

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Berdiri PT. Salfany Safanusa

PT. Salfany Safanusa berdiri sejak tahun 1995 di kota Banjarmasin, tepat di Jl. Cempaka Besar No. 41 Kelurahan Mawar Kalimantan Selatan, PT. Salfany Safanusa telah mendapatkan izin operasional dari Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) sejak tahun 2000 dan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) sejak tahun 2001.

PT. Salfany Safanusa merupakan Biro Perjalanan Wisata tersertifikasi, juga PPIU dan PIHK resmi terakreditasi, PT. Salfany Safanusa tergabung dalam Asosiasi Agen Perjalanan dan Wisata Indonesia (ASITA), serta Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji Khusus (HIMPUH). PT. Salfany Safanusa dengan pengalaman lebih dari 20 tahun, serta didukung sumber daya manusia yang amanah, handal dan profesional, Salfany Tour siap dan bangga melayani tamu-tamu kami yang dimuliakan Allah SWT untuk beribadah ke Tanah Suci maupun destinasi-destinasi wisata lainnya.

2. Visi Misi PT. Salfany Safanusa

PT. Salfany Safanusa merupakan sebuah perusahaan atau organisasi pelayanan jasa yang mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

a. Visi

Menjadi perusahaan tour dan travel umrah terdepan dengan Pelayanan dan Fasilitas terbaik dilengkapi dengan bimbingan ibadah sesuai Al-Qur'an dan Sunnah melalui kajian-kajian unggulan yang mudah dipahami.

b. Misi

- 1) Memberikan pengajaran dan bimbingan Ibadah Umrah dan Haji secara sempurna sesuai Al-Qur'an dan Sunnah
- 2) Memberikan pelayanan dan bimbingan seputar Ibadah Umrah dan Haji melalui metode-metode sederhana dengan tetap menjaga profesionalitas dan tanggap jawab
- 3) Inovatif, progresif dan bekerja keras untuk memberikan pelayanan terbaik kepada segenap pelanggan.

3. Struktur Organisasi PT. Salfany Safanusa

Sebuah perusahaan atau organisasi tentu mempunyai struktur kepengurusan agar bersama-sama memiliki rasa tanggung jawab terhadap tujuan perusahaan tersebut. Dan hal ini juga akan sangat diperlukan agar dalam pelaksanaan mencapai tujuan dapat berjalan lancar dan teratur. Struktur itu juga tentu dibuat atas dasar kemampuan atau keahlian

(pengalaman) oleh karyawan atau staf itu sendiri. Berikut ini merupakan struktur organisasi PT. Salfany Safanusa.

TABEL 4.1 Struktur Organisasi PT. Salfany Safanusa

No	Nama	Jabatan
1	Hj. Salma Hanifah	Komisaris
2	H. Abu Hanifah Rasyidie	Direktur Utama
3	H. Farid Hanifah, SE	Direktur Operasional
4	Hj. Juselleny Ripaie	Direktur Personalia, Keuangan & Umum
5	H. Farid Hanifah, SE	Divisi Umrah & Haji Khusus
6	Dody Sulistomo	Divisi Operasional & Layanan Tour
7	Thaufan Indrawan	Bag. Promosi & Layanan Pelanggan
8	M. Surya Anwari	Bag. Administrasi & Keuangan
9	KH. Asnawi, Lc.	Bag. Bimbingan Ibadah Haji & Umrah
10	Fiqih Safarullah	Bag. Logistik & Umum
11	Rahmatullah	Kepala Perwakilan Saudi
12	-	Seksi Akomodasi
13	-	Seksi Transfortasi
14	-	Airport Team Jeddah
15	-	Perwakilan Madinah
16	-	Pembimbing Ibadah / Muthawif

Sumber : Dokumentasi PT. Salfany Safanusa 2019/2020

4. Makna Logo PT. Salfany Safanusa



Pada kebiasaan untuk logo atau lambang suatu perusahaan tentu lebih baik mempunyai filosofi, baik itu sebagai motivasi, pengingat dalam mencapai tujuan, serta juga mengandung makna harapan dan do'a untuk kebaikan perusahaan tersebut. Adapun makna logo PT. Salfany Safanusa :

- a. *Allnatt Diamond* adalah salah satu berlian terbaik dan berkualitas tinggi di dunia, oleh karena itu Simbol *Allnatt Diamond* berwarna kuning keemasan dipilih untuk menggambarkan bahwa Salfany adalah sebuah perusahaan yang bercita-cita menjadi travel haji khusus dan umrah berkualitas di dunia umrah dan haji serta memberikan pelayanan terbaik untuk para tamu Allah SWT yang akan menjalani ibadah haji dan umrah.
- b. Simbol ini juga menggambarkan kota berdirinya Salfany, yaitu kota Banjarmasin yang di mana kota Banjarmasin adalah salah satu daerah penghasil intan.
- c. Warna kuning dan emas pada simbol dipilih karena warna kuning adalah warna yang hangat dan bahagia, serta warna emas adalah warna-

warna yang menunjukkan kualitas dan kebijaksanaan dengan filosofi ini diharapkan Salfany akan menjadi travel haji khusus dan umrah yang berkualitas dan memberi kehangatan serta kebahagiaan bagi jemaahnya.

- d. Filosofi 3 buah *Allnatt Diamond* diambil dari 3 orang pendiri Salfany yang mana 3 orang tersebut menjadi pondasi yang kokoh berdiri dan berjalannya Salfany dalam menggapai cita-citanya. Nama Salfany diambil dari gabungan 3 nama pendiri perusahaan, yaitu **SALMA**, **FARID** dan **JUSELLENY** , yang jika digabungkan menjadi “SALFANY”.

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran PT. Salfany Safanusa

Pemasaran merupakan kegiatan utama dalam sebuah perusahaan, demi keberlangsungan sebuah perusahaan tentu tertuntut untuk membuat strategi mencapai peluang pasar dengan melakukan strategi pemasaran. Dan dengan hal ini, tentu strategi pemasaran sebagai wadah atau alat untuk memasarkan atau memberitahukan produk kepada masyarakat ataupun kepada calon konsumen yang potensial, dan tentu juga otomatis akan menimbulkan kesadaran akan suatu perusahaan tersebut.

Salah satu dari strategi yang populer dari strategi pemasaran yang sering digunakan oleh suatu perusahaan ialah dengan langkah melakukan penyeberan pemasaran atau lebih akrab dikenal dengan istilah bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing Mix* adalah kumpulan dari empat

variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran. Dan keempat variabel itu ialah : *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi), atau sering dikenal dengan sebutan 4P. Hal ini yang diterapkan oleh PT. Salfany Safanusa dalam merekrut jemaah dengan di sisi lain menerapkan strategi citra baik di mata pelanggan.

a. Strategi Produk

PT. Salfany Safanusa merupakan perusahaan biro perjalanan ibadah haji khusus dan umrah, serta wisata Muslim. Adapun produk atau macam layanan PT. Salfany Safanusa adalah sebagai berikut :

1) Haji Khusus

Program Ibadah Haji Khusus Salfany memberikan fasilitas dan layanan VVIP selama jemaah Haji berada di Makkah, Madinah, Arafah dan Mina, untuk kemudahan dan kenyamanan beribadah selama melaksanakan ibadah Haji.

Para jemaah juga akan didampingi oleh petugas kami yang terdiri dari *Tour Leader*, Asisten, Pembimbing Ibadah, Dokter rombongan, muthawif serta staf lokal kami yang siap melayani 24 jam selama di Tanah Suci. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Untuk pelayanan ibadah haji khusus, langsung didampingi oleh pimpinan dari Salfany yakni bapak H. Abu Hanifah Rasyidie, H. Farid Hanifah, KH. Asnawi dan dokter Didi.

2) Umrah Reguler

Umrah Reguler ialah program umrah yang biasa dilakukan selama dua belas hari. Dengan standar kualitas terbaik dari PT. Salfany Safanusa. Paket Umrah dengan fasilitas akomodasi Hotel Bintang 5 yang sangat dekat dengan Masjidil Haram maupun Masjid Nabawi, memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi jemaah Umrah yang pastinya ingin memaksimalkan waktu untuk beribadah di dalam Masjid sambil menikmati suasana khas atau berbelanja cinderamata. Didampingi oleh *Tour Leader* profesional yang berpengalaman serta muthawif/pembimbing ibadah yang siap melayani 24 jam selama di Tanah Suci.

3) Paket Umrah Ramadhan

Paket 12 hari di bulan Ramadhan. Menikmati suasana khas bulan suci Ramadhan di Tanah Suci. Berbuka puasa bersama ribuan jemaah dari berbagai belahan dunia di area Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, mengikuti shalat tarawih berjamaah di Masjid dan beribadah sunah lainnya di bulan suci dan di Tanah Suci.

4) Umrah Plus

Umrah Plus ialah umrah yang dilakukan berbeda dengan umrah reguler, yakni kita bisa umrah ditambah dengan ke negara yang memang telah ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa, tentu untuk membawa jemaah ke tempat bersejarah tentang peradaban Islam zaman dahulu serta mengambil hikmah dari tempat

bersejarah tersebut.⁶³ Adapun Umrah Plus yang ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa ialah :

a) Paket Umrah Plus Aqsa

Paket Umrah plus berziarah ke kota suci ketiga bagi Umat Islam yaitu Baitul Maqdis, Jerusalem, melalui kota Amman di Yordania. Mengunjungi 3 Masjid utama sesuai yang disunahkan oleh Rasulullah SAW, yaitu Masjidil Haram, Masjid Nabawi dan Masjid Al Aqsa.

