

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Profil Perusahaan

a. Sekapur Sirih

PT. Wahdan Sabilana adalah Biro Perjalanan Umrah dan Haji Khusus yang bergerak dari tahun 2010. Travel ini awal mulanya beralamat di Jalan Bank Rakyat N0.17 Kav. 2-3 Kelurahan Kertak Baru Ulu Kecamatan Banjarmasin Tengah sebagai adik Perusahaan PT. Kaltrabu Indah. Kemudian memiliki manajemen sendiri dan pindah alamat ke kantor yang sekarang kami tempati di Jalan Adhyaksa No. 3 Banjarmasin sebagai Head Office.

Wahdan Sabilana adalah *fatner agen* Garuda Indonesia, yang setiap tahun tidak kurang dari 5.000 Tiket Umrah dijual. Para pembimbingnya adalah kumpulan dari alumni yang pernah belajar di Univ. Al-Azhar Mesir, Salathiyah Mekkah dan yang lainnya, yang berpengalaman dan memiliki kompetensi dalam membimbing jamaah Umrah dan Haji Khusus. Dan setiap tahun memberangkatkan jamaah Umrah kurang lebih 1.400 jamaah dari tahun 2014.

LEGALITAS PT. WAHDAN SABILANA (KEMENKUMHAM : AHU-10494.AH.01.01 Tahun 2010), (TDUP : 503-129/TDUP-VII/DPMPPTSP/2019),

(SIUP/SKTU:503-2812/SKTU-PJ.VI/DPMPTSP/2019),(TDP:16.10.1.79.03325),
 (NIB : 9120107241693), (NPWP : 03.025.725.7-731.000), (No Akte : No 25
 tahun 2010), (Sertifikasi pariwisata : IMS SUP 019), (IMB : 08082017-0640),
 (Asita : 001363), (Amphuri : KT-ALB 02008-000023), (Izin Haji : No 85 Tahun
 2018), (Izin Umroh : No 607 Tahun 2016).

b. Program

a) UMRAH REGULER perjalanan MEKKAH DAN MADINAH dengan pola 10,11,12, dan 14 Hari By Garuda Indonesia dengan hotel Fasilitas Bintang 3 dan 5. (2 sampai 3 kali keberangkatan setiap Bulan)

b) UMRAH PLUS :

- Plus Turki (Istambul dan Bursa) 13 – 15 Hari
- Plus Mesir (Kairo dan Alexandria) 13 – 15 Hari
- Plus Aqso (Amman, Petra, Yarussalem dan Hebron) 13 Hari⁴⁴

c. Dasar Pemikiran Program

1) *“Dan (ingatlah) ketika Kami memberikan tempat kepada Ibrahim di tempat Baitullah (dengan mengatakan): ‘Janganlah kamu menyekutukan sesuatu pun dengan-Ku dan sucikanlah rumah-Ku ini bagi orang-orang yang thawaf, orang-orang yang beribadah dan orang-orang yang ruku’ dan sujud. Dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh. (QS. 22:27)”* (al-Hajj: 26-27).

⁴⁴ Proposal baru PT. Wahdan Sabilana, hal. 1.

- 2) Allah akan mengganti semua biaya yang dikeluarkan untuk umrah dan haji (HR. Al-Baihaqy).
- 3) Berhaji dan berumrah-lah, niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosa kalian dan menghilangkan kefaqiran diri mu (HR. Muslim).
- 4) “... Sesungguhnya haji dan Umrah menghapuskan kemiskinan dan dosa seperti halnya tukang besi yang menghilangkan karat besi” (Hadis Shahih Riwayat Imam Ahmad).
- 5) Haji dan Umrah adalah bagian Rukun Islam yang merupakan kewajiban Individu yang perlu ditanamkan kepada anak–anak usia dini untuk mencapai Manusia yang Berakhlak Mulia.⁴⁵

d. Bentuk Kegiatan

- 1) Wahdan Tour mengajak kerjasama kepada Yayasan Al-Futtuwah Barabai HSS dalam penyelenggaraan Umrah dan Haji Khusus, dan Wisata Islami.
- 2) Maksud dari kerjasama dalam Umrah adalah melakukan perjalanan Umrah yang dikemas berbasis pendidikan untuk siswa siswi di bawah naungan yayasan, dan atau melakukan kunjungan ke Negara–Negara yang tersedia pakatnya dengan berbasis Pendidikan dan Sejarah Keislaman.
- 3) Umrah Pendidikan dan atau Perjalanan Berbasis Pendidikan dan Sejarah Keislaman yang dimaksud adalah, mengunjungi salah satu Universitas Islam yang ada di negara tempatan, baik Universitas Islam di Madinah, Ummul Qurra di Mekkah, atau di tempat yang lain, Bersilaturrahmi

⁴⁵ Ibid., hal. 4

dengan para masyaikh, dan menanamkan nilai-nilai pendidikan di tempat-tempat bersejarah yang menjadi kunjungan.

- 4) Kewajiban Wahdan Tour adalah menyediakan berbagai fasilitas yang diperlukan selama perjalanan, mulai dari tiket, akomodasi, konsumsi, dan prosesi kegiatan baik pembimbing atau tour guide selama di tempat perjalanan.
- 5) Kewenangan pihak mitra dalam hal ini Yayasan Al-Futtuwah Barabai HSS mememinta program yang sudah disepakati kepada Wahdan Tour.
- 6) Wahdan Tour juga mengajak kerjasama perjalanan ini dalam proses marketing Umrah, Haji Khusus dan Wisata Islami yang keuntungan dibagi dalam format kekeluargaan dan kesepahaman.⁴⁶

Dokumen-dokumen yang didapat dari travel PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin, berupa brosur haji dan umrah PT. Wahdan Sabilana dan struktur organisasi PT. Wahdan Sabilana.

Dalam teknik dokumentasi peneliti mendapatkan informasi bahwa di dalam brosur dijelaskan berdasarkan brosur-brosur yang ada kalau brosur tersebut sudah memiliki izin yang sangat jelas adapun informasi yang disampaikan di dalam brosur itu tertera logo PT. Wahdan Sabilana.

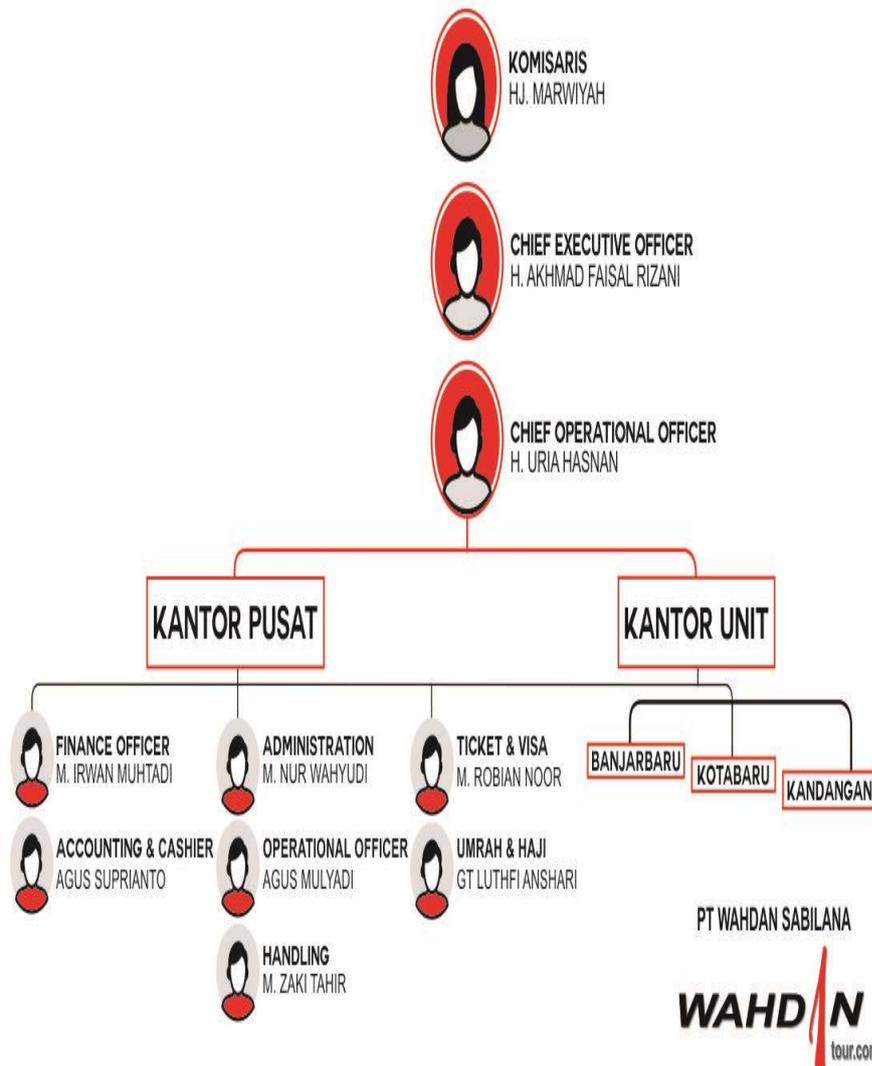
Dalam teknik dokumentasi peneliti mendapatkan informasi bahwa di dalam stuktur organisasi PT. Wahdan Sabilana dijelaskan beberapa bagian tugas dalam bentuk susunan unit-unit kerja dan pembagian kerja yaitu terdiri dari

⁴⁶ Ibid., hal. 5

Komisaris, Chief Executive Officer, Chief Operational Officer, Finance Officer, Accounting & Cashier, Administration, Operational Officer, Handling, Tiket & VISA, Umrah & Haji ini struktur organisasi di kantor pusat, selanjutnya juga ada kantor unit PT. Wahdan Sabilana yaitu di Banjarbaru, Kota Baru dan Kandangan.

STRUKTUR ORGANISASI

PT WAHDAN SABILANA



2. Penyajian Data

A. Manajemen Pemasaran Pada Travel PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin

Bagian ini menjelaskan tentang analisis peluang pemasaran, perencanaan strategi pemasaran, merancang kebijakan (Produk, Harga, Tempat, Promosi), implementasi pemasaran, serta pengendalian pemasaran.

