

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang penduduknya menganut berbagai macam agama dan kepercayaan. Salah satunya adalah agama islam yang merupakan salah satu agama terbesar di Indonesia. Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya muslim dengan 87,2% dari 275 juta penduduk tahun 2022. Dalam dua dekade terakhir, penduduk muslim di Indonesia tumbuh dan berkembang sebagai kelas menengah di bidang ekonomi. Ekonomi Komunitas muslim Indonesia telah tumbuh dengan kuat yang mana ini memberikan ekspresi religiusitas yang semakin berkembang. Dengan naiknya minat dan kesadaran terhadap produk halal, termasuk makanan dan kegiatan pariwisata telah menciptakan gambaran religiusitas masyarakat Indonesia pada periode kontemporer ini. Fenomena ini memiliki keterkaitan dengan keberangkatan jemaah haji maupun umrah dari Indonesia yang selalu bertambah dari tahun ke tahun.¹

Ibadah haji merupakan ibadah yang wajib dikerjakan oleh orang yang mampu serta berkecukupan dan hanya dilaksanakan satu kali dalam satu tahun pada bulan Zulhijjah. Berbeda halnya dengan ibadah umrah, ibadah umrah bisa

¹ Pitaya, Ghifari Yuristiadhi Masyhari Makhasi, dan Mohd Hafiz Hanafiah, "Not Only About Price but Also Lifestyle: Recent Phenomena of Backpacker Umrah in Indonesia," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 12, no. 1 (2021). h. 77.

dilakukan tanpa harus berpatok pada bulan, ibadah ini dapat dikerjakan kapan saja sesuai jadwal yang sudah ditentukan oleh pihak terkait tanpa ada batasan waktu tertentu. Pemerintah Indonesia menerapkan sistem jangka waktu bagi semua jemaah haji, maka dari itu Mayoritas masyarakat muslim biasanya melaksanakan ibadah umrah terlebih dahulu sebelum melaksanakan haji. Ibadah umrah dapat dilaksanakan kapan saja sesuai jadwal yang sudah ditetapkan oleh pihak terkait seperti biro perjalanan yang bergerak di bidang haji dan umrah.

Ibadah umrah memiliki dua hukum yaitu wajib dan sunah. Hukumnya wajib yaitu ketika umrah baru pertama kali dikerjakan dengan kata lain *Umrah Al-Islam* dan umrah karena ada nazar. Sedangkan sunah adalah ketika umrah dikerjakan lebih dari satu kali dan bukan sebuah nazar.² Ibadah umrah sering juga disebut dengan "*Haji kecil*" karena semua rukun yang dilaksanakan pada haji sama dengan umrah hanya saja yang membedakan haji dengan umrah adalah Wukuf di padang Arafah pada tanggal 9 Dzulhijjah sebagai puncak pelaksanaan ibadah haji itu sendiri. Selain ibadah haji yang wajib bagi yang mampu dan berkecukupan, ibadah umrah pun wajib dilaksanakan, karena dalam Al Qur'an Allah Swt. berfirman dalam potongan Q.S. Al Baqarah ayat 196 berikut ini :

² Johari dan Johar Arifin, *Tuntunan Manasik Haji dan Umrah : Menuju Kesempurnaan Ibadah Sesuai Sunnah Rasulullah Saw*, ed. Maulana Aenul Yaqin (Yogyakarta: Cv. Istana Agency, 2019). h. 03.

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ ١٩٦

“Dan Sempurnakanlah Ibadah haji dan umrah karena Allah,”³

Haji dan umrah adalah sebuah kegiatan rohani yang di dalamnya terdapat makna pengorbanan, ungkapan rasa syukur, berbuat kebajikan dengan kerelaan hati, melaksanakan perintah Allah, dan mewujudkan silaturahmi besar dengan umat Islam lainnya yang ada di seluruh dunia.⁴ Maka dari itu, Allah menyeru kepada umat Islam yang mampu untuk melaksanakan ibadah haji maupun umrah.

Ibadah umrah selalu dilaksanakan dari tahun ke tahun, tetapi beberapa tahun terakhir keberangkatan ke tanah suci tertunda karena terdapat virus yang menyebar secara luas sehingga mengakibatkan segala kegiatan terhambat, tidak terkecuali penyelenggaraan ibadah haji dan umrah. Virus ini menyebar pada tahun 2019 dan pada awal tahun 2022 baru virus ini bisa diminimalisir dan bisa dihentikan walaupun keberadaannya masih membahayakan. Melihat semakin membaiknya situasi dan keadaan pandemi virus ini, pemerintah mulai melakukan pelonggaran aktivitas masyarakat sebagai transisi atau perpindahan dari pandemi ke endemi.⁵ Karena berkurangnya kasus pandemi global khususnya Indonesia, berbagai macam kegiatan yang sempat ditutup akhirnya

³ Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2015). h. 30.