Jemaah akan berziarah antara lain ke Masjid Al Aqsa di Jerusalem, Maqam Nabi Ibrahim AS, Ishaq AS dan Ya'qub AS di kota Al Khalil, Hebron, tempat kelahiran Nabi Isa AS di Bethlehem, maqam Nabi Musa AS di Jericho, maqam Nabi Syu'aib AS, Gua Ashabul Kahfi dan Laut Mati di Jordan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya.

b) Paket Umrah Plus Turki

Paket Umrah plus berziarah ke kota Istanbul, Turki. Pusat peradaban Islam yang mashyur dan bersejarah pada masa kejayaan Kekhalifahan Turki Usmaniyah. Kota Istanbul juga unik karena sebagian berada di benua Asia dan sebagian lainnya di Eropa.

Selama di Istanbul kita akan mengunjungi tempat-tempat bersejarah dengan arsitekturnya yang unik, khas Turki seperti

⁶³Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

Istana Topkapi, Blue Mosque, Aya Sofia, dan lain-lain. Berbelanja di Grand Bazaar, berziarah ke makam Sahabat Nabi SAW, Abu Ayyub Al Ansari r.a, serta berwisata perahu di Selat Bosphorus.

c) Paket Umrah Plus Cairo

Paket Umrah plus berziarah ke kota Cairo, Mesir. Salah satu negeri yang banyak disebut dalam Al Qur'an dan memiliki banyak peninggalan bersejarah dari masa awal kejayaan Islam abad ke-10 sampai abad ke-15 era Dinasti Fatimiyah, Ayyubiyah, Mamluk hingga menjadi bagian dari Turki Usmaniyah. Selama di Cairo jamaah akan berziarah ke Maqam Imam Syafi'i, makam Sayida Zainab r.a, makam Sayidina Hussein r.a, mengunjungi Masjid Amr Bin Al 'As, Masjid Al Azhar, Citadel Salahuddin Al Ayyubi, Pasar Khan Al Khalili, Piramida di Giza dan Museum Sejarah Mesir.

d) Paket Umrah Plus Dubai

Paket Umrah plus singgah berwisata ke kota Dubai, Uni Emirat Arab. Kota Dubai adalah sebuah kota yang terletak di Teluk Persia yang unik karena memiliki perpaduan antara kota tua khas Arab tradisional dengan kota metropolitan modern yang dipenuhi gedung-gedung pencakar langitnya yang terkenal. Selama di Dubai jamaah akan diajak berwisata mengunjungi Old Dubai dengan pasar-pasar tradisional yang

khas (souk) dan Modern Dubai yang terkenal dengan antara lain Masjid Jumeirah, Burj Al Arab, Palm Island, Burj Khalifa, Dubai Mall, Dubai Fountain, Miracle Garden, dan lain-lain.

Dari beberapa umrah plus yang ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa, yang paling diminati oleh para pelanggan adalah produk umrah plus Turki dan Aqsa. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Iya, dari beberapa produk umrah plus dari kami memang untuk sekarang kebanyakan pelanggan atau jemaah lebih suka berangkat ibadah umrah plus Turki dan Aqsa.⁶⁴

Sebagai biro perjalanan ibadah haji khusus dan umrah, serta wisata Muslim yang mengutamakan kepuasan pelanggan dan mengutamakan pelayanan, PT. Salfany Safanusa memberikan fasilitas untuk haji khusus dan umrah di antaranya ialah :

Fasilitas Paket Haji Khusus PT. Salfany Safanusa

a) Akomodasi

Fasilitas hotel Bintang 5 selama di Makkah dan Madinah yang berlokasi sangat dekat ke Masjidil Haram maupun Masjid Nabawi. Fasilitas Hotel Transit di Aziziah saat menunggu pelaksanaan Wukuf di Arafah. Fasilitas sudah termasuk makan

⁶⁴Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

prasmanan tiga kali sehari di restoran hotel. Tersedia pilihan sharing kamar berdua, bertiga atau berempat sesuai kebutuhan calon jemaah Haji Khusus.

b) Fasilitas VVIP di Armina

Selama berada di Arafah dan Mina mulai tanggal 9 sampai dengan 13 Dzulhijjah, jemaah Haji Khusus Salfany akan mendapatkan layanan VVIP mulai dari fasilitas tenda mewah ber-AC yang nyaman, makan prasmanan dengan menu Indonesia dan *unlimited flow* makanan maupun minuman ringan di dalam tenda. Lokasi tenda di Mina yang sangat dekat dengan tempat pelontaran jumrah (jamarat), memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi jemaah dalam melaksanakan ibadah.

c) Pelayanan Berkualitas

Selama perjalanan maupun saat berada di Tanah Suci, para jemaah Haji Khusus Salfany Tour akan selalu didampingi, yakni oleh

Petugas kami yang terdiri dari Tour Leader, Pembimbing, Dokter Rombongan, Muthawif, Asisten rombongan dan staf perwakilan kami yang selalu siap melayani 24 jam apapun keperluan jemaah.⁶⁵

⁶⁵Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

Para petugas Salfany adalah para profesional yang telah memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun rutin mendampingi Jemaah Haji Khusus maupun Umrah.

d) Perjalanan Aman dan Nyaman

Paket Ibadah Haji Khusus Salfany menggunakan fasilitas penerbangan maskapai Bintang 5 (Emirates, Etihad atau Garuda Indonesia) dengan minimum koneksi dan waktu transit. Dan untuk penerbangan domestik dari dan ke daerah asal Salfany menggunakan hanya penerbangan Garuda Indonesia. Jemaah akan mendapatkan layanan *airport handling* dan *airport lounge* pada saat transit di Bandara Soekarno-Hatta Jakarta.

Fasilitas Paket Umrah PT. Salfany Safanusa

a) Akomodasi

Fasilitas akomodasi standar Salfany adalah hotel bintang 5 dengan jarak yang sangat dekat dengan Masjidil Haram dan Masjid Nabawi. Dapat dijangkau hanya dengan berjalan kaki beberapa menit saja dari hotel, dan sudah termasuk dalam paket makan 3 kali sehari prasmanan di restoran hotel dengan menu Asia. Lokasi hotel yang terletak di sekitar pusat perbelanjaan semakin melengkapi rasa dan suasana khas kota suci Makkah dan Madinah yang tidak kita jumpai di tempat lain.

b) Transfortasi dan *City Tour*

Selama berada di Tanah Suci para jemaah akan mendapatkan fasilitas transportasi dari dan ke Bandara, transfer antar kota dan ziarah/*city tour* menggunakan Bus AC eksekutif dengan fasilitas AC, Toilet, meal/snack box dan mineral water. Jemaah juga akan diajak berkeliling kota (*city tour*) Makkah, Madinah dan Jeddah, mengunjungi dan singgah di tempat-tempat bersejarah seperti Arafah, Mina, Jabbal Nur, Jabal Tsur, Jabbal Uhud, Masjid Quba, Masjid Qiblatain dan lain-lain. Tidak lupa pula singgah berbelanja di Kebun Kurma Madinah dan Pasar Corniche di Jeddah. Selesai *city tour* Makkah, para jemaah juga akan dibawa ke Masjid Ji'ranah untuk mengambil miqat bagi yang ingin melaksanakan umrah kedua kali.

Pada hal ini manajemen Salfany memberi ruang dan kesempatan untuk bisa melaksanakan ibadah umrah dua kali. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Memang untuk ibadah umrah jemaah selalu bisa melaksanakan dua kali, malah kalau mau tiap hari silakan saja, hanya saja memang dari Salfany ada kegiatan ziarah dan lain-lain, disisi lain memang ada juga dari jemaah yang melaksanakan umrah beberapa kali, paling jemaah bayar sendiri untuk biaya transfortasi, untuk para pembimbing atau

muthawif dari Salfany siap untuk membantu kehendak para jemaah.⁶⁶

c) Penerbangan

Pada Paket Umrah Reguler Salfany hanya menggunakan penerbangan Garuda Indonesia baik untuk sektor Domestik maupun Internasional. Pilihan ini semata demi kemudahan dan kenyamanan jemaah. Pada paket Umrah Plus Salfany, karena tidak semua tempat Garuda Indonesia terbang maka penerbangan otomatis memakai maskapai lain. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Kalau umrah pasti pakai Garuda, tapi untuk umrah plus karena gak semua Garuda bisa maka misal ke Turki, maka memakai *Turkish Airlines*, dan juga memang transportasi udaranya dari Banjarmasin tidak bisa juga langsung ke Jeddah atau antar negara walaupun status sekarang sudah bandara Internasional, yakni kita harus transit dulu ke Jakarta, dan kebiasaan di travel lain untuk umrah plus Turki mereka bayar PP, jadi dari Jakarta mereka diterbangkan menuju Turki lalu tour disana, kemudian menuju ke Jeddah, untuk pulang mereka kembali lagi ke Turki, kemudian kembali menuju Jakarta, kalau di Salfany beda, Salfany memberangkatkan dari Jakarta memakai *Turkish Airlines*, lalu sampai ke Turki, kemudian berangkat lagi ke Jeddah, untuk pulang Salfany tidak memakai pesawat *Turkish Airlines* lagi, tetapi memakai pesawat Garuda Indonesia langsung pulang ke Jakarta, oleh karena itu harga agak sedikit lebih mahal, karena kalo dari Jeddah ke Turki itu akan memakan banyak waktu, ketika di Jakarta pun nanti bisa pindah bagasi lagi ke Garuda Indonesia, kasihan jemaahnya uyuh (kecapean), kalau langsung dari Jeddah pakai Garuda Indonesia itu enak ketika sampai di

⁶⁶Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

Jakarta maka langsung saja lagi berangkat pulang ke Banjarmasin, agar lebih nyaman juga untuk jemaah, baik waktu ataupun pelayanannya.

