

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jemaah haji yang berangkat di Kalimantan Selatan pada tahun 2019 ini berjumlah 18.336 jemaah, ada beberapa alasan kenapa orang Banjar atau orang Kalimantan Selatan sangat berminat melaksanakan ibadah haji, yang *pertama* keyakinan sugestif “umur tidak berbau”. Kita tidak akan pernah tau kapan ajal menjemput kita. Karenanya, orang Banjar lebih berpikir positif (*husnudzan*) dengan berinisiatif sesegera mungkin naik haji sebelum ajal menjemput. *Kedua* dengan menyegerakan niat beribadah haji sejak dini, setidaknya ada tiga hal yang akan kita mulai dan dapatkan yaitu: mulai berniat sungguh-sungguh untuk berhaji dan walaupun kita meninggal sebelum panggilan datang, setidaknya kita sudah mendapatkan pahala niat. Orang Banjar meyakini hanya orang yang benar-benar siap lahir (materi/finansial, fisik, ilmu dan waktu tunggu) dan batin (takwa) saja yang akan mendapatkan panggilan berhaji darinya karena itu orang Banjar selalu berusaha semaksimal mungkin memulai persiapan haji sejak dini, bahkan sejak bayi baru lahir. Terakhir orang Banjar juga meyakini siapapun yang menuluskan niat berhaji dan sungguh-sungguh

mempersiapkan sejak dini, maka Insya Allah, Allah sendiri yang akan menuntun, memudahkan serta memampukannya.¹

Ibadah haji sekarang memerlukan waktu tunggu yang cukup lama hingga 33 tahun, sehingga orang-orang Banjar memilih untuk melaksanakan ibadah umrah terlebih dahulu karena seperti yang peneliti kutip diatas bahwa salah satu keyakinan sugestif mereka adalah “umur tidak berbau”. Mereka melaksanakan ibadah umrah berkunjung ketanah suci dan melaksanakan ibadah tersebut, walaupun ibadah umrah tidak menjatuhkan hukum ibadah haji tapi masyarakat Banjar sendiri banyak melaksanakannya karena ketakwaan mereka kepada Allah Swt dan kecintaan mereka kepada Rasulullah saw, sehingga ingin melaksanakan ibadah umrah dan berkunjung ketempat-tempat bersejarah yang ada di Mekkah dan Madinah selama mereka masih hidup.

Besarnya minat orang Banjar untuk melaksanakan umrah sangat disambut baik oleh travel-travel yang ada di Banjarmasin salah satunya adalah PT Ma’ali wisata *Tour and Travel*. PT Ma’ali Wisata *Tour and Travel* adalah sebuah perusahaan swasta yang telah berdiri di Banjarmasin sejak 25 September 2013 dan telah tumbuh berkembang menjadi biro perjalanan haji dan umrah yang memiliki cabang di Amuntai, Samarinda dan bahkan diluar pulau Kalimantan. PT Ma’ali Wisata *Tour and Travel* adalah travel yang melayani perjalanan umrah reguler, umrah plus, dan

¹Khaeka, “Ketika Orang Banjar Banjar Naik Haji” *Kompasiana*. (30 Desember 2018), h.1

haji khusus yang sudah berpengalaman dalam memberangkatkan jemaah Indonesia.

Paket umrah yang ada di PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* adalah Umrah Reguler yaitu umrah 14 hari, umrah 12 hari, dan umrah 9 hari untuk paket umrah plus ada umrah plus Uzbekistan, umrah plus Turkey, umrah plus Dubai, Umrah Plus Yaman dan umrah plus Aqsa. Biro perjalanan resmi konsersium dengan PT Air Marindo yang memiliki SK izin penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah : D/550/2013 sehingga dapat memberikan rasa aman pada jemaah dalam proses pengurusan perjalanan dan saat melakukan ibadah umrah. PT Ma'ali *Wisata Tour and Travel* sudah banyak memberangkatkan jamaa'ah umrah seperti dibawah ini.