Adapun penyajian data yang penulis uraikan adalah berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Peluang Pemasaran
 - a. Peluang Pasar PT. Wahdan Sabilana

Peluang pasar atau market opportunity adalah kombinasi keadaan dan waktu yang memungkinkan perusahaan untuk mengambil tindakan dalam mencapai sasaran perusahaan. Segala sesuatu yang akan dilakukan oleh perusahaan tentunya harus memiliki peluang pasar agar dapat menarik calon jamaah haji dan umrah untuk menggunakan jasa yang diberikan atau disediakan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan Direktur Operasional Ust. H. Uria Hasnan.

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Kamis, 06 Februari 2020, menjelaskan bahwa melihat peluang pasar untuk menarik calon jamaah haji dan umrah merupakan cara untuk membaca pasar yang ada dan mencapai target pasar yang telah direncanakan. Beliau mengatakan bahwa

“Pertama yang bapak jawab adalah kalau ini bagian dari analisa objektif itu hanya travel bapak saja bicara secara menyeluruh.”⁴⁷

Beliau juga menjelaskan peluang pasar itu tergantung dengan keperluan jamaah. Beliau mengatakan “Jadi kalau peluang pasar itu sebenarnya tergantung dari keperluan yang diinginkan konsumen jamaah.”⁴⁸

Beliau juga menjelaskan terlebih dahulu sebelum memasuki peluang pasar harus bisa membaca pasaran. Misalnya, seperti berapa lama hari yang ditawarkan travel tersebut untuk para calon jamaah yang akan dilaksanakan pada saat melakukan ibadah umrah.

Pertama kita sebelum masuk ke area pemasaran itu harus tau membaca pasar itu, kalau di Banjarmasin menjual hanya 9 hari perjalanan itu tidak akan laku, karena orang menginginkan perjalanan yang lama di Mekkah dan di Madinah. Biasanya, sebelum masuk di mana saja bapak kira bukan hanya di Banjarmasin, kamu nanti setelah tamat membuka sebuah travel kamu harus membaca situasi sekitar juga, kalau kamu menjual yang lain yang tidak dibutuhkan sesuai kebutuhan konsumen maka tidak akan laku, di sini perlunya lama harinya maka dari itu dijual lah menyesuaikan paket yang diinginkan. Nanti kamu teliti saja semua travel, ada atau tidak yang menjual di bawah 10 hari, biasanya hanya sedikit. Ada saja mungkin, cuma tidak laku karena tidak ada persaingan di pasaran.⁴⁹

Ust. H. Uria Hasnan juga menjelaskan cara travel PT. Wahdan Sabilana melihat peluang ada beberapa bagian. “Kalau ditanya bagaimana cara kami melihat peluang, yaitu : (1) membaca pasar itu penting dalam ilmu marketing itu wajib diketahui. (2) komponen dan spesifiknya.”

⁴⁷ Wawancara dengan Ust. H. Uria Hasnan, tanggal 06 Februari 2020 di kantor PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibid.

Berikutnya beliau menjelaskan apakah peneliti mengerti tentang spesifik peluang yang ada di PT. Wahdan Sabilana. Beliau membahas bagaimana pola spesifik dari hari pelaksanaan ibadah umrah untuk pegawai negeri dan menggunakan pesawat apa di travel ini.

Paham atau tidak spesifiknya, sekarang kita ketemu hari tersebut berarti di sini hari yang ada dipaket itu harus lama, misalnya 12-14 hari minimal 12 hari kalau pegawai negeri itu biasanya meminta 12 hari pelaksanaan ibadah umrahnya. Setelah kita bertemu dengan hari tersebut tergantung konsumen memerlukan hari tersebut lama atau tidak. Pola spesifiknya itu menggunakan pesawat apa, itu juga mempengaruhi.⁵⁰

Lalu beliau pada saat itu juga menjelaskan tentang keadaan transportasi udara yang ada di Banjarmasin. Bahwa transportasi udara yang ada di Banjarmasin ini masih termasuk golongan Internasional sedang dikarenakan belum ada penerbangan langsung dari Banjarmasin ke Jeddah masih harus transit ke Jakarta dulu.

Banjarmasin ini termasuk daerah yang dikatakan transportasi udaranya internasional padahal tidak juga, karena bandara kita ini internasional sedang, kalau dikatakan sudah internasional itu padahal belum karena kita tidak ada penerbangan antar negara kita harus transit dulu ke Jakarta.⁵¹

Bapak Ust. H. Uria Hasnan mengatakan bahwa bandara Internasional dibuka itu hanya wacana kalau menurut beliau itu pencitraan pemerintah namanya, kalau memang dibuka bandara Internasional pasti sudah ada gerbangnya untuk Internasional. Beliau bilang kenapa tidak masuk pesawat Internasional seperti, Malaysia Airlines tidak masuk, Singapore Airlines tidak masuk, yang sebenarnya sudah ada pembicaraan dari awal dengan mereka travel-travel yang sudah ada kan kebijakan pemerintah saja lagi yang tidak kompromi

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Ibid.

beliau bilang. Beliau juga mengatakan bahwa ada yang tidak sesuai dengan transportasi udara dan bagasi dari Banjarmasin seperti yang diinginkan PT. Wahdan Sabilana dan travel lainnya juga.

Padahal Malaysia Airlines sudah mau masuk kemarin tapi ditahan oleh Lion Air, jadi karena bandara ini harus transit dulu ke Jakarta yang dipikirkan itu adalah bagasi yang tidak repot mengurusnya masuk dari Banjarmasin keluar langsung di Jeddah, masuk dari Jeddah keluar langsung di Banjarmasin, dan ternyata tidak keluar masuk seperti yang disebutkan itu.⁵²

Lalu Bapak Ust. H. Uria Hasnan menjelaskan bahwa hanya pesawat tertentu yang bagasinya bisa langsung keluar dan masuk. Misalnya, dari Banjarmasin langsung ke Jeddah dan begitu pula sebaliknya. Beliau bilang di Banjarmasin ini spesifiknya harus menggunakan pesawat Garuda Indonesia atau pakai pesawat yang langsung bagasinya. Jadi, kalau harganya ingin lebih murah maka akan menggunakan pesawat Lion Air, tetapi kalau konsumen sudah terbiasa dengan menggunakan pesawat Garuda Indonesia mereka tidak akan mau menggunakan pesawat Lion Air. Karena, sifatnya kalau Lion Air itu tidak reguler atau tidak continue dijual berdasarkan permintaan pasar atau charter saja, kalau d charter berangkat kalau tidak d charter tidak berangkat, kalau pesawat Garuda Indonesia itu reguler beliau mengatakan seperti itu pada saat diwawancarai.

Bapak Ust. H. Uria Hasnan juga menyebutkan tentang jumlah jamaah yang menggunakan transportasi udara pesawat Garuda Indonesia. “Untuk umrah yang menggunakan pesawat Garuda Indonesia mencapai 11.000/1 musim hingga 20.000/1 musim itu hanya untuk jamaah kami saja.”

⁵² Ibid.

Beliau juga menjelaskan bahwa travel PT. Wahdan sabilana juga ada kerjasama dengan travel lain.

Karena ini ada kaitannya dengan travel Kaltrabu, karena Kaltrabu adalah kakak dari travel ini, kalau travel ini sifatnya independen atau berdiri sendiri, Kaltrabu itu lepas tanggung jawab dan mempunyai manajemen masing-masing. Cuma, untuk pengurusan VISA itu dalam ruang yang sama karena bekerjasama antara travel ini dengan Kaltrabu.⁵³

Bapak Ust. H. Uria Hasnan menyebutkan data jumlah jamaah pada tahun 2019 hingga tahun 2020. Jamaah tersebut mencapai 2025 jamaah dan biasanya bisa mencapai hingga 5000 jamaah dalam 1 musim. 1 musim yang dimaksud beliau adalah perputaran dari bulan setelah haji sampai bulan safar sebelum bulan haji.

Data terakhir jumlah jamaah umrah di travel ini mencapai 2025 jamaah dimulai pada tanggal 02 Oktober 2019 - 03 Februari 2020 yang kami berangkatkan antara Kaltrabu dengan PT. Wahdan Sabilana. Kami biasanya mencapai 5000 jamaah dalam 1 musim. Jadi, perputaran travel itu dari bulan setelah haji hingga bulan safar sampai sebelum haji.⁵⁴

Bapak Ust. H. Uria Hasnan menjelaskan tentang pembukaan pendaftaran serta pemberangkatan sekaligus perizinan Haji dan Umrah. Beliau menjelaskan pada saat diwawancarai kalau haji itu open pendaftaran terus-menerus, cuma bedanya haji dan umrah itu adalah kalau umrah itu langsung berangkat dan yang mengeksekusi travel PT. Wahdan Sabilana dan terus secara VISA, tiket, hotel semua itu travel lah yang menyediakan. Tapi, kalau haji ada terkait dengan regulasi pemerintah yaitu nomor porsi, nomor porsi itu mereka wajib mendaftarkan ke pemerintah dulu, setelah dapat nomor porsi tapi harus disesuaikan dengan izinnya juga. Beliau bilang tidak semua travel umrah itu

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Ibid.

mempunyai izin haji, kalau PT. Wahdan Sabilana sudah memiliki nomor izin haji yang tertera dibrosur cetak yang sudah tersedia. Izin umrah nya juga baru diperpanjang kata beliau, sekarang tidak ada lagi perpanjangan izin umrah cuma ada akreditasi namanya. Itu menurut beliau cara membaca melihat peluang pasarnya untuk membaca permintaan pasar.

Beliau juga menyebutkan tanggal keberangkatan jamaah umrah pada bulan Januari 2020 dan memberangkatkan permintaan jamaah yang sudah membeli paket khusus untuk berangkat umrah itu juga sudah bisa beliau kendalikan.

Tergantung jamaah, kami januari ini saja dari tanggal 02, 09, 16, 18, 25, itu 5 kali keberangkatan dalam 1 bulan. Jadi, tergantung permintaan, memang penjualan di dalam perbulan ini biasanya 2 kali saja kami buat keberangkatan dalam setiap bulan. Cuma kadang ketika jamaah itu menumpuk sudah menambah terpaksa kami membuat pola yang banyak atau ada konsumen dengan membawa 1 group. Misalnya, ada 20 orang langsung mendaftar itu meminta paket khusus nanti dibikinkan oleh kami paket tersebut. Selama musim umrah dibuka kalau musim haji stop dulu karena tidak bisa mengeluarkan VISA.⁵⁵

Bapak Ust. H. Uria Hasnan menjelaskan pada musim haji itu tidak ada pemberangkatan umrah atau menjual paket umrah pada musim haji dan beliau juga menjelaskan terkait dengan penipuan jika ada yang menjual paket umrah di musim haji sekaligus menyebutkan beberapa bagian struktur dari travel PT. Wahdan Sabilana. Travel ini juga mempunyai izin yang sudah teregistrasi di pemerintah yang bernama sistem SISKOPATUH dan ada juga apabila jamaah sudah didaftarkan dengan mendapatkan nomor porsi umrah namanya adalah SPPU (Surat Pendaftaran Pergi Umrah).

