

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan

a. Profil PT. SAMIRA ALI WISATA

PT. SAMIRA ALI WISATA, yang didirikan oleh Ustadz H. Fauzi Wahyu Muntoro pada tanggal 24 Agustus 2016, telah secara resmi terdaftar di Kementerian Agama Republik Indonesia dengan izin PPIU nomor 137 tahun 2020 di bawah nama PT. SAMIRA ALI WISATA.

PT. SAMIRA ALI WISATA memiliki latar belakang yang berawal dari pengalaman Ustadz H. Fauzi sebagai pendamping jemaah di sebuah travel, di mana dia merasa tidak setuju dengan sistem multi level *marketing* yang digunakan oleh travel tersebut karena dinilai sangat mahal. Sebagai tanggapan, Ustad H. Fauzi Wahyu Muntoro kemudian mendirikan Dini Group Indonesia, yang kemudian berganti nama menjadi PT. SAMIRA ALI WISATA. Pada tahun 2017-2018, PT. SAMIRA ALI WISATA menghadapi tantangan besar dalam meyakinkan calon jemaah untuk bergabung, terutama karena masalah yang dihadapi oleh beberapa travel besar yang tidak memberangkatkan jemaahnya akibat penipuan atau faktor lainnya.

Saat itu, PT. SAMIRA ALI WISATA baru saja memasuki industri biro perjalanan umrah, sehingga mereka memutuskan untuk bermitra dengan Amitra Syariah. Kemitraan ini membantu meningkatkan kepercayaan calon jemaah karena sistem pembayaran setelah umrah dianggap lebih aman. Amitra Syariah sendiri telah diakui dengan izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Keberhasilan kerjasama ini membuat PT. SAMIRA ALI WISATA semakin diminati oleh lembaga keuangan syariah lainnya, yang melihat kemitraan mereka dengan Amitra Syariah sebagai keunggulan eksklusif yang menjadikan mereka nomor satu di bidangnya saat ini.

PT. SAMIRA ALI WISATA telah mengembangkan jaringan kantor cabangnya ke hampir seluruh penjuru Indonesia, termasuk salah satunya di Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Ibu Hasriani Safitri memimpin cabang ini. Kantor cabang di Banjarbaru terletak strategis di Jl. Citra Megah Raya II, Guntung Payung, Kecamatan Landasan Ulin, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Sementara kantor pusat PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel berada di jalan Malaka Merah No. 7/6, RT 10, RW 01, Pondok Kopi, Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, daerah khusus Ibukota Jakarta. Perusahaan ini berfokus sebagai biro perjalanan umrah, yang mengutamakan pelayanan terbaik untuk para jemaah umrah dari proses registrasi, pengurusan berkas, pemberangkatan, pelaksanaan ibadah umrah, hingga kepulangan ke tempat asal.

Prioritas utama PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel adalah menjamin kenyamanan jemaah dalam menjalankan ibadah mereka. PT. SAMIRA ALI WISATA menyediakan berbagai fasilitas untuk memastikan kenyamanan tersebut, termasuk sesi manasik yang diadakan dua Minggu sebelum embarkasi, serta akomodasi hotel bintang empat dan lima. Selain itu, untuk memudahkan jemaah, PT. SAMIRA ALI WISATA mengatur agar koper jemaah diserahkan langsung ke kamar hotel mereka saat kedatangan di bandara, yang ditangani oleh petugas handling yang siap membantu selama 24 jam. Kerja sama dengan muthawif dilakukan secara kontrak, memungkinkan jemaah untuk melakukan thawaf berkali-kali sesuai keinginan mereka. Menu kuliner yang disajikan di hotel juga mengutamakan kualitas, bukan makanan katering dengan sistem nomor antrian.

b. Visi dan Misi PT. SAMIRA ALI WISATA

1) Visi

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel mempunyai visi menjadi travel Umrah terdepan yang memberikan kenyamanan dan keamanan dalam beribadah. Bentuk Kenyamanan dari PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Perjalanan itulah yang mereka berikan pelayanan maksimal jemaah dan juga menyediakan fasilitas yang baik. Bentuk dari Keamanan jemaah adalah kepastian keberangkatan bagi jemaah dan keamanan saat menunaikan umrah di tanah suci.