Di samping penerbangan langsung dari Jakarta ke Jeddah/Madinah tanpa transit, bagi jemaah yang berasal dari daerah juga akan lebih dimudahkan dengan adanya konektivitas bagasi langsung ke tujuan dan tentunya fasilitas berat *free* bagasi yang sama antara sektor internasional dengan domestik.

d) Perlengkapan

Fasilitas paket sudah termasuk perlengkapan umrah eksklusif dari Salfany yang terdiri dari satu set kain ihram atau mukena, koper bagasi, koper cabin, tas paspor, tas sandal, buku panduan manasik, kalung dan kartu tanda pengenal, serta syal Salfany. Dan untuk jemaah Haji Khusus, ada tambahan baju atau pakaian khusus dari Salfany untuk para jemaah. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Untuk para jemaah umrah maka akan dapat perlengkapan lengkap untuk beribadah dari Salfany, hanya saja untuk jemaah haji khusus memang ada akan dikasih seragam khusus, kecuali memang misal ada satu keluarga dari jemaah umrah yang memang ingin minta kasih seragam, maka akan kami kasih seragam, tapi untuk umumnya memang jemaah umrah hanya akan diberi syal Salfany berwarna kuning.⁶⁷

⁶⁷Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

e) Pendamping Rombongan

Selama perjalanan rombongan akan selalu didampingi oleh petugas Salfany yang profesional dan berpengalaman. Petugas Salfany terdiri dari *Tour Leader* yang bertanggung jawab dan mengatur keseluruhan operasional perjalanan rombongan, dibantu oleh muthawif dan staf lokal kami yang bertugas membimbing pelaksanaan ibadah, mengkoordinir pengurusan bagasi jemaah dan melayani para jemaah sehari-hari selama berada di Tanah Suci. Dengan layanan yang eksklusif dari staf Salfany, jemaah dapat lebih fokus untuk beribadah dan menikmati suasana selama di Tanah Suci.

f) *Airport Assistance*

Jemaah juga akan mendapatkan fasilitas airport handling sejak keberangkatan hingga kepulangan. Layanan tersebut meliputi *Airport Handling* dan *portorage* di bandara asal, VIP transit *service* di Bandara Soekarno-Hatta Jakarta, *Airport Lounge* di Jakarta, layanan *Airport Handling* dan *portorage* (pengantaran barang) di Bandara Jeddah/Madinah. Tentu dalam hal ini biaya paket Umrah Salfany sudah termasuk pengurusan Visa Umrah Elektronik yang termasuk Asuransi Perjalanan Syariah yang dapat digunakan dan diklaim sewaktu-waktu apabila diperlukan, serta satu kemasan Air Zamzam 5 liter.

Adapun untuk pemilihan pembimbing tentu Salfany mengutamakan dari segi profesionalitas atau berpengalaman dalam membimbing jemaah dan mempunyai kemampuan yang mumpuni baik dalam ilmu Agama, atau juga mempunyai komitmen kuat untuk melayani tamu-tamu Allah yakni para jemaah Salfany, yang berarti bukan dari segi kemasyhuran, hal ini semata-mata untuk kenyamanan dan kepuasan jemaah Salfany. Pada pemilihan muthawif juga berdasar dari segi profesionalitas atau pengalaman dan kemampuan, untuk hal ini kita juga tahu bahwa para muthawif tidak hanya bekerja di Salfany, mereka juga bekerja pada travel-travel lain, oleh karena itu dari pihak Salfany akan terlebih dahulu membimbing atau memberi arahan yang jelas terkait dengan standar layanan Salfany agar kualitas layanan Salfany tetap terjaga baik, yakni tidak terpengaruh dengan cara kerja travel-travel lain.⁶⁸Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Jelas, untuk pemilihan pembimbing, pembimbing dari kami kalau memang untuk ibadah haji maupun umrah, tentu beliau yang memang sudah pernah melaksanakan ibadah haji dan umrah, tentu ada kriterianya dan juga mempunyai pengalaman dan kemampuan bukan dari kemasyhuran, begitu juga untuk pemilihan muthawif dari segi pengalaman dan

⁶⁸Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

kemampuan yang mumpuni agar jemaah selalu merasa nyaman.

Pembimbing-pembimbing PT. Salfany Safanusa ialah : KH. Asnawi Udit Bain, LC (asal dari Kota Kandangan) dan KH. Drs. Asqolani Muhammad Basiyuni, LC (asal dari Kota Marabahan). Dan muthawif-muthawif PT. Salfany Safanusa ialah : H. Ismail Saleh Nahdi, LC, MA dan H. Muhammad Basalamah, LC, MA.

e) Paket Wisata Ziarah

Berwisata ziarah mengunjungi destinasi-destinasi wisata Islam bersejarah, maqam-maqam para Nabi, Sahabat, Imam, aulia dan tokoh-tokoh Islam, serta bangunan-bangunan peninggalan Islam. Beberapa destinasi yang kaya dengan sejarah Islam antara lain Turki, Andalusia Spanyol, Mesir, Palestina, Jordania, Uzbekistan, Marokko, Afrika Selatan, China dan lain-lain. Paket ini bisa dikombinasikan dengan Umrah atau berdiri sendiri sesuai dengan kebutuhan dan pilihan. Dengan artian bahwa PT. Salfany Safanusa siap menerima permintaan khusus dari pelanggannya, dengan standar kualitas yang maksimal demi kepuasan pelanggan.⁶⁹

⁶⁹Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

f) Paket Wisata Muslim

Paket wisata ke destinasi wisata manca negara lainnya yang dikemas sedemikian rupa agar ramah bagi wisatawan muslim (*muslim friendly*) yang ingin berwisata namun tetap dalam koridor syariah, yaitu tanpa meninggalkan shalat, makanan halal/*muslim friendly* dan sebagainya. Paket destinasi yang populer dan tersedia antara lain Jepang, Korea, China, Hong Kong, Thailand, Singapura, Malaysia, Eropa Barat, Eropa Tengah, UK, Swiss, Spanyol-Portugal, Italia-French Riviera, Skandinavia, Afrika Selatan, Dubai, Australia dan lain-lain.

Paket Wisata Muslim adalah paket khusus untuk berwisata saja, tentu PT. Salfany Safanusa akan menyediakan pelayanan maksimal dengan konsep syariah, mulai dari hotel, makanan dari restoran yang bersertifikasi halal, dan lain-lain. Perjalanan Paket Wisata Muslim PT. Salfany Safanusa menerima pesanan khusus atau pelanggan bisa *request* untuk kemewahan yang lebih dari, baik itu berbentuk kelompok kecil atau satu keluarga saja yakni sesuai dengan pilihan pelanggan, dengan mengutamakan kenyamanan selama perjalanan dan pengalaman yang berkesan bagi para peserta tour, makanan dengan menu kombinasi lokal dan asia yang *Muslim friendly*, menggunakan maskapai yang bereputasi baik dengan waktu

perjalanan, serta fasilitas di hotel mewah dengan lokasi yang strategis. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Wisata Muslim memang dikonsepsi khusus untuk para wisatawan Muslim yang berdestinasi dengan konsep syariah dan semaksimal mungkin layanan *Muslim Friendly*, mulai dari makanan atau restoran yang bersertifikat halal, hotel dan lain-lain, untuk *Luxury Tours* (mewah) PT. Salfany Safanusa dikhususkan untuk wisata Muslim saja, tidak untuk umrah, tapi dari setiap tahun itu untuk umrah pasti ada saja yang mesan untuk satu keluarga saja yang mau berangkat itu juga kami layani, untuk wisata Muslim apapun keinginan dari pelanggan kami akan layani, paling nanti beda di harga kalau memang lebih mewah maka akan lebih mahal.⁷⁰

b. Strategi Harga

Harga merupakan unsur bauran pemasaran satu satunya yang dapat menghasilkan pendapatan penjualan, penetapan harga merupakan persoalan yang sangat penting, masih banyak perusahaan ataupun usaha-usaha yang lain, yang belum sempurna dalam menetapkan sebuah harga di produk yang mereka tawarkan. Penetapan harga selalu menjadi tantangan tersendiri bagi setiap perusahaan, agar harga itu juga dapat diterima oleh para pelanggan yang potensial, sehingga mereka akan tertarik untuk memakai atau berlangganan akan sebuah produk yang telah ditawarkan.