⁵⁵ Ibid.

Musim haji itu terkait dengan bulan haji pada bulan hijriah (syawal, dzulka'dah, dzulhijah) intinya tidak ada keberangkatan umrah. Kalau ada travel lain yang menjual tiket umrah berangkat di bulan haji itu adalah indikasi penipuan itu biasanya. Jadi, struktur pembicaraan travel ini ada 3: Pertama, adalah konsep manasik itu harus perlu di ketahui, manasik itu adalah terkait dengan ibadah umrah dan haji, orang yang ingin berkecimbung didalam umrah dan haji harus tahu ini jangan hanya sekedar menguasai ilmu marketing lalu menjual, tidak bisa. Bapak menangnya disitu karena latar belakang bapak timur tengah. Kedua, regulasi pemerintah gerakan pemerintah juga harus dibaca, travel banyak buka tapi dia belum tentu punya izin atau tidak karena setiap jamaah yang mendaftar di travel itu harus teregistrasi ke pemerintah ada namanya sistem SISKOPATUH. Jadi, jamaah itu datang lalu didaftarkan dan mendapatkn nomor porsi umrah namanya, yang pertama SPPU (Surat Pendaftaran Pergi Umrah) dari SPPU itu baru dibawa ke Bank Syariah nanti keluar namanya nomor porsi umrah, setelah nomor porsi umrah keluar jamaah itu resmi terdaftar artinya bukan hanya sekedar ilmu agama yang dikuasai dalam umrah dan haji tapi juga regulasi. Ketiga, adalah masalah tiketing operasionalnya lah sekarang kita mau jual tapi kita tidak menguasai tiketing bisa ditipu orang juga. Nah, ini harus digabungkan. Jadi, terkoordinasi secara utuh, bahasa kampusnya mungkin terintegrasi satu dengan yang lain tidak bisa lepas.⁵⁶

b. Peluang Kompetisi Pasar PT. Wahdan Sabilana

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Kamis, 06 Februari 2020, menjelaskan cara menghadapi persaingan dengan travel yang lain dan menerapkan cara berbisnis Nabi Muhammad S.A.W. beliau juga menyebutkan beberapa travel yang mengabaikan nilai kejujuran dalam berbisnis.

Bapak Ust. H. Uria Hasnan menjelaskan bahwa dalam berbisnis itu sebenarnya tidak ada persaingan kalau ada kata persaingan berarti kamu sakit hati dengan melihat perkembangan orang lain dan beliau juga menerapkan cara Nabi berbisnis itu untuk menghindari penyakit hati. Beliau mengatakan kalau rejeki itu

⁵⁶ Ibid.

tidak akan tertukar. Sedangkan kalau persaingan, persaingan dalam penjualan oke beliau bilang, mereka hadapi, jadi melihat pasaran lah dari pasaran itu apa yang dominan diinginkan atau diminati oleh konsumen, tapi mereka juga mencari nilai plusnya. Kalau orang lebih banyak menjual reguler beliau menjual plus, beliau bilang buktinya ke palestina, dubai itu lebih banyak diminati dan beliau lebih menjual yang non umrah atau wisata muslim nah itu cara bersaing kata beliau. Kalau cara bersaing itu melihatnya produk yang ditawarkan.

Bapak Ust. H. Uria Hasnan pada saat diwawancarai juga mengatakan bahwa jangan sampai menjelekkan bisnis travel lain dan mengabaikan nilai kejujuran dalam berbisnis karena prinsip kejujuran itu penting kata beliau kalau diterapkan dalam berbisnis.

Tapi, jangan menganggap seperti ini, misal ‘oh ini saingan kita, kamu jangan datang kesitu’, ‘tidak’, jangan seperti itu tidak boleh. Nah, tetapi pada hakikatnya dalam prinsip berbisnis itu adalah kejujuran, misal ‘ada orang yang berjualan umrah dan haji tapi mengabaikan nilai kejujuran’, bagaimana contohnya, bisa dilihat dari kasus-kasus yang dulu ada first travel, abu tour itu kan sistem PONZI, mengerti tidak sistem PONZI itu bisa dicek nanti dibuku Ekonomi Islam, sistem PONZI itu adalah permainan uang, orang taunya ini bayar umrah nya dan uang itu nanti di berangkatkan tahun yang akan datang. Jadi, uang itu tertumpuk di tahun ini sebenarnya uang ini adalah uang yang tahun ini daftar yang di berangkatkan tahun yang sebelumnya, ini menunggu waktu saja lagi bom waktu namanya. Ada masanya posisi yang terhimpit iya seperti first travel setelah dana habis ya habis semuanya karena yang terkena dampak atau imbasnya yang paling bawah atau yang terakhir daftar, nah itu kejujuran kalau menurut bapak.⁵⁷

c. Perbedaan dan Keunggulan PT. Wahdan Sabilana

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Kamis, 06 Februari 2020, menjelaskan tentang perbedaan dan keunggulan

⁵⁷ Ibid.

apa saja yang dimiliki oleh PT. Wahdan Sabilana dibandingkan dengan travel lain yang ada di kota Banjarmasin.

Ada, satu dulu, kami PD (percaya diri) dengan produk Banua, Wahdan ini legalitas Banua, Banua itu mengerti tidak, maksudnya travel Banjarmasin, kantor pusatnya di Kalimantan Selatan, izinnya dari Kalimantan Selatan sampai pusat punya. Kemudian yang kedua, bapak PD (percaya diri) dengan mempunyai kantor yang besar seperti ini, kami lengkap fasilitas, ada parkir di bawah, ada kantor, ada ruang mushola, ada ruang direktur, ada ruang pertemuan, ada ruang manasik, cari saja kantor seperti kami ini tidak ada lagi, desain kantornya seperti Cafe, PD (percaya diri) bapak, nah itu.⁵⁸

Bapak Ust. H. Uria Hasnan mengatakan bahwa kalau ditanya apakah ada perbedaan? ada beliau bilang. Pertama, kalau secara legalitas mereka bisa beriklan, mereka memiliki travel Banua murni dari Banjarmasin. Jadi, kalau ingin travel Banjarmasin tidak perlu mencari ke Jakarta, karena di Jakarta lebih mahal beliau bilang. Karena penjualan produk dari Banjarmasin ke Banjarmasin juga, itu satu biasanya perbedaannya kata beliau. Kedua, dengan fasilitas yang mereka sediakan sudah mencukupi berdasarkan standar regulasi pemerintah. Beliau mengatakan kalau standar regulasi pemerintah itu wajib seperti ini sebenarnya harus ada kantor penerimaan, harus ada ruang manasik juga. Selanjutnya, keunggulannya apa, keunggulannya mereka ini memiliki program, beliau bilang itu program unggulan beliau dan itu adalah (PT. Wahdan Sabilana tidak pernah memberangkatkan jamaah kecuali bersama pembimbing). Jadi, artinya berapapun jumlahnya mereka akan dampingi dari sini. Kata beliau pendampingnya juga berasal dari Banjarmasin.

⁵⁸ Ibid.

Bapak Ust. H. Uria Hasnan pada saat diwawancarai juga mengatakan kalau beliau akan berangkat pada tanggal 20 Februari 2020, karena sudah ada permintaan jamaah yang meminta kalau beliau harus menjadi pembimbing dalam perjalanan kegiatan ibadah umrah pada saat tanggal yang sudah ditentukan. Beliau bilang tidak hanya beliau yang bisa menjadi pembimbing, ada juga pembimbing lainnya dan setidaknya kalau tidak ada pembimbing maka akan ada pendamping beliau bilang dan beliau juga sudah menerapkan agar karyawan yang menjadi pendamping diwajibkan bisa membawa jamaah.

Bapak tanggal 20 Februari 2020 ini insyaallah berangkat. Ini saya yang berangkat, bapak baru datang dari Palestina kemarin karena ini wajib berangkat lagi dan juga karena direquest (permintaan) jamaah mintanya bapak yang bawa. Nanti ada lagi pembimbing-pembimbing yang lain. Jadi, kami regulasi dan kalau tidak ada pembimbing setidaknya ada pendamping, kalau pendamping itu karyawan di kantor yang berangkat kapasitasnya dia tidak punya, kompetensi keagamaannya tidak punya tapi dia punya kompetensi leadernya ada, tour leader. Bapak tanamkan semua karyawan yang ada di sini semua karyawan kantor wajib bisa membawa jamaah.⁵⁹

2. Perencanaan Strategi Pemasaran

a. Visi dan Misi PT. Wahdan Sabilana

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Kamis, 06 Februari 2020, mengatakan bahwa visi dan misi PT. Wahdan Sabilana ada dalam bentuk kata yang berbahasa inggris. Beliau menjawab bahwa “Bapak tidak hafal visi dan misinya itu ada, berbahasa inggris. Bapak lupa nanti bapak berikan.”⁶⁰

b. Produk Yang Ditawarkan PT. Wahdan Sabilana

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid.

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Kamis, 06 Februari 2020, mengatakan kalau produk yang mereka tawarkan sudah dijelaskan dibagian pernyataan sebelumnya. ”Jawabannya ya, yang ada dibagian C.”

Peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai apakah baju dan perlengkapan untuk pergi beribadah umrah atau haji bisa diperjual belikan terpisah. Beliau menjelaskan bahwa “Kalau baju kami tidak menjual cuma setiap yang membeli paket umrah akan kami berikan perlengkapan. Jadi, brand dari kami berwarna hitam dan putih.”

c. Kesesuaian Produk Dengan Kebutuhan Pasar

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Kamis, 06 Februari 2020, menjelaskan bahwa produk yang PT. Wahdan Sabilana buat sudah sesuai dengan kebutuhan pasar dan beliau juga menjelaskan tentang produk Wisata Islam yang dijual oleh PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin.