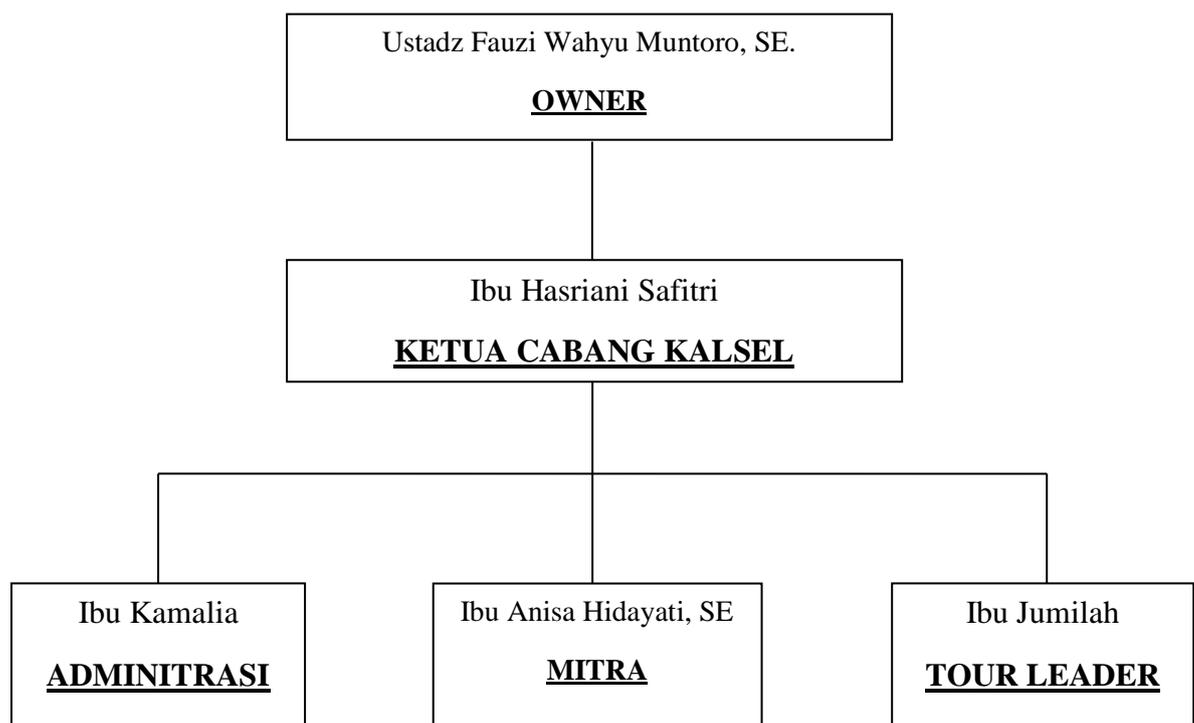
2) Misi

PT. SAMIRA ALI WISATA Dalam mewujudkan visinya, mengemban amanah jemaah mempunyai misi atau tahapan untuk mencapai visi ini. Misi PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel yaitu pertama, mengajak dan mengedukasi masyarakat untuk menunaikan umrah. Kedua, memberikan pelayanan umrah yang prima dengan sunnah. Ketiga, bermitra dengan mitra terpercaya. Keempat, memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat menuju kebahagiaan di akhirat.

c. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan adalah sebagai berikut:

Struktur Organisasi PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan Tahun 2023



d. Keunggulan PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel

1) Praktis

Calon jemaah mempunyai pilihan mudah untuk mendaftar atau mendapatkan informasi dari PT. SAMIRA ALI WISATA melalui berbagai saluran, termasuk call center, website, dan perangkat lunak khusus. Selain itu, mereka mempunyai kesempatan untuk mengikuti seminar yang diselenggarakan di seluruh kota. Seminar ini tidak dipungut biaya dan dapat diakses oleh umum, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman calon jemaah haji terhadap layanan yang diberikan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel.

2) Uang muka terjangkau

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel memberikan kemudahan kepada calon jemaah untuk menjalankan ibadah umrah dengan membayar uang muka sebesar Rp. 5.000.000, yang sudah cukup untuk memungkinkan orang berangkat ke tanah suci.

3) Sistem pembayaran fleksibel

Sistem pembayaran yang diterapkan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel memungkinkan calon jemaah untuk menabung sebelum berangkat dan membayar setelah kembali dari umrah. Ini adalah inisiatif yang memudahkan mereka yang ingin menjalankan ibadah umrah, bekerjasama dengan lembaga atau bank syariah untuk memberikan kemudahan dalam proses pembayaran..

4) Bisa diangsur hingga tiga tahun

Pembiayaan untuk umrah dapat dilakukan dengan sistem pembayaran belakangan yang bisa diangsur selama satu hingga tiga tahun. Detail simulasi pembayarannya dapat disesuaikan melalui diskusi dengan tim Amitra Syariah.

5) Proses pembiayaan cicilan praktis dan cepat

Tata cara pembiayaan angsuran melalui PT. Lembaga keuangan yang bermitra dengan PT. SAMIRA ALI WISATA sangat efisien dan bijaksana. Berbeda dengan pengajuan pinjaman tradisional, proses ini melewati pemeriksaan BI, sehingga menghilangkan pengawasan terhadap riwayat keuangan calon jamaah haji. Evaluasi justru difokuskan pada verifikasi keteraturan pembayaran kembali pinjaman sebelumnya dan menilai kriteria kelayakan bagi calon pemohon yang mencari dukungan keuangan.