Pada penetapan harga PT. Salfany Safanusa berdasarkan sesuai fasilitas dan musimnya, lama perjalanan, jumlah orang (sendiri, berdua, kelompok dan keluarga), ataupun juga yang memang sesuai dengan

⁷⁰Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

request khusus langsung dari pelanggan yang akan memang sangat berpengaruh dengan penyesuaian harga. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Untuk menetapkan harga diantaranya dari segi lamanya, fasilitas, tambahan *request*, transportasi bus, hotelnya mau dimana, untuk hotel memang sudah bintang lima semuanya, tapi dari hotel bintang lima itu juga macam-macam, dari hotel yang telah kami tawarkan kadang memang jemaah sudah biasa di hotel bintang lima yang itu misalkan, maka dari kami akan melayani hal itu, cuman untuk harga akan beda.⁷¹

Strategi penetapan harga oleh PT. Salfany Safanusa sangat berhubungan dengan kualitas produk atau jasa yang akan diterima oleh pelanggan. Jika memang kualitas produk itu terbaik, tentu harga bisa dibidang di atas rata-rata. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Memang dari segmen pasar kami menengah ke atas, karena segmen menengah ke bawah sudah banyak travel yang bermain di sana dengan cara bersaing harga, kalau memang harga agak murah boleh jadi dia yang akan memenangkan persaingan, tapi untuk menengah ke atas kita lebih fokus kepada pelayanan jemaah, jadi semakin bagus pelayanan kita pasti orang akan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan.⁷²

⁷¹Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

⁷²Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

Berikut ini beberapa daftar harga paket dari PT. Salfany Safanusa:

TABEL 4.2 Daftar Paket Umrah Reguler

Tanggal Keberangkatan	Paket	Hari	Double (Rp)	Triple (Rp)	Quad (Rp)
14 Okt 2019	Umrah Reguler	12 Hari	39 Jt	38 Jt	36,5 Jt
16 Nov 2019	Umrah Reguler	12 Hari	39,5 Jt	38 Jt	36,5 Jt
21 Des 2019	Umrah Reguler	12 Hari	41,5 Jt	39,5 Jt	37,5 Jt
17 Feb 2020	Umrah Reguler	12 Hari	39,5 Jt	38 Jt	36,5 Jt
30 Maret 2020	Umrah Reguler	12 Hari	39,5 Jt	38 Jt	36,5 Jt
23 April 2020	Umrah Ramadhan	09 Hari	45,5 Jt	43 Jt	41,5 Jt

Sumber: Dokumentasi PT. Salfany Safanusa 2019/2020

TABEL. 4.3 Daftar Paket Haji Khusus dan Umrah Plus

Tahun 2019	Dbl	Trpl	Quad	Rupiah (jumlah)
Haji Khusus	usd. 14.750	usd. 13.850	usd. 12.950	-
Umrah Plus Cairo	-	-	-	53 Juta
Umrah Plus Aqso	-	-	-	53 Juta

Sumber : Dokumentasi PT. Salfany Safanusa 2019/2020

Note :

- Jadwal dan Harga dapat berubah sewaktu-waktu dengan atau tanpa pemberitahuan terlebih dahulu
- Harga Haji Khusus tiap tahun berubah, dan untuk paket harga yang lain juga bisa berubah

c. Strategi Distribusi atau Tempat

Saluran distribusi ialah suatu yang menjembatani kegiatan produsen dan konsumen agar produk (barang atau jasa) dapat sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, setiap produsen dalam menciptakan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen hendaklah dapat mencocokkan dengan saat kapan dan di mana produk itu bisa dipakai serta oleh siapa saja produk itu diperlukan. Tempat diartikan sebagai saluran distribusi perusahaan terhadap produknya.

PT. Salfany Safanusa beralamat di kota Banjarmasin, tepat di Jalan Cempaka Besar No. 41 Kelurahan Mawar Kalimantan Selatan, pada proses pendistribusian PT. Salfany Safanusa mempunyai daftar alumni jemaah baik itu jemaah haji khusus ataupun umrah, data mengenai jemaah yang cukup lengkap, serta jemaah yang akan memang bisa ditelpon atau dihubungi oleh PT. Salfany Safanusa.

d. Strategi Promosi

Pada hal ini promosi adalah bisa dikatakan suatu yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, karena mau sebaik apapun suatu produk tidak akan diketahui oleh konsumen jika tidak ada kegiatan promosi. Oleh karena itu, suatu perusahaan tentu harus mengenalkan produknya kepada konsumen, agar dapat membangun tertariknya atau tercipta kesadaran atas produk itu, kemudian mendatangkan permintaan oleh konsumen, dan perusahaan terus berproses mengembangkan dan memelihara produk agar terus laku di pasaran.

Hal-hal tersebut tentu akan tercapai melalui kegiatan promosi, dan setiap perusahaan memiliki cara-cara promosi yang berbeda-beda, karena mereka menciptakan produk-produk yang juga berbeda dan dengan segmen pasar yang berbeda pula. Adapun dokumen-dokumen yang didapat dari PT. Salfany Safanusa, berupa brosur Haji Khusus dan Umrah, struktur organisasi, izin dari pemerintah, sertifikat ASITA dan sertifikat keanggotaan Himpun.

Pada teknik dokumentasi peneliti mendapatkan informasi bahwa di dalam brosur dijelaskan berdasarkan brosur-brosur tersebut, tentu sudah memiliki izin yang sangat jelas dan tentu pada brosur tersebut tertera logo PT. Salfany Safanusa. Pada teknik dokumentasi peneliti mendapatkan informasi bahwa di struktur organisasi PT. Salfany Safanusa dijelaskan bahwa adanya pembagian tugas yang detail.

Berikut adalah strategi promosi yang dilakukan PT. Salfany Safanusa dalam memperkenalkan produk (jasa) yang ditawarkan :

1) Citra Perusahaan

Pada hal promosi ini PT. Salfany Safanusa, membangun kerangka berpikir kepada masyarakat atau pelanggan yakni, dengan pelayanan yang memang sangat berkualitas serta apa yang diberikan kepada pengguna jasa memang sesuai dengan harapan. Hal ini pula mulai dibentuk dari penciptaan produk itu sendiri, yang boleh jadi terbilang agak mahal atau diatas rata-rata pada umumnya, akan tetapi jemaah akan memang mendapatkan kualitas pelayanan yang prima dari PT. Salfany Safanusa untuk kepuasan, dan rasa nyaman pelanggan itu sendiri. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Kebanyakan yang ikut umrah di tempat kita itu, hampir 70% alumni haji khusus atau rekomendasi dari mereka, yakni dari mulut ke mulut mereka merasa senang dengan pelayanannya, lalu mereka memberitahukan kepada keluarganya.

Pada persoalan segmen pasar apa yang dipilih oleh suatu perusahaan memang berbeda-beda, seperti halnya PT. Salfany Safanusa yang memilih segmen pasar di menengah ke atas untuk menciptakan produk yang berkualitas dalam hal pelayanan dan lain-lainnya. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Untuk segmen pasar kami menengah ke atas ya memang akan lebih fokus terhadap pelayanan, tentu jika pelayanan kita semakin bagus maka orang akan merasa nyaman dan puas, karena dalam hal ini juga kita tidak bisa mempromosikan lewat brosur atau iklan karena agak susah juga dan mungkin orang kurang percaya, tapi kalau dari orang-orang yang memang pernah merasakan kenyamanan produk PT. Salfany Safanusa maka orang akan lebih percaya dari strategi mulut ke mulut atau rekomendasi positif ini lah, ya memang sekali lagi kami memprioritaskan pelayanan yang berkualitas agar orang merasakan kenyamanan.

Kegiatan promosi yang memprioritaskan pelayanan dari PT. Salfany Safanusa dirasa sudah sangat efektif dan menjadi strategi utama yang dilakukan, terbukti dari adanya juga tokoh-tokoh masyarakat yang memang senang dengan pelayanan PT. Salfany Safanusa. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Kami tidak pernah membagi brosur di Majelis Taklim ataupun ngajak tuan guru itu sendiri secara langsung karena kebijakannya tidak seperti itu, tapi malahan beliau yang mau ke tempat kita, contohnya guru Bakhiet mulai dari tahun 2014 sudah umrah dengan kita tiap tahun, tapi itu dari Salfany tidak ada promosi, karena beliau juga sudah kemana-mana untuk memakai jasa travel lain, mungkin salahsatu jemaah beliau yang merekomendasikan untuk merasakan bersama Salfany, dan malahan pertama kali beliau bersama Salfany bukan umrah tapi *tour* (Singapura-Malaysia), setelah itu mungkin beliau juga suka yaa sidin ingin umrah lagi bersama Salfany dan alhamdulillah tiap tahun sampai sekarang, cuman tahun ini saja karena pandemi, dan alhamdulillah juga ada yang beliau 2 kali melaksanakan umrah di tahun itu, pada bulan maulud dan bulan puasa. Dan ada juga sidin dari Marabahan kai Iwad (guru), juga tiap tahun bersama kami, dan biasanya juga berangkat 2 kali pada bulan maulud dan bulan puasa, yang pertama kali mencoba sidin sorang menjadi jemaah di Salfany merasakan sendiri pada bulan puasa umrah, selanjutnya di bulan mauludnya sidin membawai jemaah sidin ikut Salfany dari Marabahan dan malahan juga beliau sendiri yang membimbing jemaah, yaa memang lebih dari mulut ke mulut, oleh karena itu

memang paling gampang untuk hal ini pian harus merasakan dulu apa bedanya di sini dan di tempat lain, walaupun kadang banyak dibilang Salfany lebih mahal, ya memang karena mahal ada yang beda, karena fasilitas, kenyamanan, serta kepastiannya.

Strategi citra perusahaan atau mulut ke mulut yang dilakukan oleh PT. Salfany Safanusa dalam segi kualitas pelayanan juga sangat berdampak positif terhadap cakupan asal daerah jemaah, yakni asal daerah jemaah tidak hanya berasal dari daerah Kalimantan Selatan saja khususnya daerah Banjarmasin, akan tetapi berasal dari daerah-daerah kota besar di Indonesia. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Kadang-kadang jemaah umrah tidak hanya dari Banjar dan biasanya sih tiap tahun pasti ada yang dari luar daerah, ada yang dari Surabaya, Makassar dan lain-lain, boleh jadi itu rekomendasi dari alumni haji khusus Salfany.