Bapak Ust. H. Uria Hasnan mengatakan bahwa ada produk yang bernama Wisata Islam, seperti Explore Turki itu ada 10 hari, kalau explore turki itu beliau sendiri yang membimbing karena tidak terkait dengan yang lain. Beliau mengatakan di Turki apa saja yang peneliti kenal dalam sejarah, lalu beliau menceritakan bahwa ada kekuasaan romawi disana.

Romawi itu kan dikuasai oleh dua bagian. Pertama, itu romawi barat sama romawi timur, nanti kalau pernah ke Eropa kamu melihat kerajaan romawi itu dia berada diantara Prancis sampai ke Italia jadi besar, jadi hampir

mirip-mirip bapak ke Paris kemarin itu bapak melihat peninggalannya itu peninggalan romawi, Italia sama kemudian hampir di Jerman juga. Karena besarnya kekuasaannya dibaginya menjadi dua. Ada romawi timur dan ada romawi barat. Kalau romawi barat menguasai Eropa dan kalau romawi timur menguasai Asia. Romawi timur dulu nama rajanya konstanting. Pernah dengar kan itu dalam sejarah Islam siapa yang menaklukkannya Muhammad Al-Fatih. Nah, konstanting itu iyalah Turki makanya kerajaan konstantinopel, nah itu di Explore Islam. Istanbul, Bursa, Kusadasi, nah di Kusadasi ini ada namanya kerajaan Efesus, ini akan ditaklukan nanti oleh dinasti salju, jadi setelah Nabi wafat pemerintahan diserahkan ke empat sahabat Nabi kan (Abu bakar, Umar, Utsman, Ali) secara bergilir setelah itu pemerintahan akan terjadi konflik di zaman Ali karena adanya ekspansi, coba kaji nanti sejarahnya itu. Secara ekspansi Islam kekuasaannya terbagi dua ada di Baghdad dan ada di kota Damaskus, kota Damaskus dipimpin oleh Umayyah maka terbentuklah dinasti Umayyah. Ini takluk Ali naik keluarganya Ali namanya dinasti Abbasiyah, dinasti Abbasiyah ini kekurangannya adalah dia dinasti besar tapi dikuasai oleh dinasti kecil di dalamnya pemainnya banyak di dalam ada dinasti salju, ada dinasti mongol, ada dinasti fatimiyah, buwaihi dan banyak lagi kecil-kecil. Nah, dinasti kecil ini akhirnya menjadi sebuah kekuatan runtuhlah dinasti Abbasiyah naik namanya dinasti Usmani dan dinasti ini berasal dari dinasti salju. Nah, itu di Turki.⁶¹

Beliau juga menejelaskan bahwa ada juga produk jasa selain untuk pergi haji dan umrah dari travel PT. Wahdan Sabilana menyebutkan nama-nama paket yang sudah tersedia yaitu seperti ke Palestina, Eropa, Dubai, dan Mesir.

Ada lagi kalau mau kemana, Palestina itu namanya Jejak Nabi dari Mesir ke utara ke gunung Thursina habis Thursina baru naik ke Yerusalem dari Yerusalem ke Hebron dari Hebron nanti ke Yordania ke Amman dari Amman nanti ke Petra baru pulang itu sama 10 hari. Ada lagi Explore Wisata Islam di Eropa, masuk Marrakech pesawat landing ke Maroko nanti naik ke atas ke Cordoba, ke Valladolid sampai nanti pulang ke Madrid itu 11 hari, kami punya juga program itu. Ada lagi kalau orang ingin wisata menghabiskan uang, kalaunya ada itu ke Dubai, Dubai itu negara yang termewah, termahal, terkaya. Murah untuk tiket wisata ke Dubai tetapi, di Dubai itu serba mahal, biaya hidupnya mahal segala sesuatunya mahal itu Dubai. Mau ke Dubai Rp. 15.000.000; cukup untuk 6 hari bisa (hanya Dubai) ada juga Umrah plus Dubai. Nah, itu tinggal dipasangkan saja lagi kalau Umrah plus Dubai, Umrah plus Turki dan lainnya. Kalau ke Mesir saja bisa juga lebih banyak explorenya, namanya Jejak Keislaman itu Mesir saja. Imam syafi'i di Mesir bapak kuliah juga di

⁶¹ Ibid.

Mesir itu, itu negara-negara yang aman. Kalau ke Yaman baru kami tidak berani buka sekalipun sudah ada yang sudah buka tapi komisi politiknya rasanya untuk Yaman nanti dulu. Memang ada sebagian travel sudah berani, tapi kalau bapak tidak. Karena terkait dengan keamanan jamaah juga.⁶²

d. Cara Memaksimalkan Peluang

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Kamis, 06 Februari 2020, menjelaskan cara PT. Wahdan Sabilana memaksimalkan kuota haji yang dibatasi sedangkan kuota umrah tidak dibatasi dan ada beberapa bagian yang dijelaskan oleh beliau tahap keberangkatan serta kepulungan dan fasilitas yang didapat dari paket haji khusus produk jasa PT. Wahdan Sabilana dan perbedaannya dengan haji reguler.

Haji ya, kalau haji ini yang bapak bilang tadi ada 3 ya terkait dengan pasaran. Pertama, adanya pemahaman keagamaannya. Kedua, regulasi pemerintah nah untuk haji ini bagaimana caranya jamaah itu harus mengerti regulasi. Kita mengeksekusi nanti hajinya untuk hotel, VISA, pelaksanaan kami yang menjalankan, tapi untuk regulasi kota itu pemerintah.⁶³

Beliau juga mengatakan berjualan agar orang itu mengerti, ini misalnya kalau seseorang mendaftar di tempat mereka menunggu selama 5 tahun, kenapa 5 tahun kata orang itu? Karena regulasinya memang seperti itu, karena harus tahu juga peneliti perbedaan antara haji reguler dan haji plus, kalau haji reguler mendaftar dipemerintah dan operasionalnya pemerintah, kalau haji plus mendaftar dipemerintah dengan izin travel dan mengeksekusinya travel saja, itu bedanya. Kalau menurut beliau juga mengatakan berdasarkan safety-nya (keamanannya) dua-duanya aman karena dilindungi oleh undang-undang. Jadi,

⁶² Ibid.

⁶³ Ibid.

kalau ada jamaah yang tidak berangkat itu kita bisa komplain ke pemerintah karena kenapa ini lah kaitannya dengan regulasi.

Lalu beliau juga menjelaskan kalau cara memaksimalkannya adalah dengan menjaga kualitas tidak terikat dengan masalah harga. Kadang orang mencari harga murah. Kalau untuk mereka terkait masalah harga dibilang murah juga tidak dan dibilang mahal juga tidak, mereka memiliki harga ditengah-tengah saja dan dibilang menengah ke atas juga tidak serta dibilang menengah ke bawah juga tidak. Jadi, menurut mereka harga yang ditawarkan sudah standar saja.

Beliau juga mengatakan seperti ini prinsip orang berusaha itu berbisnis itu kata beliau tadi.

Pertama, adalah orang itu amanah. Kedua, kalau bahasa Banjarmasinnya “kurang lebih” itu ajaran Nabi jadi kalau konsepnya Al-Amin, Al-Amin itu mencakup menyeluruh di amanah, dia punya kompetensi itu Al-Amin sama istilah kata tarbiyah itu lebih umum dari pada pendidikan kamu sudah belajar kan. ‘Katamu fakultas dakwah lebih umum dari pada fakultas sosial’ iya kan? karena kata dakwah kita mencakup 2 unsur, 1) kita mendekat dengan kemasyarakatan, dan 2) kita punya visi keagamaan sama dengan istilah bapak ‘orang berjualan itu, kalau ingin meninggikan harga berarti terkait dengan fasilitas.’ Jadi, berjualan dengan harga begini fasilitasnya apa saja yang didapat, kalau istilah dalam marketing ini namanya sistem budgeting, sistem budgeting itu misalnya berjualan Rp. 25.000.000; saja cuma bagaimana caranya budget tersebut harus cukup, itu sistem budgeting namanya.⁶⁴

Setelah itu beliau juga mengatakan kalau ada juga sebagian orang yang menggunakan sistem fasilitas dan harus mempunyai kompetensi dalam bidang tersebut.

Tapi, ada juga orang menggunakan sistem fasilitas, sistem fasilitas ini misal hotelnya di mana, pesawatnya apa, dihitung semua baru kelihatan

⁶⁴ Wawancara dengan Ust. H. Uria Hasnan, tanggal 14 Februari 2020 di kantor PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

harga modal, nah ini sistem fasilitas. Bagaimana cara menyikapinya? ‘hati nurani’, intinya kata bapak Al-Amin itu orang yang punya kompetensi, amanah dan rasa.⁶⁵

3. Meranjang Kebijakan

a. Produk

1) Pembeda Produk PT. Wahdan Sabilana

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari 2020, menjelaskan beberapa perbedaan produk yang di pasarkan oleh PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin. Beliau juga mengatakan bahwa perbedaannya hanya dari fasilitas dan pelayanan saja. Mereka menyebut bahwa travel PT. Wahdan Sabilana ini adalah travel spesialis Turki dan Palestina dan mereka juga sudah selangkah lebih maju dari travel lain.