⁴ Muhammad Noor, “Haji dan Umrah,” *Jurnal Humaniora dan Teknologi* 4, no. 1 (2018): h. 38.

⁵ Rokom, “Pelonggaran Masker Diberlakukan, Menkes : Vaksinasi Booster Tetap Dilanjutkan,” *Sehat Negeriku*, last modified 2022, <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/umum/20220529/1239993/pelonggaran-masker-diberlakukan-menkes-vaksinasi-boostertetap-dilanjutkan/>.

dibuka kembali seperti contohnya ibadah umrah. Berbicara masalah umrah tentunya akan terkait dengan instansi yang melaksanakannya seperti biro perjalanan atau agen-agen travel umrah.

Setelah pandemi berlangsung, 60 persen agen-agen biro perjalanan menutup sementara usaha travelnya karena kesulitan dalam mengembangkan usahanya.⁶ Pada awal tahun 2022, karena penurunan kasus pandemi yang signifikan pemerintah Indonesia memberikan kabar gembira kepada agen-agen travel dengan membuka kembali keberangkatan untuk ke tanah suci, sehingga agen-agen biro perjalanan umrah bisa membuka kembali biro perjalanannya. Menurut data PPIU di Indonesia terhitung data agen-agen biro perjalanan haji dan umrah di Indonesia mencapai 1800 lebih perusahaan.⁷ Jika semua atau sebagian besar buka kembali apalagi ditambah dengan kondisi sekarang, ini merupakan waktu yang tepat untuk mempromosikan kembali biro perjalanan haji dan umrah. Kondisi ini merupakan kesempatan yang baik, hal ini akan membuat terjadinya perebutan dan persaingan pasar yang sangat ketat untuk memenangkan persaingan pasar tersebut. Siapa yang lebih dulu dapat mempromosikan travelnya dengan baik maka travel itulah yang akan dikenal orang banyak.

⁶ Saskia Rahma Nindita Putri, "60 Persen Biro Travel Haji dan Umrah Terancam Bangkrut," *Muslim.okezone.com*, last modified 2020, diakses Januari 20, 2023, <https://muslim.okezone.com/read/2020/07/30/614/2254736/60-persen-biro-travel-haji-dan-umrah-terancam-bangkrut>.

⁷ Kemenag, "Data PPIU," *siskopatuh*, last modified 2020, diakses Januari 30, 2023, <https://umrahcerdas.kemenag.go.id/home/travel>.

Terlepas dari persaingan pasar yang sangat ketat di Indonesia, persaingan dalam mempromosikan biro perjalanan haji dan umrah juga terjadi di cabang-cabang biro perjalanan seperti di Kalimantan selatan. Menurut data Kementerian agama (Kemenag) bidang Penyelenggara Haji dan Umrah (PHU) Kalimantan selatan, biro perjalanan haji yang terdaftar berjumlah 35 PPIU dan 21 PIHK yang mempunyai izin resmi.⁸ Data ini merupakan bukti bahwa persaingan yang ketat juga terjadi di Kalimantan Selatan karena mengingat Kalimantan Selatan salah satu provinsi yang memberangkatkan ribuan jemaah untuk melaksanakan ibadah umrah.⁹

Peneliti mengambil PT Ameera Mekkah cabang Kalimantan Selatan sebagai lokasi penelitian karena berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan, pada saat sebelum pandemi Covid-19 melanda travel ini baru membuka cabang baru di Kalimantan Selatan. Setelah beberapa bulan beroperasi pada tahun 2020 terjadilah pandemi yang membuat PT Ameera Mekkah tidak bisa beroperasi dan terpaksa tutup sementara karena tidak ada izin untuk berangkat ke tanah suci dari pemerintah dan aturan-aturan yang berlaku. Selama hampir dua tahun tidak beroperasi, pada akhir tahun 2021 ada kabar gembira untuk travel karena kelonggaran peraturan kesehatan dan himbauan dari pemerintah bahwa pandemi menurun secara signifikan.

⁸ Rajudin, "Bidang PHU Rilis Update Data Travel Penyelenggara Umrah dan Haji Khusus," *kalsel.kemenag.go.id*, last modified 2020, <https://kalsel.kemenag.go.id/berita/538628/Bidang-PHU-Rilis-Update-Data-Travel-Penyelenggara-Umrah-dan-Haji-Khusus>.