Secara keseluruhan, untuk data daerah asal jemaah tidak hanya berasal dari Kalimantan Selatan, tetapi juga berasal dari kota-kota besar di luar Kalimantan Selatan, yakni Samarinda, Palangkaraya, Surabaya, Jakarta, Yogyakarta, Semarang dan Makassar.

Strategi kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Salfany Safanusa memang faktor utama yang sangat diperhatikan oleh manajemen PT. Salfany Safanusa, agar memang kepuasan pelanggan atau keunggulan dari PT. Salfany Safanusa memang terasa untuk para pelanggannya, yang selanjutnya menciptakan

berlangganan bagi para pelanggan untuk melaksanakan ibadah umrah atau yang lainnya bersama PT. Salfany Safanusa. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Untuk keunggulan di tempat kita, yaa memang banyak orang merasa beda aja dari segi pelayanan, padahal banyak juga travel yang menawarkan fasilitas yang mewah, dan banyak juga misalkan di Jakarta yang memang dalam hal promosi lebih gencar, tapi kalau dari jemaah yang rutin ikut ke kita, di tanya “kenapa pian bebulik pulang ke Salfany?” , padahal sudah tekuliling jua sidin merasai travel lain, tapi ujar sidin “beda Salfany jer” , pelayanan kami ya memang kunci nya di “orang”, baik itu guru, muthawif, petugas di lapangan, karena untuk melayani itu, untuk fasilitas, hotel bintang 5 itu bisa sama, pesawat juga bisa sama, tapi kalau orang itu beda, maka dari itu dari manajemen kita memang harus menerapkan standar pelayanan dari Salfany yang menurut SOP tadi dan dipastikan, misal nih ada muthawif baru atau yang belum pernah ikut ke kita, tugas dari *tour leader* di lapangan membimbing dan mengarahkan dia untuk mengarahkan tugas-tugas sesuai dengan standar Salfany pada segi pelayanan, karena si *tour leader* ini sudah pasti mempunyai kompetensi, sertifikasi, sudah pelatihan, yang pasti sudah mempunyai pengalaman.

Strategi pelayanan PT. Salfany Safanusa memang tidak terlalu mengejar target untuk meningkatkan jumlah jemaah yang bisa direkrut, akan tetapi strategi pemasaran dari segi kualitas pelayanan yang tentu akan mendatangkan adanya rekomendasi positif atau mulut ke mulut, yakni tentu bertumpu kepada kepuasan pelanggan. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Kalau untuk pemasaran memang sayangnya kita tidak terlalu banyak dalam memasarkan, cara pemasarannya ya memang dengan cara yang tadi itu, karena memang jumlah jemaah bukan

jadi target utama kita, tapi kepuasan, karena dengan kepuasan mereka akan balik lagi, dan bukan hanya balik lagi, tapi balik lagi membawa kawan pemasarannya seperti itu, karena rasa itu tidak bisa diukur.

2) Iklan melalui media cetak dan pameran

PT. Salfany Safanusa juga menggunakan iklan di media cetak dan mengikuti pameran tahunan, untuk menawarkan produk PT. Salfany Safanusa. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Kami biasanya memakai iklan di koran, yakni koran *B-Post*, dan juga kalau ada pameran biasanya kami ikut juga pada tiap tahunnya di Duta Mall, untuk tahun ini tidak ada diadakan, ya mungkin memang karena ada pandemi virus *Corona*.

3) Promosi melalui media sosial

PT. Salfany Safanusa juga menggunakan iklan di media sosial untuk menawarkan produk PT. Salfany Safanusa. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo selaku penanggung jawab Direktur Operasional beliau menuturkan bahwa,

Sebab sekarang sudah zaman media sosial, maka kami juga melakukan promosi lewat *website*, *instagram*, dan juga biasanya kami dari setiap keberangkatan umrah atau haji bikin *Whatsapp Group*, jadi di sana kami bisa mempromosikan tentang Salfany kembali.

Pada bentuk promosi lain, tentu untuk para karyawan PT. Salfany Safanusa dianjurkan selalu jika ada waktu dan kesempatan untuk memasarkan produk PT. Salfany Safanusa, dan dikemas

dengan bentuk kekeluargaan saja dalam hal memasarkannya, seperti

Pabila lagi pian handak umrah wan Salfany? Jadi jemaah kembali ditawarkan jasa oleh Salfany, hal ini biasanya dilakukan juga disaat memang ada kesempatan dan waktu bertemu alumni jemaah atau lainnya.⁷³

2. Tanggapan Konsumen Pada Travel PT. Salfany Safanusa

Bagian ini menjelaskan tentang pelayanan yang berkualitas sebagai strategi utama oleh PT. Salfany Safanusa dan strategi-strategi yang lain untuk kepuasan pelanggan itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara *online via whatsapp* yang dilakukan oleh penulis dengan seorang alumni jemaah Umrah PT. Salfany Safanusa yaitu Pak Makbul. Bahwa beliau sudah melaksanakan ibadah umrah bersama PT. Salfany Safanusa baru satu kali. Dan dalam hal ini beliau mengetahui PT. Salfany Safanusa memang dari mulut ke mulut atau dari keluarga yang memang sudah berlangganan melaksanakan ibadah memakai jasa PT. Salfany Safanusa.

Pak Makbul, saat diwawancarai pada hari Senin 08 Februari 2021, menuturkan bahwa “untuk mendapatkan informasi mengenai PT. Salfany Safanusa dari keluarga yang memang setiap tahun sudah biasa umpat disana”. Hal ini juga dibenarkan oleh salahsatu alumni Jemaah PT. Salfany Safanusa yang lain, yakni Mas Ridha diwawancarai pada hari Kamis 11 Februari 2021, yang memang jasa dari PT. Salfany Safanusa ini rekomendasi positif dari

⁷³Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

orang lain dan beliau sudah pernah tiga kali melaksanakan umrah bersama PT. Salfany Safanusa, Mas Ridha menuturkan bahwa,

Alhamdulillah ulun sudah tiga kali umrah bersama Salfany, dan tahu Salfany itu dari keluarga ulun yaitu beliau tokoh Agama di kampung yang biasa memang membawa jemaah ke Salfany, beliau akrab di panggil orang tuh Kai Iwad, dan sebenarnya padahal ulun handak ai lagi umrah di tahun 2020 tadi lawan sidin jua tapi memang gagal dan tidak jadi dikarenakan pandemi *Corona*.

Adapun kesan dari Pak Makbul dan Mas Ridha mengenai pelayanan yang diberikan PT. Salfany Safanusa dibenarkan oleh beliau yakni sangat ramah, santun dan memang ketika dilapangan baik itu dari tanah air sampai ke tanah air kembali dilayani dengan sangat baik dan prima, adapun Mas Ridha menuturkan bahwa,

Kesan pelayanan dari karyawan PT. Salfany Safanusa betul dengan apa yang sudah pian sampaikan yaitu ramah, santun serta proses pelayanannya cepat, dan yang menjadi plus para karyawan akan memberikan tempat menginap atau hotel yang menjadi tempat dalam prosesi ibadah umrah tersebut dekat dengan Masjid Nabawi atau pun Al Haram yang mana tempat pusat serta sentral ibadahnya Umat Muslim, jujur selama tiga kali saya ikut travel PT. Salfany Safanusa tempat menginap atau hotel selalu dekat dengan Masjid Nabawi dan Al Haram yang mana jaraknya hanya beberapa meter artinya tuh pasti dari Salfany apa yang sudah dibayar tuh ya ibarat kata seakan kada temakan duit jemaah, berasa rugi kada, malahan dasar nyaman.

Mengenai kesesuaian harga yang telah ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa terhadap kualitas pelayanan, baik dari Pak Makbul dan Mas Ridha mereka berdua mengatakan sudah sesuai karena memang pelayanan atau fasilitas yang telah diberikan berkualitas dan prima oleh PT. Salfany Safanusa. Pak Makbul menuturkan bahwa,

Harga yang ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa memang agak mahal, tapi memang untuk pelayanan dan semuanya aku merasa terpuaskan dengan semua layanan Salfany, artinya tuh harga sesuai dengan kualitas.

Adapun Mas Ridha juga menuturkan mengenai pembimbing jemaah oleh PT. Salfany Safanusa bahwa,

Kesan dari diri ulun pribadi sangat merasa *excited* disebabkan yang membimbing dalam kegiatan dan perjalanan spiritual ibadah umrah tersebut adalah seorang ulama yang kharismatik di tambah lagi banyak ilmu dan pelajaran yang sudah beliau sampaikan, dan pengalaman waktu itu beliau tuh membawai kami makanan kewartung Asia namanya, dan beliau yang menaraktir jemaah, jadi ujar beliau tuh “handak mengambil berkah ai jua besedekah disini” dasar baik banar sidin tuh membimbing segalaan wan jemaah, tentu nya jua kita sebagai hamba yang biasa ini dapat mengambil berkat dari seorang ulama.