Sebenarnya, pemasaran itu tergantung keinginan jamaah tadi ya!! Kami punya pembeda yaitu, 1) bagian sistem, artinya Wahdan mempunyai sistem VISA dia, jadi dia yang mengintegrasikan sendiri. 2) kami memegang tiket, jadi penjualan termasuk agen Wahdan. Nah, adapun kalau untuk skala umrah reguler namanya umrah reguler Mekkah dan Madinah saja itu walaupun ada pembeda pada fasilitas dan pelayanan saja. Fasilitas dan pelayanan jadi artinya dengan fasilitas yang kami berikan harga kami juga lebih miring begitu. Kemudian, yang berikutnya kami termasuk di sini dikatakan spesialis Turki, Palestina nah itu spesialis. Biasanya jamaah mengambil paket ke kami paket Turki dan paket yang lainnya. Jadi, itu menurut bapak pembedanya, pembedanya kami selangkah lebih maju begitu.⁶⁶

Di dalam hasil teknik dokumentasi adapun produk ini juga disebutkan dalam brosur yaitu tertera nama-nama paket haji atau umrah, tanggal atau tahun keberangkatan haji atau umrah, promosinya ada, nama pembimbing juga ada, dan fasilitas yang didapat juga ada. Misalnya, fasilitas yang akan didapatkan dalam

⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Ibid.

produk jasa PT. Wahdan Sabilana seperti yang peneliti lihat dari hasil observasi yaitu, dari mendapatkan Paspor, VISA, pakaian, tas, tiket, hotel, alat transportasi (BUS) yang telah disediakan, konsumsi juga terjamin, dan mendapatkan bimbingan untuk melakukan ibadah haji atau umrah hingga pulang kembali ke Tanah Air adalah jaminan yang ditanggung oleh produk jasa PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin. Pada saat peneliti sedang melakukan observasi peneliti juga mengamati kalau setelah kegiatan manasik umrah selesai dilaksanakan di PT. Wahdan Sabilana mereka menyediakan konsumsi berupa snack dan makan siang untuk jamaah manasik umrah.

b. Harga

1) Harga yang Ditawarkan PT. Wahdan Sabilana Sudah Terjangkau

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari 2020, mengatakan bahwa harga yang telah ditawarkan sudah sangat terjangkau dibandingkan dengan travel lain yang ada di Banjarmasin. Beliau bilang travel ini boleh dibanding dengan travel lain untuk fasilitas yang sama itu harganya lebih murah.

Sangat terjangkau, sangat terjangkau boleh dibanding lah harga kami, boleh dibanding dengan semua travel, banding dengan Ma'ali, banding dengan Kaltrabu, banding dengan siapa saja kami lebih murah dengan fasilitas yang sama ya, nah ini dengan fasilitas itu ada juga yang lebih dibawah tetapi fasilitasnya rendah juga, jadi menurut kami terjangkau terus.⁶⁷

2) Kekhasan Produk

⁶⁷ Ibid.

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari 2020, menjelaskan bahwa perbedaan yang signifikan mengenai harga di travel lain adalah melihat dari profit.

Rumusnya dalam dagang ini ada harga ada rupa kata orang, ada harga ada kualitas, kalau travel berizin rata-rata sama artinya dengan fasilitas yang ada dijual dengan harga A, harga B, harga C itu sudah ada kelihatan. Nah, pembedanya pada profit saja lagi, kalau mahal bisa jadi dengan fasilitas yang sama berarti profitnya tinggi.⁶⁸

Di dalam hasil teknik dokumentasi adapun harga ini juga tertera di dalam brosur. Tentang harga ini juga di jelaskan dalam proposal yang dikatakan bahwa travel PT. Wahdan Sabilana menggunakan fasilitas yang memadai untuk kenyamanan jamaah. Berdasarkan dengan tarif yang ada di proposal PT. Wahdan Sabilana harga lumayan terjangkau, hal ini sesuai dengan yang tertera di proposal tersebut senilai Rp. 28.280.000,-

c. Tempat

1) Tempat dan Kantor yang Berpengaruh Untuk Calon Jamaah

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari 2020, mengatakan bahwa tempat atau kantor yang mudah diakses sangat berpengaruh untuk calon jamaah dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin. “Sangat berpengaruh, sangat berpengaruh kami punya fasilitas manasik, fasilitas kantor dengan kondisi ini kami lebih nyaman artinya jamaah datang kesini tidak ragu.”⁶⁹

d. Promosi

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Ibid.

1) Aktivitas Promosi

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari 2020, menjelaskan bahwa PT. Wahdan Sabilana melakukan promosi pada umumnya melalui Media Sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Tidak hanya melakukan promosi melalui media sosial PT. Wahdan Sabilana juga mempunyai cara promosi lainnya.

Promosi itu ada dua yaitu : Pertama, lewat media online, kalau media online itu promosinya bisa lewat INSTAGRAM, karena Wahdan ada mempunyai instagramnya dan ada yang mengelolanya, kemudian lewat FACEBOOK, lewat media sosial WhatsApp dan sebagainya. Itu marketing kami, kami jalankan di situ. Yang Kedua, memang kami ada marketing lapangan, marketing lapangan ini bisa jadi statusnya Ustadz atau statusnya memang orang lepasan, orang lepasan itu maksudnya jamaah yang pintar untuk mencari. Mencari jamaah dari mulut ke mulut, jadi dari mulut ke mulut sekarang ini ranah atau lingkungannya berbeda tidak seperti dulu, jadi begini kita bersosialisasi ingin menjual produk travel sekarang sangat banyak seperti berjualan kacang sekarang, jadi kalau ingin mempresentasikan atau mensosialisasikan itu tidak bermanfaat lagi sekarang orang melihat dari kepercayaan.⁷⁰

2) Media Promosi

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari 2020, beliau mengatakan bahwa sudah sangat efektif bagi PT. Wahdan Sabilana dan mereka juga sudah mempunyai izin yang tertera disetiap brosur yang mereka buat karena izin tersebut terkait dengan akreditasi travel haji dan umrah.

Sangat efektif, bahasanya pertama brosur termasuk bagian dari akreditasi dan diperiksa. Makanya ada logonya itu Komisi Akreditasi Nasional (KAN) brosur kami Akreditasinya B, ini wajib ada Kementerian Agamanya dalam brosur itu wajib mencantumkan izin, mencantumkan logo, tanggal

⁷⁰ Ibid.

keberangkatan, harganya dengan rupiah tidak boleh dengan yang lain, dilindungi dengan asuransi, menggunakan pesawat apa, nah ini memakai bus apa, semua dalam kategori ini sudah ada aturannya. Kalau ada brosur yang sembarangan nah itu terkait dengan akreditasi.⁷¹

3) Efektifitas Promosi

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari 2020, mengatakan kalau cara promosi yang mereka buat untuk sementara ini sudah efektif.

Sementara efektif, tinggal kurang masuknya saja lagi maksudnya masuk ke daerah-daerah itu jika ada seperti itu maka lebih mudah lagi dan lebih bagus lagi untuk Wahdan. Misalnya, ke Kota Baru dan Batulicin.⁷²

Lalu peneliti menanyakan lagi tentang Jamaah paling jauh dari mana saja. Beliau mengatakan bahwa SeKalimantan Selatan tidak bisa ditebak ada yang dari Batulicin, ada yang dari Kota Baru macam-macam. Dan peneliti menegaskan kembali, bahwa yang paling banyak di Banjarmasin ya? Setelah itu beliau menjawab iya, paling banyak dari Banjarmasin, selain itu Kalimantan Tengah dari Kapuas dan Palangkaraya juga.

Dalam teknik dokumentasi peneliti juga mendapatkan informasi bahwa di dalam brosur dijelaskan berdasarkan brosur-brosur yang ada kalau brosur tersebut sudah ada kontak informasi dan untuk pendaftaran sudah tertera pada brosur tersebut serta nama akun media sosial PT. Wahdan Sabilana. Di dalam penjelasan beliau juga disebutkan pada data observasi yang peneliti dapatkan dalam teknik dokumentasi ini peneliti juga mendapatkan informasi kalau PT. Wahdan Sabilana memiliki iklan yang ada di media sosial adapun PT. Wahdan Sabilana

⁷¹ Ibid.

⁷² Ibid.

menggunakan akun bisnis di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Peneliti juga mendapat informasi bahwa PT. Wahdan Sabilana juga selain dari media sosial yaitu mereka menggunakan marketing lapangan yang dimaksud marketing lapangan tersebut adalah para Ustadz atau orang yang pintar mencari jamaah yang membawa dan mengajak jamaah yang lain agar menggunakan jasa travel haji dan umrah di PT. Wahdan Sabilana.

4. Implementasi Pemasaran

a. Kualitas Produk dan Harga

Menurut bapak Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai produk dan harga sudah sesuai dengan harapan konsumen dan dilihat dari tanggapan serta testimoni konsumen. Beliau menjelaskan bahwa proses pelaksanaan untuk jamaah itu mengalir saja dan tidak ada proses pelaksanaan khusus.

Jadi, implementasinya itu mengalir saja artinya jamaah menerima apa yang kami produk kemudian testimoni-testimoni jamaah itu kami lihat rata-rata puas memakai travel kami. Jadi, melihat kesinergian antara produk yang dijual dengan tanggapan jamaah itu dilihat dari testimoni PT. Wahdan Sabilana.⁷³

b. Cara Menghadapi Kendala atau Tantangan

Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari 2020, mengatakan bahwa ada cara yang dilakukan oleh travel ini dalam menghadapi kendala dan tantangan yang antara lain adalah

⁷³ Ibid.

dengan cara mengalir, professional, dan dengan kepala dingin sekaligus menurut mereka pun selama ini masih bisa dikendalikan masalah tersebut.

Mengalir saja, bapak tidak memikirkan itu dan tidak mau memikirkan. Jadi, kita bersaing secara profesional saja. Artinya kalau ada kendala dijalani saja selama kita tidak pernah bermasalah, enjoy saja bapak.⁷⁴

Dalam teknik dokumentasi didalam hasil observasi ini berikutnya peneliti juga mendapatkan informasi pada saat pelaksanaan manasik umrah satu hari sebelum keberangkatan waktu itu peneliti menghadiri pada saat acara berlangsung hingga akhir peneliti melihat langsung pelaksanaan manasik tersebut. Peneliti mengamati cara penyampaian presentasi manasik umrah tentang persiapan keberangkatan, kegiatan dan tata cara pelaksanaan pada saat ibadah umrah dikerjakan.

5. Pengendalian Pemasaran

a. Strategi Pemasaran

Bapak Ust. H. Uria Hasnan pada saat diwawancarai mengatakan kalau PT. Wahdan Sabilana juga mempunyai strategi marketing untuk mencapai target.

Untuk mencapai target, PT. Wahdan Sabilana melakukan strategi pemasaran melalui media sosial dan juga strategi pemasaran yang melalui lapangan serta melihat kompetitor atau yang disebut dengan saingan untuk mencapai target dan mereka menerapkan strategi pemasaran itu dalam perusahaan travel ini. Beliau mengatakan “Butuh strategi marketing lah, baik media sosial

⁷⁴ Ibid.

atau di lapangan, di lapangan ini memperkuat silaturahmi dengan Ustadz-Ustadznya.