⁹ Sukarli, "Keberangkatan umrah di Kalsel hampir mencapai 3 ribu jemaah," *antaranews.com*, last modified 2022, <https://kalsel.antaranews.com/berita/319757/keberangkatan-umrah-di-kalsel-hampir-mencapai-3-ribu-jemaah>.

Mendengar kabar itu PT Ameera Mekkah mulai membuka kembali travelnya meski pada saat itu hanya sedikit yang mendaftar karena masih banyak yang takut untuk melakukan aktivitas di ruangan.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti dapatkan, PT Ameera Mekkah memanfaatkan kondisi setelah pandemi ini untuk mempromosikan travelnya dengan berbagai cara seperti iklan di media sosial, iklan di jalanan dan lain-lain seperti travel pada umumnya. Terlepas dari cara biasa yang travel gunakan dalam promosi, PT Ameera Mekkah juga menciptakan terobosan terbaru yang mungkin tidak terpikir oleh travel lain yaitu dengan mengadakan seminar-seminar, membagikan brosur di majelis-majelis, membangun agen-agen baru atau yang mereka beri nama tim penyiar Baitullah, serta yang lebih unik lagi yaitu kerjasama dengan toko atau tempat jualan seperti bekerja sama dengan angkringan yang umumnya dikenal sebagai tongkrongan semua kalangan dari anak muda sampai dewasa. Menurut data awal yang peneliti peroleh dari Ibu Hj. Masyrufah selaku salah satu tim pemasaran bahwa dari promosi yang dilakukan PT Ameera Mekkah telah berhasil memberangkatkan jemaah umrah dengan beberapa kali keberangkatan. Ada kurang lebih empat kali keberangkatan umrah setelah kasus pandemi menurun di tahun 2022 yaitu pada bulan Januari memberangkatkan kurang lebih 90 orang jemaah, bulan Maret memberangkatkan kurang lebih 52 jemaah, November memberangkatkan kurang lebih 41 jemaah, dan Desember memberangkatkan

kurang lebih 20 jemaah. Adapun batas kuota keberangkatan jemaah yang peneliti dapatkan adalah sekitar 40 orang atau 1 buah mobil bus travel.¹⁰

Dengan adanya promosi yang terbilang unik dan banyak jemaah yang tertarik pada PT Ameera Mekkah padahal mengingat travel ini merupakan travel baru. Peneliti tertarik untuk lebih dalam membahas bagaimana strategi promosi dan elemen bauran promosi mana yang dinilai efektif dalam menarik minat jemaah umrah di PT Ameera Mekkah Travel. Berdasarkan data yang telah dibahas, sehingga peneliti mengangkat Judul “**Strategi Promosi PT Ameera Mekkah Travel Dalam Menarik Minat Jemaah Umrah Tahun 2022**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi PT. Ameera Mekkah dalam menarik minat calon jemaah umrah ?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat promosi PT. Ameera Mekkah untuk merekrut calon jemaah umrah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang peneliti kemukakan sebelumnya, maka peneliti ingin mencapai beberapa tujuan, yaitu untuk mengetahui :

¹⁰ Wawancara awal dengan Masyrufah, Tim Pemasaran PT Ameera Mekkah Travel cabang Kalimantan Selatan, 18 Januari 2023.

1. Strategi promosi PT. Ameera Mekkah dalam menarik minat jemaah untuk melaksanakan ibadah umrah.
2. Faktor pendukung dan penghambat promosi PT. Ameera Mekkah untuk menarik minat jemaah umrah.

D. Signifikansi Penulisan

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan semoga berguna dan bermanfaat bagi banyak orang, yaitu :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi yang membaca penelitian ini serta dapat dijadikan khazanah keilmuan dalam bidang promosi travel nantinya.
2. Secara akademis, penelitian ini dapat memperkaya referensi tentang strategi promosi di tengah persaingan ketat travel yang hampir semua biro perjalanan sudah beroperasi.
3. Secara praktis, memberikan kontribusi keilmuan baik itu dari manajemen haji dan umrah pada umumnya maupun dari penelitian ini khususnya.

E. Definisi Operasional

Disini Peneliti akan menjelaskan beberapa istilah dari pada penelitian ini, agar tidak ada kesalahpahaman dan agar penelitian ini makin jelas.