Strategi PT. Salfany Safanusa yang mengutamakan kualitas pelayanan terbukti dengan adanya sikap berlangganan dan komentar positif dari para alumni jemaah itu sendiri, di sisi lain penulis mewawancarai juga alumni jemaah Haji Khusus di tahun 2014, yakni Bapak H. Nooreffansyah secara tatap muka di tempat beliau Komp. Mahatama, blok Mangga Besar, Banjarmasin pada Sabtu, 20 Februari 2021, beliau menuturkan bahwa,

Salfany itu bagus karena memang mengutamakan pelayanan dari umrahnya gin dasar pina mahal pang tapi memang pelayanannya baik dan berkualitas, aku berangkat haji khusus lawan biniku ibu Hj. Faulina, dari pelayanan pokoknya kita tuh ke toilet kah atau mau kemana pasti ada satu orang paling tidak yang memang menunggu kita selesai ke toilet tadi misalkan, agar memang supaya kada tersesat, dan untuk pembimbingnya tuh yang guru Asnawi tuh sidin dari Kandangan memang benar-benar membimbing bujur-bujur mulai dari amalan-amalan, niat-niat, ketika itu dan ketika ini, pokoknya aktif banar dalam membimbing tuh dan pas sidin manasik haji pun bujur-bujur banar membimbing jadi kita tuh lakas paham”.Jadi, dari beberapa tanggapan alumni Jemaah merasa sangat puas akan layanan Salfany, dan didukung dengan orang-orang dari Salfany yang professional dan berpengalaman dalam melayani Jemaah. Hal ini tentu adanya suatu perhatian ketat untuk SOP Salfany yang diterapkan demi kenyamanan Jemaah.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penyajian data penelitian yang telah terlaksana, peneliti melakukan analisis data dengan merangkum, memilih hal-hal pokok atau juga memfokuskan kepada hal-hal yang penting. Berikut adalah analisis data yang peneliti buat terhadap “Strategi Pemasaran PT. Salfany Safanusa”, yaitu :

1. Strategi Pemasaran PT. Salfany Safanusa

Konsep pemasaran didominasi oleh bauran pemasaran. Bauran pemasaran atau *marketing mix* menurut Philip Kotler adalah seperangkat alat pemasaran dengan berorientasi pelanggan, terdiri dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol atau diawasi, digunakan oleh pemasar (produsen) untuk mencapai tujuan pemasaran atau target pasar yang dituju.⁷⁴ *Marketing mix* ialah sesuatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan suatu produk yang terdiri atas empat poin, yaitu Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat atau Distribusi (*place*), dan Promosi (*promotion*). Pada pemasaran PT. Salfany Safanusa menggunakan teori Philip Kotler untuk mencapai tujuan dan kesuksesan suatu perusahaan. Pemasaran ini meliputi yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Produk

Produk merupakan jasa atau barang yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan kesadaran, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keperluan atau keinginan. Dan tentu saja produk

⁷⁴Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Buku*, h. 8.

akan lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen, misalnya dari segi mutu, kemasan dan lain-lainnya.

Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa, adalah :

1) Umrah Reguler

Umrah reguler ialah program umrah yang seperti biasa yang dilaksanakan selama empat belas hari, pemberangkatan setiap hari dan tanggal yang telah ditentukan, untuk umrah reguler ini sudah mempunyai standar kelas yang telah ditetapkan oleh PT. Salfany Safanusa, dengan maskapai penerbangan yang sudah menjadi standar PT. Salfany Safanusa, yaitu : Garuda Indonesia.

2) Umrah Plus

Umrah plus ialah umrah yang dilakukan tidak seperti umrah biasanya namun akan ada tambahan ke negara yang memang telah ditentukan atau ditawarkan dan lebih detailnya untuk mengajak jemaah mengunjungi berbagai tempat bersejarah dalam perkembangan Islam sekaligus kita bisa mengambil hikmah dan memaknai peristiwa-peristiwa di balik tempat bersejarah tersebut.⁷⁵

3) Umrah Ramadhan

Menikmati suasana khas bulan suci Ramadhan di Tanah Suci. Berbuka puasa bersama ribuan jemaah dari berbagai

⁷⁵Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

belahan dunia di area Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, mengikuti shalat tarawih berjamaah di Masjid dan beribadah sunnah lainnya di bulan suci dan di Tanah Suci.

Persyaratan Pemberangkatan PT. Salfany Safanusa, yaitu :

a) Persyaratan

Dokumen Umrah

- Paspor Asli dengan nama 3 suku kata yang masih berlaku (1 tahun sebelum habis masa berlaku)
- Buku Vaksinasi Menginitis
- Pas Foto berwarna dengan latar belakang putih ukuran 4 x 6 sebanyak 4 lembar (80% fokus wajah)
- Foto copy Kartu Tanda Penduduk (5 lembar)
- Foto copy Kartu Keluarga (2 lembar)
- Foto copy Buku Nikah (suami-isteri) 2 lembar
- Foto copy Akte Kelahiran (anak) 2 lembar
- Pembayaran pertama USD \$ 4.000 (untuk mendapatkan No. Porsi dari Kementerian Agama) untuk Haji Khusus.

TABEL. 4.4 Daftar Harga Paket Umrah Reguler

Tanggal Keberangkatan	Paket	Hari	Double (Rp)	Triple (Rp)	Quad (Rp)
14 Okt 2019	Umrah Reguler	12 Hari	39 Jt	38 Jt	36,5 Jt
16 Nov 2019	Umrah Reguler	12 Hari	39,5 Jt	38 Jt	36,5 Jt
21 Des 2019	Umrah Reguler	12 Hari	41,5 Jt	39,5 Jt	37,5 Jt
17 Feb 2020	Umrah Reguler	12 Hari	39,5 Jt	38 Jt	36,5 Jt
30 Maret 2020	Umrah Reguler	12 Hari	39,5 Jt	38 Jt	36,5 Jt
23 April 2020	Umrah Ramadhan	09 Hari	45,5 Jt	43 Jt	41,5 Jt

Sumber: Dokumentasi PT. Salfany Safanusa 2019/2020

b) Harga tidak termasuk :

- Pembuatan baru atau perpanjangan atau perubahan data pasport
- Biaya suntik dan sertifikat vaksin
- Dam
- Pengeluaran yang bersifat pribadi lainnya

c) Harga termasuk :

- Tiket pesawat PP kelas ekonomi
- Visa umrah (visa turis atau group untuk umrah plus)
- Akomodasi hotel bintang 5 berlokasi dekat dengan Masjid Al Haram dan Masjid Nabawi
- Makan 3 kali sehari (menu Asia)

- Transfortasi Bus *Full AC* untuk ziarah dan transfer sesuai program
- Manasik
- Muthawif dan pembimbing yang berpengalaman
- *Tour Leader* profesional menemani selama perjalanan
- Asuransi perjalanan
- Air zam-zam 5 liter
- Perlengkapan (terdiri dari satu set kain ihram atau mukena, koper bagasi, koper cabin, tas paspor, tas sandal, buku panduan manasik, kalung dan kartu tanda pengenal, serta syal Salfany dan kain seragam Salfany untuk haji khusus).

Pada tentang pembiayaan atau pembayaran, PT. Salfany Safanusa memiliki rekening khusus atau telah bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri (No. Rek : 725.8361.126) dan Bank Muamalat (No. Rek : 611.0126.126) untuk membantu dalam mulusnya proses pemberangkatan jemaah dengan syarat dan ketentuan berlaku. Dengan demikian tentu tanpa memenuhi syarat-syarat keberangkatan PT. Salfany Safanusa jemaah tidak akan berangkat tanpa memenuhi syarat-syarat pemberangkatan haji dan umrah.

b. Harga

Harga merupakan unsur bauran pemasaran satu satunya yang dapat menghasilkan pendapatan penjualan, dengan arti dapat mempengaruhi

persepsi konsumen, permintaan dan penawaran serta dapat berujung pada pencapaian tujuan suatu perusahaan.

Berdasarkan harga yang ditetapkan oleh PT. Salfany Safanusa, program umrah pada dasarnya bergantung pada fasilitas dan musimnya. Dan untuk PT. Salfany Safanusa memang untuk penetapan juga dapat dikatakan bahwa berorientasi terhadap citra perusahaan dengan mengutamakan pelayanan yang berkualitas. Jadi yang membedakan tersebut adalah fasilitas yang diterima, musim, lama perjalanan dan jumlah orang (sendiri, berdua, kelompok, keluarga)⁷⁶. Dengan demikian dapat disimpulkan yang membedakan dari setiap program produk yang ditawarkan ialah :

- Fasilitas dan layanan
- Jumlah orang perkamar
- Lamanya perjalanan
- Banyaknya tujuan *request* (tambahan)
- Umrah Plus dan Umrah Ramadhan

c. Distribusi atau Tempat

Saluran distribusi ialah suatu yang menjembatani kegiatan produsen dan konsumen agar produk (barang atau jasa) dapat sampai ke tangan konsumen. Pada sektor jasa PT. Salfany Safanusa, untuk bisa mendapatkan dan meningkatkan jumlah jemaah baru atau mempertahankan jemaah yang pernah mengikuti program perjalanan

⁷⁶Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

ibadah umrah untuk penciptaan proses berlangganan terhadap PT. Salfany Safanusa.

PT. Salfany Safanusa dalam proses distribusinya telah mempersiapkan sistem dan pendukung, diantaranya :

- 1) Mempunyai daftar alumni jemaah atau calon jemaah bisa dikatakan calon jemaah yang potensial.
- 2) Data para jemaah (pekerjaan, kategori ekonomi), tentu terdiri dari nama, alamat dan nomor hp dan lain-lain.
- 3) Data jemaah yang akan ditelpon atau dikunjungi.