Beliau juga menjelaskan kembali tentang persaingan yang dihadapi dalam menjalankan strategi pemasaran. Beliau menjelaskan bahwa tidak memikirkan persaingan, cuma selama ini lurus saja apa adanya. Dalam berbisnis ini juga harus amanah, kata beliau lurus dalam arti sistem mereka memegang sendiri, untuk hotel mereka mengambil sendiri, kemudian tidak ada niat untuk menipu orang begitu. Mereka juga membaca produk dari travel lain jadi kalau seperti itu mereka coba juga, kalau mereka tidak punya maka mereka akan pelajari, kalau mereka sudah punya maka mereka juga akan meningkatkan kualitas. Jadi, apabila ada yang sama dengan produk mereka maka akan dicarikan titik perbedaannya. Beliau mengatakan kalau misalnya mereka memakai hotel di sini mereka akan bedakan tetapi dengan harga yang sama. Jadi, membaca marketing itu lewat brosur travel lain.

Lalu peneliti menanyakan tentang apakah travel ini pernah memiliki masalah dengan travel lain. Beliau menjelaskan bahwa itu bukan kendala sebenarnya, itu kendala bersama maksudnya kendala travel lain juga bukan hanya kendala PT. Wahdan Sabilana saja. Beliau bilang kalau perusahaan umrah dan haji ini di Kalimantan Selatan punya asosiasi atau punya ikatan. Travel yang berizin di bawah naungan Kementrian Agama. Jadi, kendalanya itu terkadang adalah travel-travel yang di luar dari Banjarmasin di luar Kalimantan Selatan masuk ke dalam sini membawa produk yang jauh lebih miring harganya atau lebih murah yang secara modal itu tidak masuk akal. Selanjutnya, beliau juga

memberikan beberapa contoh travel yang mempunyai masalah dalam berbisnis travel dan mereka juga membantu sebagian jamaah yang sudah terjerumus karena sudah membeli produk jasa travel yang salah.

Contoh, dulu kasusnya ATM (Arafah Tamasya Mulia) itu menjual 16 juta, First Travel sampai ke sini dan jamaahnya banyak di sini sampai 500 lebih jamaah yang kena tipu itu, SBL (Solusi Balad Lumampah) kami pernah menyelamatkan SBL, kami juga pernah menyelamatkan First Travel jamaah-jamaah yang gagal berangkat di First Travel kami ambil pernah kami berangkatkan. Kami sudah tau itu kejadian maksudnya feeling berbicara karena harga sudah di bawah rata-rata penjualan tapi tidak mungkin kalau bapak menjelek-jelekkkan kompetitor, ini kompetitor namanya. Ya, berjalan dengan apa adanya ternyata tereliminasi dengan sendirinya di biarkan saja, jadi selama amanah bersaing dengan seribu travel itu tidak masalah.⁷⁵

Lalu peneliti menanyakan tentang apakah ada target jamaah yang harus dicapai.

Dalam 1 Tahun itu wajib ada target, kalau Umrah tahun 2019 itu jumlah jamaah ada 1400, nah kalau tahun ini kurang wajib dipertanyakan. Kalau tahun 2019 itu 1400 jamaah tercapainya. Jadi, evaluasinya kalau kurang dari 1400 jamaah kan jangan sampai berkurang dari tahun 2019. Mengalir saja kalau target itu 1000 jamaah semusim. Kalau Haji kami masih menumpang dengan Kaltrabu karena buka jamaah tidak mencukupi. Wahdan sudah mempunyai izin cuma karena kuota itu tadi jadi keberangkatan harus disesuaikan dengan kuota jumlah jamaahnya hanya sampai 15, 20 misalnya maka akan digabungkan dengan travel yang lain nah kakak dari perusahaan Wahdan ini adalah Kaltrabu. Jadi, di Wahdan hanya dominan atau lebih banyak menjual paket Umrah kalau Haji mungkin 2 atau 3 tahun lagi.⁷⁶

b. Pencapaian PT. Wahdan Sabilana

Pencapaian target PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin dimonitorik melalui sistem komputer, seperti yang dijelaskan oleh bapak Ust. H. Uria Hasnan, selaku Direktur Operasional saat diwawancarai pada hari Jumat, 14 Februari

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Ibid.

2020, beliau mengatakan kalau PT. Wahdan Sabilana memiliki sistem komputer agar bisa melihat pencapaian target tersebut. “Ketahuannya atau terlihat dari Rekap VISA di Siskopatuh ada datanya.”⁷⁷

B. Tanggapan Konsumen Pada Travel PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin

Bagian ini menjelaskan tentang pelayanan, produk, harga, tempat, promosi dan fasilitas untuk konsumen.

Adapun penyajian data yang penulis uraikan adalah berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan seorang jamaah Umrah PT. Wahdan Sabilana yaitu Ibu Jamilah. Beliau mengatakan bahwa sebelumnya belum pernah memakai jasa travel PT. Wahdan Sabilana.

Ibu Jamilah, selaku Ibu Rumah Tangga saat diwawancarai pada hari Sabtu, 15 Februari 2020, mengatakan kalau beliau belum pernah sama sekali memakai jasa travel PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin. Beliau menjawab bahwa “Belum pernah, baru pertama kali.”⁷⁸

Adapun Kesan ibu Jamilah tentang pelayanan yang diberikan travel PT. Wahdan Sabilana kepada beliau. Ibu Jamilah mengatakan kalau pelayanan yang diberikan oleh PT. Wahdan Sabilana sudah lumayan bagus. Waktu itu beliau

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Wawancara dengan Jamilah, tanggal 15 Februari 2020 di ruang manasik umrah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

mengatakan bahwa “Lumayan bagus saja, dari pendaftaran hingga manasik persiapan untuk berangkat umrah.”⁷⁹

Mengenai harga Ibu Jamilah selaku Ibu Rumah Tangga dengan produk jasa yang ditawarkan sudah terjangkau untuk beliau. Ibu Jamilah mengatakan kalau harga yang ditawarkan oleh PT. Wahdan Sabilana sudah sangat terjangkau bagi Ibu Jamilah. Beliau pada saat itu mengatakan bahwa “Sangat terjangkau saja, masalahnya bisa saja membayar sesuai saja dengan tarif fasilitas yang diberikan travel wahdan sabilana.”⁸⁰

Pendapat ibu Jamilah tentang tempat travel PT. Wahdan Sabilana yang mudah dijangkau atau diakses oleh beliau. Ibu Jamilah mengatakan kalau tempat travel PT. Wahdan Sabilana juga mudah dijumpai. Beliau mengatakan pada saat diwawancarai bahwa “Mudah, memang mudah di jangkau tempat travel wahdan ini.”⁸¹

Selanjutnya dari penjelasan Ibu Jamilah tentang mendapatkan informasi travel PT. Wahdan Sabilana. Beliau menjelaskan bahwa mendapatkan informasi terkait travel PT. Wahdan Sabilana dari rekomendasi dari salah satu kampus UNISKA yang ada di kota Banjarmasin.

Informasinya kami dapat langsung dari UNISKA dan mereka langsung mengarahkan atau merekomendasikan ke travel wahdan sabilana. Waktu itu suami saya mendapat hadiah dari UNISKA dan dipilih untuk mendapatkan pergi umrah gratis, jadi direkomendasikan UNISKA untuk berangkat umrah dengan memakai travel wahdan sabilana.⁸²

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Ibid.

⁸¹ Ibid.

⁸² Ibid.

Ketika ditanya, Ibu Jamilah pernah mendengar iklan atau promosi tentang travel PT. Wahdan Sabilana. Pada saat diwawancarai beliau mengatakan kalau belum pernah mendengar iklan atau promosi tentang PT. Wahdan Sabilana kota Banjarmasin.

Belum pernah kalau tetang travel wahdan sabilana, saya mengetahui travel wahdan sabilana pada saat UNISKA merekomendasikan saja atau hanya informasi dari mulut ke mulut.⁸³

Adapun alasan ibu Jamilah memilih travel PT. Wahdan Sabilana karena ibu Jamilah, selaku Ibu Rumah Tangga saat diwawancarai pada hari Sabtu, 15 Februari 2020, mengatakan kalau sudah direkomendasikan oleh kampus UNISKA. Beliau menjelaskan pada saat diwawancarai kepada peneliti, karena memang rekomendasinya dari UNISKA agar memilih travel yang sudah di rekomendasikan yaitu travel wahdan sabilana ini atau jika dari UNISKA itu tidak merekomendasikan travel wahdan sabilana waktu itu bisa saja mencari travel yang lain karena sudah di rekomendasikan UNISKA maka di pilihlah travel wahdan sabilana ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penyajian data penelitian yang telah peneliti lakukan, peneliti melakukan analisis data dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, lalu mencari polanya agar analisis data ini lebih terarah. Peneliti akan menyajikan hasil tersebut dalam narasi deduktif. Berikut adalah analisis data yang peneliti buat terhadap “Manajemen Pemasaran

⁸³ Ibid.

Biro Perjalanan Haji dan Umrah di Travel PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin”, yaitu:

1. Manajemen Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umrah di Travel PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin

Philip Kotler mendefinisikan marketing mix sebagai perangkat variable pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkannya dalam pasar sasaran. Dalam menentukan marketing mix, harus diuraikan terlebih dahulu dalam garis besar mengenai strategi yang spesifik dalam hubungannya dengan marketing mix. Marketing mix merupakan sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya yang terdiri atas empat kelompok, yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), dan *Place* (tempat) atau *distribution* (distribusi).⁸⁴ Dalam pemasaran PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, menggunakan teori Philip Kotler untuk mencapai tujuan dan keberhasilan suatu perusahaan. Pemasaran ini meliputi yang dijelaskan sebagai berikut:

- A. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen, misalnya dalam hal mutu, kemasan dan lain-lainnya.

⁸⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), hal. 24.

