3. Haji dan Umrah

Haji menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah rukun islam kelima (kewajiban ibadah) yang harus dilakukan oleh orang islam yang mampu dengan mengunjungi ka'bah pada bulan haji dan mengerjakan amalan haji, seperti ihram, tawaf, sai, dan wukuf.⁷

Umrah menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah kunjungan (ziarah) ke tempat suci (sebagai bagian dari upacara naik haji, dilakukan setiba di

⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 553.

⁶ Ibid., hal. 651.

⁷ "Hasil Pencarian - KBBI Daring," accessed December 9, 2019, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/haji>.

Mekah) dengan cara berihram, thawaf, sai, dan bercukur, tanpa wukuf di padang Arafah, yang pelaksanaannya dapat bersamaan dengan waktu haji atau di luar waktu haji.⁸

Haji dan Umrah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu amal ibadah yang dilakukan dengan sengaja mengunjungi Baitullah di Mekah dengan maksud beribadah dengan ikhlas mengharap keridhoan Allah Swt dengan syarat dan rukun tertentu. Sedangkan umrah adalah untuk melakukan ziarah ke Baitullah (ka`bah) di tanah suci dengan niat karena Allah Swt dengan syarat dan rukun tertentu.

F. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang ada untuk menghindari adanya kesan pengulangan atau tindakan plagiat dalam penelitian, maka penulis akan memaparkan penelitian yang pernah ada dengan penelitian yang penulis buat antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Zulmi Nur Malik bersama dengan peneliti lainnya yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Notebook Merek Acer Pada CV. Galaksi Komputer di Samarinda”. Penelitian ini berbeda karena peneliti bertujuan untuk mengetahui volume penjualan terhadap produk, tempat atau saluran distribusi dan promosi didalam menawarkan produk notebook merek acer.

⁸ “Hasil Pencarian - KBBI Daring,” accessed December 9, 2019, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/umrah>.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Reihan Risqullah Manggabarani, dengan judul skripsi “Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran dan Peningkatan Daya Saing Dalam Memilih Paket Umrah Pada Biro Perjalanan PT. Medussa Multi Business Center Kabupaten Jeneponto Di Makassar, 2014. Menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang terdiri atas segmentasi, target dan posisi pasar secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan daya saing dalam memilih paket umrah di PT. Medussa Multi Business Center Kabupaten Jeneponto Makassar. Hal ini menjelaskan bahwa dalam melakukan suatu pemasaran produk, selalu memerhatikan pentingnya segmentasi (*segmentation*) yang dapat memenuhi target penjualan produk (*targeting*) tanpa mengabaikan tata letak dari suatu kegiatan pemasaran atau *positioning*, yang dengan sendirinya memberikan pengaruh terhadap peningkatan daya saing dalam memilih paket umrah yang ditawarkan perusahaan.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Tania, dengan judul skripsi “Analisis Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah PT. Arminerika Perdana, 2014. Menyimpulkan bahwa setibanya di Mekah kunci sudah disiapkan oleh petugas untuk dibagikan kepada jamaah, jamaah langsung masuk ke kamar masing-masing untuk istirahat setelah perjalanan jauh dan koper jamaah sudah ada yang atur dan sesudah sampai di hotel masing-masing, bahkan koper sudah diterima di depan kamar hotel masing-masing jamaah sebagai bagian dari servis perusahaan. Rombongan jamaah yang menginap di hotel, jarak hotel ke Masjidil Haram hanya sekitar 150 – 200 meter

membuat nyaman para jamaah, ruang makan di hotel cukup luas dengan manajemen baru interior dan penataan ruang makan menjadi lebih nyaman, antrian jamaah untuk mengambil makanan tidak sampai membuat antrian panjang dan berebut karena ada 3–4 lokasi meja prasmanan yang disiapkan oleh pihak manajemen restoran. Menu makanan yang disiapkan cukup baik untuk standar ukuran hotel bintang 5, sesuai dengan selera para jamaah Indonesia.

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas penulis berusaha memberikan pemahaman dari semua hasil penelitian diatas, yang jarang bahkan belum ada yang membahas tentang “Manajemen Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umrah Di Travel PT. Wahdan Sabilana”.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dapat dijabarkan meliputi: Memuat latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, sistematika penulisan, kajian teori, dan teori penelitian yang mengemukakan jenis pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, prosedur pengolahan data dan analisis data.