Adapun cara-cara distribusi yang diterapkan oleh PT. Salfany Safanusa melalui saluran distribusi pemasaran, diantaranya :

- 1) Melalui penjualan langsung untuk memasarkan produk di kantor perorangan.
- 2) Melakukan penjualan langsung dan memberikan brosur disaat calon jemaah datang ke kantor dan memang memerlukan.⁷⁷ Dengan memanfaatkan daftar alumni dan data jemaah sehingga dapat menghubungi kembali sembari untuk selalu bersilaturahmi untuk mempertahankan jemaah PT. Salfany Safanusa.

d. Promosi

Promosi adalah aktivitas untuk menginformasikan produk, mempengaruhi konsumen, untuk membeli serta membuat konsumen jadi sadar akan suatu produk. Kegiatan dalam promosi ini banyak dan

⁷⁷Wawancara dengan Bapak Doddy Sulistomo, selaku penanggung jawab Direktur Operasional, di kantor PT. Salfany Safanusa, 06 Februari 2021.

pada umumnya adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dan publisitas.⁷⁸

Setiap perusahaan tentu mempunyai cara-cara promosi yang berbeda karena mereka menciptakan produk-produk yang berbeda pula, dan dengan segmen pasar yang mereka pilih juga berbeda, dan tentu saja dari cara-cara yang mereka sudah lakukan, aktivitas promosi yang sekarang mereka lakukan, hal itulah yang mereka anggap jitu atau demi mencapai tujuan perusahaan. PT. Salfany Safanusa mempunyai cara-cara promosi tersendiri dengan melakukan penawaran produk mereka khususnya umrah dengan melakukan promosi memasang iklan di media cetak yakni koran, dan melakukan promosi melalui media sosial, dan strategi promosi yang paling utama ialah mengedepankan kualitas dan terciptalah pemasaran melalui rekomendasi positif dari mulut ke mulut, baik itu melalui keluarga, kerabat, teman dekat, tetangga ataupun orang lain yang agak jauh.

PT. Salfany Safanusa, sangat memperhatikan pada kemampuan perusahaan untuk selalu memenuhi kebutuhan jemaah, karena memang telah menjadi prioritas utama untuk menciptakan kepuasan para jemaah sehingga mereka akan secara tidak langsung berperan penting dalam hal memasarkan produk PT. Salfany Safanusa kepada pasar atau konsumen potensial dan menjadi *marketer* perusahaan.

⁷⁸Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Pemasaran* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2001), hal. 13.

Pemasaran mempunyai peran yang sangat penting, karena percuma sebegus apapun produk suatu perusahaan tersebut jika tidak dipasarkan maka akan sia-sia. Oleh sebab itu pemasaran adalah suatu yang sangat penting untuk mencapai tujuan suatu perusahaan, karena didalam proses itu berisi gambaran atau petunjuk yang jelas dan terarah tentang apa yang perlu dilakukan dalam menggunakan peluang yang ada. Pemasaran juga diperlukan untuk menentukan konsumen yang akan dituju sehingga penciptaan kepuasan yang diharapkan oleh konsumen mudah tercapai dan terkontrol terus-menerus.

Pemasaran merupakan cara atau jalan yang dimanfaatkan agar dapat menciptakan atau menawarkan produk yang sesuai dengan kemampuan perusahaan dan sesuai dengan selera sasaran pembeli yang akan dituju. PT. Salfany Safanusa sebagai perusahaan jasa, tentu ikut bersaing dengan perusahaan lainnya untuk menarik simpati calon jemaah. Dan untuk memenangkan persaingan itu PT. Salfany Safanusa mermpunyai pemasaran yang unik yaitu :

- 1) Citra kualitas pelayanan perusahaan (mulut ke mulut).
- 2) Memasang iklan di surat kabar (*B-post*).
- 3) Mengikuti *event* atau pameran tahunan di Duta Mall Banjarmasin.
- 4) Mempromosikan melalui *Website* dan media sosial seperti :
Instagram dan *WhatsApp*.

Pada bentuk promosi lain yang turut mempengaruhi keputusan konsumen lebih percaya dan nyaman untuk menggunakan jasa PT.

Salfany Safanusa adalah dari segi sarana fisik, dimana bangunan gedung atau kantor Salfany memang bersih, ditambah di depan gedung kantor terpampang jelas logo Salfany yang elegan dan desain interior tersusun rapi, sehingga bagi orang yang kali pertama masuk pun atau orang yang melihat kantor tersebut akan merasa nyaman dan tenang.

Pada segi lain adalah segi orang, dimana orang adalah semua pelaku yang memainkan jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli, yakni tentang pegawai perusahaan, dalam hal ini karyawan perusahaan Salfany memang menjunjung tinggi memiliki sikap sopan dan santun terhadap orang-orang di sekitar terlebih di saat berada di kantor Salfany, hal ini juga dirasakan oleh peneliti sendiri dari awal kali pertama datang ke kantor Salfany dan seterusnya, karyawan Salfany langsung membukakan pintu kaca kantor tanpa konsumen atau tamu sempat untuk mengetuk pintu kaca tersebut dan karyawan langsung mempersilakan duduk serta membuka dan memulai pembicaraan dilakukan oleh karyawan Salfany, oleh sebab sikap dan tindakan karyawan ini, sehingga akan sangat terasa bagi orang-orang yang mungkin kali pertama mendatangi kantor Salfany merasakan sikap hangat dan keterbukaan dari Salfany itu sendiri, sehingga tamu atau konsumen tidak merasa sungkan untuk berbincang santai dan lain-lainnya. Di sisi lain para karyawan Salfany memang berpakaian sopan dan memang memiliki baju khusus karyawan yang biasa dipakai untuk jam kerja, sehingga hal ini juga salahsatu faktor yang penting dan

mempengaruhi persepsi pembeli, terutama dalam hal membangun kepercayaan terhadap konsumen.

Pada pembahasan mengenai unsur-unsur strategi pemasaran meliputi STP (*segmenting, targeting, and positioning*), dapat disimpulkan sebagai berikut :

- *Segmenting*

PT. Salfany Safanusa telah mengidentifikasi pasar, sehingga dapat membagi dan melihat peluang dengan melakukan segmentasi pasar atau membentuk kelompok pasar yang akan menjadi target potensial.

PT. Salfany Safanusa telah membagi pasar dari yang telah diidentifikasi pasar berdasarkan dari pendapatan (ekonomi), yakni menengah ke bawah dan menengah ke atas.

- *Targeting*

Setelah segmen pasar telah ditetapkan, PT. Salfany Safanusa telah memilih target terhadap calon konsumen potensial berdasarkan pendapatan menengah ke atas, sebab dari survei yang telah dilakukan secara mandiri oleh pihak Salfany menyimpulkan bahwa sudah begitu banyak travel-travel jasa ibadah Haji dan Umrah yang bermain di segmen pasar berdasarkan pendapatan menengah ke bawah, dengan memilih target pasar berdasarkan pendapatan menengah ke atas PT. Salfany Safanusa telah siap prima dalam hal penciptaan produk layanan yang berkualitas

dengan biaya yang telah disesuaikan, walaupun itu terbilang agak di atas rata-rata. Jadi dengan memilih target pasar tersebut PT. Salfany Safanusa yakin dapat kompetitif dalam hal pelayanan yang berkualitas.

- *Positioning*

Pada proses ini strategi pemasaran yang bertujuan menciptakan persepsi yang positif di otak calon konsumen, atau para pelanggan dapat memandang keunikan atau perbedaan sebuah produk dari PT. Salfany Safanusa akan para pesaing atau kompetitor.

Setelah melalui dua tahapan yang dijelaskan di atas, maka PT. Salfany Safanusa telah dapat penilaian positif dari calon konsumen, ataupun alumni, yakni “Ada Kualitas Ada Harga Produk” , dengan adanya target pasar yang telah ditetapkan, terlebih memang dari segi harga produk terbilang agak di atas rata-rata, akan tetapi para calon konsumen, lebih-lebih para alumni tidak terasa terganggu akan hal itu, karena mereka sudah paham akan hal itu, bahwa produk yang ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa memang berkualitas dan sesuai dengan harga yang telah ditetapkan, dan dari para alumni juga merespon positif atas kenyamanan dan kepuasan dengan layanan produk PT. Salfany Safanusa.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Proses Pemasaran PT.

Salfany Safanusa

Pada kegiatan menjalankan suatu usaha, tentunya setiap produsen menginginkan tercapainya tujuan. PT. Salfany Safanusa merupakan perusahaan di bidang produk jasa, tentu mempunyai tujuan untuk memajukan perusahaan dan menjual produk-produk yang telah ditawarkan. Hal ini diperlukan suatu cara atau aktivitas untuk dapat memperkenalkan atau membuat oara masyarakat atau calon konsumen potensial menjadi sadar akan suatu produk yang ditawarkan, tentu dengan cara strategi promosi.

Pada menjalankan aktivitas pemasaran tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang bisa mendukung kelancaran proses pemasaran, namun tentu sebaliknya juga ada faktor penghambat kelancaran proses pemasaran. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat aktivitas pemasaran, maka dalam hal ini penulis menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, and Threat*), yakni Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.⁷⁹

Pada penjelasan diatas untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat, suatu perusahaan dapat diketahui dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk PT. Salfany Safanusa.