Adapun Produk-produk umrah yang ditawarkan oleh PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, adalah:

a. Umrah Reguler

Umrah reguler ialah program perjalanan untuk melaksanakan ibadah umrah yang seperti biasa yang dilaksanakan selama sepuluh sampai empat belas hari, pemberangkatan setiap hari dan tanggal yang sudah ditentukan, umrah reguler juga mempunyai beberapa kelas dan juga bermacam-macam maskapai penerbangan, diantaranya : Garuda Indonesia

b. Umrah Plus

Umrah Plus merupakan umrah yang dilakukan tidak seperti umrah biasanya namun ada tambahannya ke negara yang memang ditentukan dan lebih spesifikasinya untuk mengajak jamaah mengunjungi berbagai tempat bersejarah dalam perkembangan islam sekaligus memaknai peristiwa-peristiwa dibalik tempat bersejarah tersebut.⁸⁵

TABEL 4.1 *Paket Umrah Reguler PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin* adalah sebagai berikut:

HARI	UMRAH REGULER BY GARUDA INDONESIA			
	10 Hari	11 Hari	12 Hari	14 Hari
1	BDJ CGK JED/MED	BDJ CGK JED/MED	BDJ CGK JED/MED	BDJ CGK JED/MED
2	MEDINAH	MEDINAH	MEDINAH	MEDINAH
3	MEDINAH	MEDINAH	MEDINAH	MEDINAH

⁸⁵ Wawancara dengan Ust. H. Uria Hasnan, tanggal 14 Februari 2020 di kantor PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

4	MEDINAH – MEKKAH	MEDINAH	MEDINAH	MEDINAH
5	MEKKAH	MEDINAH – MEKKAH	MEDINAH – MEKKAH	MEDINAH
6	MEKKAH	MEKKAH	MEKKAH	MEDINAH – MEKKAH
7	MEKKAH	MEKKAH	MEKKAH	MEKKAH
8	MEKKAH	MEKKAH	MEKKAH	MEKKAH
9	MEKKAH – JEDDAH	MEKKAH	MEKKAH	MEKKAH
10	CGK BDJ	MEKKAH – JEDDAH	MEKKAH	MEKKAH
11		CGK BDJ	MEKKAH - JEDDAH	MEKKAH
12			CGK BDJ	MEKKAH
13				MEKKAH - JEDDAH
14				CGK BDJ

Sumber: Proposal PT. Wahdan Sabilana (Banjarmasin 2020).

1) Persyaratan Pemberangkatan

Persyaratan Pemberangkatan Biro Perjalanan Haji dan Umrah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, yaitu:

a. Persyaratan

- Dokumen Umrah :

- a) Paspor Asli dengan nama 3 suku kata dengan masa berlaku minimal 7 bulan.
- b) Buku Vaksinasi Meningitis.
- c) Pas Foto 4x6 latar belakang putih 80% wajah 8 lembar.
- d) 1 lembar foto copy KTP dan Kartu Keluarga.

- Dokumen tambahan bagi wanita di bawah 45 tahun dan Anak
 - a) Jika berangkat dengan suami, menyerahkan buku nikah asli ; jika berangkat dengan ayah, menyertakan akte kelahiran asli.
 - b) Jika berangkat tanpa suami atau ayah, dikenakan biaya mahram sebesar Rp.250.000.
 - c) Anak dibawah usia 17 tahun wajib melampirkan akte kelahiran asli jika berangkat dengan ayah, dan kalau tanpa keluarga, membayar uang mahram.
 - d) Membayar uang muka pendaftaran Rp. 10.000.000,-/orang; sebagaimana aturan siskopatuh Kemenag RI.
 - e) Dokumen dan pelunasan diterima selambat-lambatnya 30 hari sebelum keberangkatan.

TABEL 4.2 *Biaya yang diperlukan umrah reguler (Mekkah dan Madinah) By Garuda Indonesia* adalah sebagai berikut:

PAKET	POLA	UMRAH REGULER BY GARUDA INDONESIA			
		10 Hari	11 Hari	12 Hari	14 Hari
BINTANG 3	Quat	Rp. 25.000.000	Rp. 25.743.000	Rp. 26.380.000	Rp. 27.460.000
	Triple	Rp. 26.000.000	Rp. 26.800.000	Rp. 27.000.000	Rp. 28.500.000
	Double	Rp. 27.000.000	Rp. 27.800.000	Rp. 28.000.000	Rp. 29.500.000
BINTANG 5	Quat	Rp. 28.500.000	Rp. 30.500.000	Rp. 31.960.000	Rp. 34.100.000
	Triple	Rp. 30.000.000	Rp. 32.000.000	Rp. 33.460.000	Rp. 35.600.000
	Double	Rp. 31.500.000	Rp. 33.500.000	Rp. 34.960.000	Rp. 37.000.000

Sumber: Proposal PT. Wahdan Sabilana (Banjarmasin 2020).

Biaya belum termasuk: 1) Biaya Pembuatan Pasport, 2) Vaksinasi, 3) surat Mahram bagi wanita yang berangkat sendirian dengan umur 45 tahun ke

bawah atau anak-anak di bawah umur 17 tahun yang tidak didampingi orang tuanya. Biaya Mahram sebesar Rp. 250.000, 4) Tambahan Biaya Visa sesuai peraturan KSA Rp. 1.900.000,-

Dalam masalah pembiayaan, Wahdan Tour telah bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri dan Bank Kal-Sel Syariah untuk membantu dalam pemberangkatan jamaah dengan syarat dan ketentuan berlaku.

2. Perlengkapan dan Fasilitas

- a. Lounge Umrah / Restoran di Bandara Jakarta
- b. Bus full AC Dallah 404
- c. Hotel di Madinah dan Hotel Mekkah sesuai paket
- d. Menu masakan Asia
- e. Travel bag (Tas Bagasi, Kabin, Paspor),
- f. Kain ihram untuk laki-laki, Jilbab dan Wilayah untuk perempuan
- g. Kain seragam Wahdan Tour
- h. Buku do'a
- i. Buku agenda dan Identitas travel
- j. Air zam-zam 5 liter

3. Fasilitas dan Pelayanan di Madinah dan Mekkah

- a. Ziarah ke Kota Madinah
 - a) Area sekitar mesid Nabawi: Raudah asy-Syarifah, Maqbarah Baqi, Mesjid Abu Bakar, Mesjid Ghumamah, Mesjid 'Ali bin Abi thalib, Museum

asmaul husna, baiat sa'idah, suuq al-'iqadz *dengan konsep menanamkan nilai –nilai pendidikan dan sejarah kerasula.*

- b) Area sekitar Madinah al-Munawwarah: Masjid Quba, Kebun Kurma, Syuhada Uhud, Medan Magnet (Kondisional), Percetakan al-Quran (Kondisional), Masjid tujuh, Masjid Qiblatain.
- c) Umrah I dari Masjid Dzul Hulaifah (Bir 'Aly).
- d) Kunjungan ke Universitas Islam.

b. Ziarah ke Kota Mekkah

Tempat-tempat yang dikunjungi adalah:

- a) *Area Masjid al-Haram*; Masjid Abu Bakar Siddik, Rumah Arqam bin Abi Arqam, Bab as-Salam, tempat kelahiran Nabi, Masjid Sajarah dan Masjid Jin.
- b) *Area sekitar Mekkah* : Miqat Tan'im, Jabal Tsur, Arafah, Jabal Rahmah, Muzdalifah [Masyaril Haram], Mina, dan miqat Ji'ranah.
- c) *Area sekitar Mekkah*: Museum al-haramain, pembuatan kiswah ka'bah, Peternakan unta dan miqat Hudaibiyah.
- d) Selama di Mekkah Peserta akan dibimbing tiga kali Umrah.

c. City Tour Kota Jeddah

Sebelum menuju Bandara kepulangan, jamaah akan dibawa menikmati tempat-tempat bersejarah di kota Jeddah; antara lain: Pusat perbelanjaan balad, Maqam Ibunda Hawa, Masjid Qishash.

Perlengkapan umrah maupun haji bisa diambil di Kantor PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin atau dikirim (jika dikirim dikenakan biaya pengiriman).

Pembayaran harus lunas 15 hari sebelum keberangkatan. Bimbingan Manasik Umrah 1x.⁸⁶ Dengan demikian tanpa memenuhi syarat-syarat keberangkatan PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin jamaah tidak akan berangkat tanpa menyelesaikan syarat-syarat pemberangkatan haji dan umrah.

B. Harga

Harga merupakan komponen pemasaran yang langsung mempengaruhi persepsi konsumen, reaksi pemerintah, permintaan dan penawaran serta berujung pada pencapaian sasaran profil perusahaan keputusan ini memasukan faktor biaya, persaingan dan permintaan.

Berdasarkan harga yang ditentukan PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, Program umrah pada dasarnya bergantung pada fasilitas dan musimnya (waktunya di awal, pertengahan, akhir dan liburan). Jadi yang membedakan tersebut adalah fasilitas yang diterimanya, musimnya, lama perjalanan dan jumlah orang (sendiri, berdua, kelompok dan keluarga).⁸⁷ Dengan demikian dapat disimpulkan yang membedakan dari setiap program yang ditawarkan adalah:

- a. Fasilitas dan pelayanan
- b. Jumlah orang perkamar
- c. Lamanya perjalanan
- d. Banyaknya tujuan tambahan
- e. Umrah plus

⁸⁶ Wawancara dengan Ust. H. Uria Hasnan, tanggal 14 Februari 2020 di kantor PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

⁸⁷ Ibid.

C. Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi sehingga barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen.⁸⁸

Penempatan suatu produk atau jasa sangat mempengaruhi tingkatan harga, semakin representatif suatu tempat maka berdampak akan semakin tinggi nilai suatu produk.⁸⁹ Dalam sektor jasa PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, untuk meningkatkan jamaah bisa mendapatkan jamaah baru atau mempertahankan jamaah yang pernah mengikuti program perjalanan ibadah umrah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin dalam proses distribusinya telah mempersiapkan sistem dan pendukung, diantaranya :

- a. Mempunyai daftar alumni jamaah atau calon jamaah bisa dikatakan rekap VISA.
- b. Data profesi pekerjaan jamaah dan jamaah biasanya bisa dikategorikan dari kalangan bawah, menengah dan atas. Terdiri dari nama, alamat dan nomor telfon dan lain-lain.
- c. Data jamaah yang akan ditelfon atau dikunjungi.

Adapun cara-cara distribusi yang diterapkan oleh PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin melalui saluran distribusi pemasaran, diantaranya :

⁸⁸ Delia Hutabarat, *Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 1981), hal. 8.

⁸⁹ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, hal. 62.

- a) Melalui *Direct Selling* atau penjualan langsung untuk memasarkan produknya di kantor perorangan atau di beberapa Instansi.
- b) Melakukan penjualan langsung dan memberikan brosur.⁹⁰ Dengan demikian untuk mempertahankan jamaah Wahdan Tour mempunyai daftar alumni dan data jamaah agar dapat menghubungi konsumen kembali.