TABEL 1.1

Perkembangan Jumlah Jemaah Umrah *Pt Ma'ali Wisata Tour And Travel* Banjarmasin Dari Tahun

NO	TAHUN	JUMLAH JEMAAH UMRAH
1	2013-2014	200 Jemaah
2	2014-2015	500 Jemaah
3	2015-2016	1200 Jemaah
4	2016-2017	1200 Jemaah
5	2017-2018	1900 Jemaah
6	2018-2019	3000 Jemaah

Sumber: PT Ma'ali Wisata Tour and Travel, (2019)

Melihat data tabel diatas jemaah umrah di PT Ma'ali *Wisata Tour and Travel* selalu bertambah setiap tahun ketahun sedangkan PT Ma'ali *Wisata Tour and Travel* masih tergolong baru dan bahkan belum mencapai 10 tahun berdiri, untuk sistem jadwal paket keberangkatan jemaah umrah

dari PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* Sendiri tidak menggunakan target seperti travel lain akan tetapi PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* memberangkatkan sesuai dengan tanggal yang mereka tentukan diawal. Pemberangkatan jemaah umrah sesuai tanggal yang telah ditentukan diawal akan tetap diberangkatkan walaupun hanya sedikit jemaah, jadi dalam satu bulan PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* bisa melaksanakan sampai korang lebih 7 Kali keberangkatan, PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* memberangkatkan dengan sistem seperti itu supaya jemaah benar benar menerima pelayanan yang baik dari PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel*, seperti motto dari PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* Sendiri "Melayani Anda Adalah Kebanggaan Kami". Selain jemaah yang terus meningkat PT Ma'ali wisata *Tour And Travel* Banjarmasin juga pernah mendapatkan *Best Award Travel* se Indonesia pada tahun 2016 karena pelayanan yang ada di *PT Maali Wisata Tour And Travel* memang bagus.

Melihat jumlah Jemaah di PT Ma'ali Wisata *Tour And Travel* yang terus meningkat, tentunya juga tidak terlepas dari strategi pemasaran yang mereka gunakan yakni strategi bauran pemasaran .Strategi bauran pemasaran atau *Marketing Mix* merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasarnya.² Strategi bauran pemasaran yang digunakan PT Ma'ali Wisata *Tour And Travel* adalah strategi bauran pemasaran 7P

²Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syari'ah* (Banjarmasin: Aswaja Presindo,2014) h.222-223.

atau *Marketing Mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Proses)*. Sehingga calon jemaah tertarik untuk memakai biro perjalanan PT Ma'ali Wisata *Tour And Travel*. Maka dari itu disini peneliti tertarik untuk meneliti tentang “**Strategi Pemasaran PT Ma'ali Wisata *Tour And Travel* Dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel*?
2. Apakah strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT Ma'ali Wisata *Tour And Travel* mampu menarik minat calon jemaah umrah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang diterapkan PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel*.
2. Untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT Ma'ali Wisata *Tour And Travel* mampu menarik minat calon jemaah umrah.

D. Signifikansi Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan akan diperoleh beberapa manfaat, yaitu dalam:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan sumbangan pemikiran mengenai sebuah strategi pemasaran yang digunakan oleh travel untuk menarik minat konsumennya yang mana pemikiran tersebut juga dipelajari dalam jurusan manajemen dakwah.

2. Manfaat Praktis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan strategi pemasaran untuk menjadi lebih baik lagi.
- 2) Sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi travel PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* guna melakukan perbaikan secara terus-menerus agar PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* dapat lebih berkembang dan maju.

E. Definisi Operasional

1. Strategi Pemasaran

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Pemasaran adalah kegiatan kelangsungan aliran barang-barang dan atau jasa-jasa dari produsen kepada konsumen atau pengguna.³

³Leonardus Saiman, *Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba empat 2012), h. 217.

Jadi strategi pemasaran yang peneliti maksud di sini adalah strategi bauran pemasaran yang diterapkan PT Ma'ali Wisata *Tour And Travel* Banjarmasin dalam menarik minat calon jemaah umrah.

2. PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel*

PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* adalah Biro perjalanan yang menyelenggarakan perjalanan Haji Khusus, Haji Reguler, umrah plus dan umrah reguler di Banjarmasin.

3. Calon Jemaah

Calon Jemaah adalah orang yang mendaftarkan dirinya untuk berangkat Umrah. Calon jemaah yang dimaksudkan disini adalah calon jemaah umrah yang mendaftarkan dirinya ke PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* untuk menunaikan ibadah umrah baik itu paket umrah Plus atau Reguler.

4. Umrah

Secara istilah umrah adalah berkunjung ke ka'bah dengan maksud melaksanakan ketentuan-ketentuan berkaitan dengan rangkaian ibadah umrah.⁴ Umrah yang dimaksudkan disini adalah paket perjalanan umrah yang diselenggarakan oleh PT Ma'ali wisata *Tour and Travel* yaitu program umrah plus dan Umrah reguler.

⁴Muhammad Syafi'i Antonio, *Haji Dan Umrah* (Jakarta: Tazkia Publising, 2015), h. 65.

F. Penelitian Terdahulu

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

1. Penelitian yang dilakukan oleh Cruff Mahdi Brajamusti (1324001) jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2017 yang berjudul **“Strategi Operasi dengan pendekatan *E-Marketing* diperusahaan jasa An Naja Haji Umrah Yogyakarta 2017”**. Penelitian ini tentang sebuah strategi operasi menggunakan *E marketing* atau sering disebut bentuk strategi pemasaran produk menggunakan media elektronik atau internet. Jadi penelitian ini adalah mengetahui proses strategi pemasaran menggunakan *E-marketing*.

Penelitian yang dilakukan diatas berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti disini. Peneliti disini meneliti tentang strategi pemasaran umrah dengan menggunakan teori *Marketing Mix*.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Reski Handayani (5040011309) jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makasar Tahun 2017 **“Manajemen Pemasaran Biro Jasa Haji Dan Umrah (Studi Pada PT Madussa Multi**

Bussines Centre Kabupaten Janeponto)". Penelitian ini membahas tentang manajemen pemasaran pada biro jasa haji dan umrah di PT Maussa Multi Bussines centre kabupaten Janeponto.

Penelitian yang dilakukan diatas berbeda dengan penelitian yang dilakukan disini perbedaanya adalah peneliti disini lebih fokus membahas tentang strategi pemasaran Umrah PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* dan faktor pendukung serta kendala strategi pemasaran tersebut, mengenai tempat juga berbeda peneliti melakukan di PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Aceng Ahmad Fahroji (1110053100033) jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Univesitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2015 **"Strategi Pemasaran Program Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah jemaah pada ESQ Tours and travels 165"**. Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan ESQ Tours and Travels 165 dalam meningkatkankan jumlah jemaah umrah menggunakan *Marketing Mix 4P*.

Penelitian ini berbeda dengan yang peneliti teliti, disini peneliti meneliti tentang strategi pemasaran yang dilakukan PT Ma'ali Wisata *Tour and Travel* dalam menarik minat calon jemaah umrah menggunakan teori *Marketing Mix 7P*.

G. Sistematika Penelitian

Sistematika Penelitian penelitian ini akan peneliti jabarkan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, defenisi operasional, penelitian terdahulu, sistematika penelitian.

Bab II Landasan teori yang berisi tentang uraian mengenai landasan teori yang meliputi, ruang lingkup strategi pemasaran dan ruang lingkup mengenai umrah.

Bab III Metode penelitian yang berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan keabsahan data.

Bab IV Hasil dan pembahasan yang berisi gambaran singkat PT Ma'ali Wisata Tour And Travel Banjarmasin, Visi dan Misi, struktur organisasi, tugas-tugas karyawan, strategi bauran pemasaran PT Ma'ali Wisata Tour And Travel, serta analisis data.

Bab V Penutup yang berisi simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.