⁷⁹Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membenah Kasus Bisnis* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), hal.19.

a. Faktor Pendukung

1) Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki oleh PT. Salfany Safanusa adalah terletak pada citra perusahaan yang memang sangat mementingkan kualitas pelayanan, dan itu juga sudah menjadi bukti kekuatan yang sangat penting karena dari setiap jemaah akan mendapatkan kepuasan dari setiap produk yang telah ditawarkan oleh PT. Salfany Safanusa, dan dalam konsep pembayaran atau pelunasan PT. Salfany Safanusa memiliki solusi yang dapat memudahkan orang lain atau calon jemaah yang ingin melaksanakan ibadah umrah, dalam artian dari paket yang telah ditawarkan melaksanakan ibadah umrah tidak harus melakukan pembayaran cash, namun ada solusi yakni sisa harga paket bisa diangsur dan harus sudah lunas 3 minggu sebelum pemberangkatan.

Pada saat ini juga memang strategi pemasaran yang sedang selalu gencar dilakukan oleh banyak perusahaan dan termasuk PT. Salfany Safanusa yaitu berpromosi lewat *online* melalui media sosial dan website seperti yang telah dijelaskan di bagian atas. Oleh sebab adanya media sosial dan website, melalui hal ini juga maka PT. Salfany Safanusa akan lebih mudah menjangkau calon konsumen secara heterogen. Dan dalam hal ini juga di media sosial dan website tersebut akan memberikan

lebih jelas terhadap PT. Salfany Safanusa, serta juga berisi informasi mengenai produk, harga, layanan dan fasilitas, testimoni, alamat, dan sebagainya. Dan dari faktor-faktor yang telah disebutkan diatas, ada faktor yang memang mempengaruhi berkembangnya PT. Salfany Safanusa, yakni :

- Kualitas pelayanan yang ramah, baik dan *friendly*.
- Travel yang sudah berpengalaman lebih dari 20 tahun.
- Lokasi yang strategis yang terletak dipinggir jalan yang cukup padat pengguna jalan tersebut.
- Mempunyai sistem untuk memakai baju karyawan khusus Salfany demi keserasian dan kesopanan demi melayani tamu atau calon jemaah.
- Fasilitas ruangan atau pengaturan interior kantor yang menarik dan memadai.
- Operasional perusahaan didukung oleh peralatan dan sistem komunikasi yang canggih.
- Fasilitas yang cukup lengkap untuk kepentingan pekerjaan.
- Mempercepat dan mempermudah produktivitas (layanan maupun proses) dari karyawan.
- Travel yang terkenal dengan citra baik dan juga di terkenal di Wilayah Kalimantan Selatan.

- Memiliki kerjasama dengan hotel yang memiliki fasilitas berstandar Salfany yang memadai dan juga untuk kepastian hotel, demi kepuasan jemaah.

2) Peluang

Situasi yang menjadi peluang dan dapat memberikan perkembangan bagi PT. Salfany Safanusa di masa depan adalah adalah pasar yang terus berkembang. Pada topik ini, dari pasar yang ada khususnya di wilayah Banjarmasin, Kalimantan Selatan, kita tahu penduduk yang memang mayoritas Muslim dan mempunyai *mindset* yang memang lebih baik kita berangkat Haji atau Umrah dulu baru berangkat ke tempat lain, dalam artian tingkat keinginan para Muslim di daerah Banjarmasin, Kalimantan Selatan itu tinggi sehingga ini menjadi peluang besar untuk PT. Salfany Safanusa untuk menawarkan lebih luas lagi akan produk-produknya. Pada pembicaraan ini maka akan kita lihat dari perkembangan jumlah jemaah dari kurun lima tahun terakhir di PT. Salfany Safanusa. Perkembangan jumlah jemaah PT. Salfany Safanusa jumlah jemaah umrah dan haji khusus dalam kurun lima tahun terakhir :

TABEL. 4.5 Perkembangan Jumlah Jemaah Haji dan Umrah

Tahun	Jemaah Umrah	Jemaah Haji Khusus
2016	330 Orang	44 Orang
2017	381 Orang	47 Orang
2018	242 Orang	42 Orang
2019	227 Orang	66 Orang
2020	39 Orang	-

Sumber : Dokumentasi Data Arsip PT. Salfany Safanusa

Tabel di atas, menjelaskan bahwa untuk jemaah umrah tahun 2016-2017 mengalami pertumbuhan jemaah, namun kemudian pada tahun 2017-2020 mengalami penurunan secara signifikan, adapun untuk jemaah haji khusus tahun 2016-2018 mengalami turun-naik-turun, namun kemudian tahun 2019 mengalami pertumbuhan jumlah jemaah, untuk tahun 2020 tidak ada jemaah haji khusus yang berangkat diakibatkan pandemi *Virus Corona* atau *Covid-19*.

Secara keseluruhan, untuk data daerah asal jemaah tidak hanya berasal dari Kalimantan Selatan, tetapi juga berasal dari kota-kota besar di luar Kalimantan Selatan, yakni Samarinda, Palangkaraya, Surabaya, Jakarta, Yogyakarta, Semarang dan Makassar. Pada hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Salfany memang berkualitas dan para jemaah puas dengan layanan yang telah diberikan, terbukti dengan adanya juga kekuatan dari *word of mouth* (mulut ke mulut), atau

rekomendasi positif tentang Salfany dari para alumni jemaah baik itu kepada keluarga atau kepada calon jemaah yang potensial, karena kita juga tahu bahwa di beberapa kota besar tersebut, ada travel-travel besar dan ternama yang juga melayani jasa memberangkatkan ibadah umrah ataupun haji khusus. Dan dalam hal ini juga mengindikasikan kepada PT. Salfany Safanusa untuk tetap terus memaksimalkan dan meningkatkan aktivitas pemasaran baik itu sosialisasi, program atau layanan itu sendiri demi memenangkan persaingan dan merekrut calon jemaah haji maupun umrah.

b. Faktor Penghambat

1) Kelemahan

Kelemahan yang dimiliki PT. Salfany Safanusa saat ini adalah produk yang boleh jadi tidak dapat dibedakan dengan produk travel lain, karena memang sama-sama menawarkan jasa perjalanan ibadah haji dan umrah.

2) Ancaman

Ancaman tentu datang dari luar dan dapat mengancam eksistensi perusahaan di masa depan. Ancaman yang dimiliki PT. Salfany Safanusa saat ini, adalah kompetitor di area yang sama, persaingan harga dengan kompetitor, dan juga mengeluarkan produk jasa baru yang inovatif dan variatif, dan menjadi penghambat sekaligus menjadi tantangan berat yakni

adalah adanya pandemi *Covid-19*. Tentu harus ada solusi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada sekaligus mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Dan lebih baiknya kekuatan yang tidak tergambarkan dengan baik harus dimunculkan kekuatan itu, dan kelemahan dari perusahaan harus ditekan agar tidak menjadi kendala yang signifikan, maka dapat dihasilkan arahan sebagai berikut :

- Kesamaan produk layanan PT. Salfany Safanusa dengan produk travel lain, karena memang sama menawarkan produk jasa perjalanan ibadah haji dan umrah, lebih lagi wisata muslim, dan lain-lainnya, tentu dapat diatasi dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan prima, sehingga memang akan menciptakan kenyamanan dan kepuasan pelanggan, terlebih pelayanan kepada pelanggan yang datang langsung ke kantor PT. Salfany Safanusa. Dan untuk mengatasi perbedaan harga yang agak mahal dapat diatasi dengan selalu memberikan fasilitas terbaik dan sesuai dengan harga yang telah ditetapkan kepada pelanggan
- Adanya travel-travel lain yang boleh jadi tidak memiliki izin di Banjarmasin tetapi memakai izin di luar kota, akan tetapi mencari jemaah di Banjarmasin dan sekitarnya,

karena memang melihat peluang pasar yang sangat besar, dan dengan adanya beberapa kasus travel bodong atau penipuan, maka hal ini juga akan berpengaruh terhadap citra baik travel-travel di Banjarmasin, khususnya PT. Salfany Safanusa akibat ulah dari oknum-oknum yang tidak bertanggungjawab. Dan tentu hal ini bisa tetap diatasi dengan pelayanan yang memang berkualitas dan prima, agar hal ini juga menjadi strategi utama terciptanya kepercayaan masyarakat ataupun konsumen.

- Pandemi *Covid-19* memang telah menjadi kasus yang sangat berdampak ke seluruh dunia, baik dari segi ekonomi, pendidikan, pariwisata, dan tentu juga ibadah, oleh karena itu PT. Salfany Safanusa juga juga terdampak akan hal ini, karena adanya kebijakan dari pemerintah Indonesia ataupun Saudi Arabia yang memang sangat ketat mengenai ibadah haji dan umrah pada masa sekarang ini, terlebih memutus penyebaran *Covid-19* , dan ini sekaligus juga menjadi tantangan bagi PT. Salfany Safanusa yang mengharuskan perusahaan siap mencari solusi terbaik atas kebijakan-kebijakan baru yang akan ditetapkan oleh Pemerintah yang berkaitan, baik itu dari segi transportasi, akomodasi, harga, fasilitas, kesehatan, pelayanan dan lain-lain, hal ini tentu agar citra kualitas pelayanan terbaik yang telah melekat

pada PT. Salfany Safanusa tetap selalu bertahan. Dengan demikian faktor pendukung pada PT. Salfany Safanusa adalah kualitas pelayanan yang baik dan travel yang sudah berpengalaman lebih dari 20 tahun, sedangkan faktor penghambat yaitu travel yang masih belum maksimal dan gesit akan strategi promosi, dan banyaknya travel yang menawarkan atau menjual dengan kualitas harga yang lebih rendah.