D. Promosi

Promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen.⁹¹ Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dan publisitas.⁹²

Setiap perusahaan memiliki cara-cara promosi yang berbeda karena mereka mengeluarkan produk-produk yang berbeda dengan segmen pasar yang berbeda pula. PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin Sebagai biro perjalanan haji dan umrah mempunyai cara-cara promosi tersendiri dengan melakukan penawaran program umrah yaitu promosi dengan cara mengunjungi berbagai kantor Instansi, keluarga dan teman kerabat baik dalam hal kerjasama atau dalam hal pemasaran umrah. PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin melakukan promosi dengan menggunakan media elektronik.

⁹⁰ Wawancara dengan Ust. H. Uria Hasnan, tanggal 14 Februari 2020 di kantor PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

⁹¹ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2001), hal. 13.

⁹² M. Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, hal. 130.

PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, tetap memperhatikan pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan jamaah, karena yang menjadi prioritas adalah kepuasan para jamaah sehingga mereka akan secara tidak langsung memasarkan produknya kepada pasar dan menjadi marketer perusahaan.⁹³ PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin memasarkan melalui brosur dan media elektronik, serta kerabat yang bisa melalui teman atau keluarga.

Pemasaran mempunyai peranan penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, karena di dalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan kesempatan peluang yang ada. Pemasaran dibutuhkan untuk menentukan konsumen yang akan dituju sehingga diketahui kepuasan yang diharapkan oleh konsumen.

Pemasaran merupakan cara atau jalan yang digunakan agar dapat membuat atau menjual barang atau jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan sesuai dengan selera sasaran pembeli yang akan dituju.

PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin sebagai Perusahaan jasa ikut bersaing dengan perusahaan lainnya untuk menarik simpati calon jamaah. Dan untuk memenangkan persaingan ini Wahdan Tour mempunyai pemasaran yang berbeda yaitu:

- a. Melakukan kerjasama beberapa Instansi.
- b. Bekerja sama dengan media cetak dan juga elektronik.

⁹³ Wawancara dengan Ust. H. Uria Hasnan, tanggal 14 Februari 2020 di kantor PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

c. Mempromosikan melalui media sosial, seperti: Instagram, Facebook, WhatsApp dan Website.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Proses Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umrah di Travel PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin

Dalam menjalankan suatu usaha, tentunya semua produsen menginginkan tercapainya tujuan. PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin merupakan perusahaan dibidang jasa, tentunya memiliki tujuan untuk memajukan perusahaan dan menjual produk-produknya. Untuk itu diperlukan suatu cara atau kegiatan untuk dapat memperkenalkan produknya ke masyarakat umum, yaitu dengan cara melakukan strategi promosi.

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat mendukung kelancaran proses pemasaran, namun satu sisi juga dapat menghambat. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat kegiatan pemasaran. Maka dalam hal ini penulis menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity* dan *Threat*), yaitu Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.⁹⁴

Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat, sebuah perusahaan dapat diketahui dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

A. Faktor pendukung

a. Kekuatan

⁹⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membenah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), hal. 19.

Kekuatan yang dimiliki oleh PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah terletak pada program solusi yang tidak dimiliki travel lain. Dalam konsep Wahdan Tour memiliki solusi yang dapat memudahkan orang lain untuk berangkat umrah. Masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah umrah tidak harus melakukan pembayaran Cash, namun ada program solusi yang diawali dengan:

- 1) Setoran Awal (DP) sebanyak USD 600, anda akan terdaftar sebagai Jamaah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin saat ini ada satu strategi pemasaran yang sedang gencar dilakukan oleh banyak perusahaan dan termasuk Wahdan Tour yaitu berpromosi online melalui media sosial dan website seperti yang telah dilampirkan diatas. Maka dengan adanya media sosial dan website, melalui cara-cara promosi yang akan secara tidak langsung disebutkan ini, anda akan mempromosikan media sosial dan website sekaligus mempromosikan usaha Travel Umroh dan haji. Dimana di media sosial dan website tersebut akan berisi produk, harga, layanan, alamat, testimoni, dan lain sebagainya. Karena seharusnya dengan media sosial dan website akan mendukung bisnis Travel Umrah dan Haji jika diintegrasikan antara promosi offline dan online.
- 2) Sisa harga paket bisa diangsur dan pelunasan 15 hari sebelum keberangkatan.
- 3) Dalam bulan-bulan tertentu akan diberikan Diskon Khusus atau harga Promo.
- 4) Ajak 1-19 jamaah umrah, maka mendapatkan fee berkisar antara Rp. 500.000- Rp. 1.000.000 komisi (Agen) minimal jumlah jamaah 20 pax

dengan pesawat Garuda Indonesia.⁹⁵ Dengan demikian dalam pemasaran produk terdapat keunggulan PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Faktor yang mempengaruhi berkembangnya PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, yaitu:

- a) Kualitas pelayanan yang baik dan ramah.
 - b) Lokasi yang strategis yang terletak dipinggir jalan besar di jalan raya.
 - c) Fasilitas ruangan kantor yang menarik dan memadai.
 - d) Fasilitas kantor yang sangat lengkap untuk kepentingan pekerjaan.
 - e) Mempercepat dan mempermudah produktivitas dari karyawan.
 - f) Seluruh karyawan diwajibkan berjenis kelamin laki-laki sehingga lebih mendorong perkembangan perusahaan.
 - g) Operasional perusahaan didukung oleh peralatan dan sistem komunikasi yang canggih, antara lain: telepon dengan saluran paralel, komputer, mesin fotocopy.
 - h) *Travel* yang terkenal di wilayah Kalimantan Selatan.
 - i) Memiliki kerjasama dengan hotel yang memiliki tempat pertemuan yang berstandar internasional dan kerjasama dengan biro perjalanan wisata lainnya.
- b. Peluang

Situasi yang menjadi peluang dan dapat memberikan perkembangan bagi PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin dimasa depan adalah pasar yang berkembang.

⁹⁵ Wawancara dengan Ust. H. Uria Hasnan, tanggal 14 Februari 2020 di kantor PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Sejak PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin menawarkan atau memasarkan program umrah kepada berbagai Instansi dan ditambahnya *Main Power* yang berkompeten jumlah jamaah umrah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin semakin meningkat khususnya pada umrah reguler yang menggunakan pesawat Garuda Indonesia, hal ini dibuktikan setelah melihat jumlah jamaah pada tahun 2019 sampai tahun 2020, dengan memperhatikan tabel dibawah ini:

TABEL 4.3 *Jumlah Jamaah Umrah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, yaitu:*

No.	Tahun	Jumlah Jamaah
1.	2019	1400
2	02 Oktober - 03 Februari 2020	2025

Sumber: Wawancara di PT. Wahdan Sabilana (Banjarmasin 2020).

Dilihat dari tabel di atas bahwa pengaruh manajemen pemasaran yang dilakukan oleh PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin mengalami peningkatan jumlah jamaah. Tidak hanya itu keberhasilan peningkatan jumlah jamaah pada tahun 2020. PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin perlu melakukan pelayanan yang lebih maksimal terhadap jamaah umrah dengan semakin ditingkatkannya sosialisasi, program dan pelayanan kepada jamaah umrah sehingga jamaah umrah mendapatkan esensi umrah yang sebenarnya.⁹⁶ Dengan demikian PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin bahwa jamaah umrah meningkat setiap tahun.

B. Faktor penghambat

a. Kelemahan

⁹⁶ Ibid.

Kelemahan yang dimiliki PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin saat ini adalah produk yang tidak dapat dibedakan dengan produk kompetitor karena sama-sama menawarkan jasa perjalanan ibadah haji dan umrah dan ada juga beberapa kelemahan PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, yaitu:

- 1) Travel yang lumayan baru berdiri sendiri karena sebelumnya masih bekerjasama dan masih dalam naungan travel Kaltrabu sehingga belum terlalu dikenal oleh banyak konsumen. Karyawan dari PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin tidak memiliki banyak pengalaman dan latar belakang pendidikan dibidang biro perjalanan tour dan travel.
- 2) Banyaknya travel yang menawarkan dan menjual dengan harga yang murah.
- 3) Banyaknya Tour dan Travel pesaing.

b. Ancaman

Ancaman datang dari luar perusahaan dan dapat mengancam eksistensi perusahaan dimasa depan. Ancaman yang dimiliki PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin saat ini adalah kompetitor baru di area yang sama, persaingan harga dengan kompetitor, kompetitor mengeluarkan produk jasa baru yang inovatif dan pembatasan kuota dari Pemerintah. Arahkan untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada sekaligus mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Karena kelemahan yang disembunyikan atau kekuatan yang tidak tergambarkan dengan baik akan membuat arahan menjadi tidak bisa digunakan pada PT. Wahdan Sabilana di atas, maka didapat hasil arahan sebagai berikut:

- a) Kesamaan produk layanan PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin dengan produk kompetitor karena sama-sama menawarkan jasa perjalanan ibadah haji dan umrah dapat diatasi dengan memberikan pelayanan yang berbeda. Wahdan Tour memberikan kenyamanan dalam pelayanan kepada pelanggan yang datang langsung ke kantor, PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin merasa bahwa ancaman persaingan harga dengan kompetitor dapat di atasi dengan selalu memberikan fasilitas terbaik dan seimbang dengan harga yang ditawarkan kepada pelanggan.
- b) Pembatasan kuota haji oleh pemerintah memang menjadi salah satu kendala bagi setiap penyelenggara ibadah haji khusus. Namun perlu diingat bahwa perjalanan ibadah haji adalah aktivitas ibadah yang selalu ada. Bahkan kian bertambah peminatnya. Dengan pasar yang berkembang PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin dapat mengatasi hal ini. Pemerintah pasti akan menambah jumlah kuota untuk penyelenggara ibadah haji khusus jika jumlah kuota nasional bertambah.⁹⁷ Dengan demikian faktor pendukung pada PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah kualitas pelayanan yang baik, lokasi yang strategis sedangkan faktor penghambat yaitu travel yang masih baru berdiri sendiri dengan memisahkan diri dan mempunyai manajemen masing-masing dari travel Kaltrabu serta banyaknya travel yang menawarkan atau menjual dengan kualitas harga yang lebih rendah.

⁹⁷ Ibid.