1. Strategi Promosi

Promosi adalah kegiatan komunikasi dalam menjual produk atau jasa yang dilakukan suatu perusahaan dan ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan agar produk atau jasa yang dibuat perusahaan dikenal oleh masyarakat dan dapat mempengaruhi masyarakat agar tertarik membeli dan memakai produk atau jasa yang ditawarkan.¹¹ Promosi akan berhasil jika perusahaan dapat merencanakan strategi promosi yang tepat dan menarik. Strategi promosi merupakan suatu langkah atau konsep yang ditempuh oleh seorang atasan perusahaan dalam memasarkan produk usahanya. Promosi digunakan untuk menginformasikan mengenai produk dan membujuk para konsumen di pasar sasaran sebuah perusahaan dengan memberikan informasi yang bersifat terbuka agar khalayak menjadi tahu mengenai apa yang dihasilkan atau ditawarkan oleh lembaga ke pasarnya, dengan sifatnya yang terbuka.¹²

Dari istilah di atas, peneliti membatasi atau mengoperasionalkan strategi promosi seperti komunikasi yang dilakukan oleh dua belah pihak dalam menarik calon jemaah agar tujuan sebelumnya tercapai menggunakan elemen-elemen bauran promosi yaitu periklanan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), hubungan masyarakat dan publisitas,

¹¹ M. Rivai, Amrin Fauzi, dan Beby Karina Fawzee Sembaring, "Promotion Mix Strategy on Customer Saving Decision at PT Bank X Medan Imam Bonjol Branch," *International Journal of Research and Review* 8, no. 2 (2021): h. 389.

¹² Eko Retno Wulandari, "Strategi Promosi E-Journal Untuk Generasi-Z Di Perpustakaan Universitas Padjadjaran," *Khazanah Al-hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan* 8, no. 1 (2022): h. 12–13.

promosi penjualan (*Sales Promotion*), informasi dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*), *direct marketing* (pemasaran langsung), dan *internet media*.

2. PT Ameera Mekkah Travel

Biro perjalanan haji dan umrah atau travel haji dan umrah adalah suatu badan usaha penyedia layanan yang memberikan pelayanan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan dunia perjalanan ibadah haji dan umrah. Biro perjalanan haji dan umrah biasanya mempunyai paket perjalanan baik untuk umroh maupun haji plus yang mana harganya sesuai dari masing-masing biro perjalanan.

Biro perjalanan haji dan umrah yang di maksud dalam penelitian ini adalah Biro perjalanan haji dan umrah PT. Ameera Mekkah Travel. PT Ameera Mekkah memiliki kantor pusat di Jalan Gagak Hitam No. 112 Ringroad, Medan Sunggal, Sumatera Utara, Indonesia dan memiliki banyak cabang di seluruh Indonesia, salah satunya di Kalimantan Selatan yaitu di Pasar Sekumpul, Jalan Menteri Empat, Cindai Alus, Kec. Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan 70714. PT Ameera Mekkah mempunyai tempat yang cukup strategis karena berada di lingkungan yang penduduknya kental dengan ilmu agama islam.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Apriliani Kartika Efendi, Strategi Promosi Produk Biro Perjalanan Haji dan Umroh melalui media Website dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Tahun 2019	Sama-sama membahas tentang strategi promosi di biro perjalanan Haji dan Umroh	Penelitian ini memiliki fokus promosi melalui media Website yang dibuat oleh biro perjalanan haji dan umrah subjek penelitian peneliti tersebut, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu meneliti bagaimana promosi dilakukan biro perjalanan haji dan umrah dalam menarik kembali minat
2.	M. Nova Herisandi, Strategi Promosi Paket Ibadah Umroh Ramadhan di An Naja Haji Umroh Yogyakarta tahun 2017	Sama-sama membahas tentang strategi promosi	Penelitian ini memiliki fokus kepada promosi harga paket ibadah umrah yang disediakan oleh biro perjalanan haji dan umrah khusus pada bulan Ramadhan, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada Strategi promosi Biro perjalanan haji dan umrah dalam menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan diri pada biro perjalanan secara umum.
3.	Rabiatul Adawiyah, Strategi Promosi Taman Pendidikan Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin Tahun 2020	Sama-sama membahas tentang strategi promosi	Penelitian ini memiliki fokus kepada strategi promosi untuk lembaga taman pendidikan, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu tentang strategi promosi biro perjalanan haji dan umrah.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima BAB dan untuk memberikan gambaran yang jelas, dan disusun secara sistematis. Sistem penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I merupakan Pendahuluan, berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah/fokus penelitian, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional/istilah, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan kajian teori yang memuat permasalahan yang diangkat oleh peneliti, teori-teori, dan kerangka pikir dalam penelitian ini.

BAB III merupakan metode penelitian yang digunakan yaitu membahas terkait tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi, data dan sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data, sesuai dengan data yang didapat oleh peneliti kemudian menyusunnya secara sistematis.

BAB IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian, memaparkan hasil dari penelitian yang didapat oleh peneliti.

BAB V merupakan penutup yaitu kesimpulan dan rekomendasi untuk penelitian.