6) Murah

- a) PT. SAMIRA ALI WISATA menyediakan paket umrah harga murah menggunakan pelayanan berkualitas, dengan kemudahan fasilitas pembiayaan berasal lembaga keuangan syariah (Amitra Syariah, BNI Syariah, Permata Syariah, BFI Syariah).
- b) Tanpa jaminan/tanpa angunan. Pembiayaan pada PT. SAMIRA ALI WISATA yang berafiliasi menggunakan Amitra Syariah tidak memakai jaminan seperti sertifikat tempat tinggal , Buku

Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB) ataupun yang lainnya. Pembiayaan tadi pengikatnya merupakan akad.

- c) PT. SAMIRA ALI WISATA tidak hanya menawarkan paket umrah reguler, tetapi juga menawarkan paket hemat yang mencakup umrah dan Turki. Harga untuk paket tersebut berkisar antara sekitar Rp.27.000.000 hingga Rp.37.000.000.

7) Fasilitas jasa travel

Koper yang keren telah disiapkan di depan kamar. PT. SAMIRA ALI WISATA, dengan komitmennya untuk kenyamanan jemaah dalam melaksanakan ibadah umrah, menyediakan layanan yang unggul. Mereka menawarkan koper berbahan fiber ringan yang tahan lama, serta memiliki petugas *handling* yang siap membantu mencari dan mengantarkan koper jemaah langsung ke depan kamar mereka, memastikan pelayanan yang bagus dan tak terlupakan bagi setiap jemaah.

- 8) Menggunakan *receiver* untuk pelaksanaan umrah & pemaknaan Mekkah dan Madinah.

Di PT. SAMIRA ALI WISATA, terdapat sejumlah jemaah yang sudah lanjut usia. Beberapa di antara mereka menghadapi kesulitan dalam membaca buku panduan, menghafal bacaan, dan memahami manasik. Namun, kehadiran alat receiver membawa manfaat besar bagi jemaah dalam menjalankan rangkaian ibadah mereka. Alat receiver ini berfungsi sebagai pengganti buku panduan,

sehingga mempermudah akses informasi. Meskipun begitu, jemaah tetap diberikan buku panduan sebagai pilihan tambahan.

9) Menggunakan maskapai terbaik dunia

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel mengutamakan kenyamanan para jemaahnya dengan memilih maskapai yang memberikan pengalaman perjalanan yang nyaman bagi mereka. Maskapai yang biasanya dipilih oleh PT. SAMIRA ALI WISATA meliputi Saudi Airlines, Lion Air, Batik Air, dan Turkish Airlines.

10) Pelayanan bimbingan ibadah 24 jam

Layanan bimbingan ibadah di PT. SAMIRA ALI WISATA dapat diakses sepanjang waktu. Dalam kerangka kontrak yang mengatur kerjasama antara muthawif yang bertanggung jawab membimbing jemaah, dan PT. SAMIRA ALI WISATA, tidak ada perjanjian paruh waktu yang ditetapkan. Dengan sistem kontrak, jemaah memiliki akses lebih terbuka untuk bertemu dengan muthawif, tidak hanya pada saat-saat tertentu seperti thawaf atau sa'i, tetapi juga secara rutin. Selain membimbing jemaah dalam umrah, muthawif juga siap mendampingi dalam ibadah sehari-hari seperti shalat dhuha, thawaf sunnah, shalat tahajud, serta perjalanan ke multazam dan hijir Ismail dan juga berziarah ke makam Nabi Muhammad SAW. Jemaah juga dapat mengajukan permintaan khusus kepada pembimbing untuk melaksanakan berbagai jenis ibadah.

11) Legalitas izin PPIU kementerian Agama

PT. SAMIRA ALI WISATA telah diberikan izin resmi untuk mengadakan perjalanan umrah oleh Kementerian Agama Republik Indonesia, yang tercatat dengan nomor 137 tahun 2020 atas nama PT. SAMIRA ALI WISATA.

12) Hotel berbintang

PT. SAMIRA ALI WISATA menyediakan fasilitas hotel bintang empat dan lima untuk jemaahnya, yang terletak sangat dekat dengan masjid di Mekkah dan Madinah. Jarak antara hotel-hotel ini dengan masjid berkisar antara kurang lebih 50 hingga 500 meter.

13) Bus eksklusif

Bus PT. SAMIRA ALI WISATA merupakan pilihan yang sangat nyaman bagi jemaah, dengan karakter eksklusifnya. Sebagian besar dari supir bus ini berasal dari PT. SAMIRA ALI WISATA adalah warga negara Indonesia, dipilih karena keakraban dan kemampuan mereka dalam berkomunikasi dengan jemaah, memastikan pengalaman perjalanan yang mudah dan lancar.

14) Muthawif & muthawifah berpengalaman

Muthawif dan muthawifah dari PT. SAMIRA ALI WISATA, warga negara Indonesia yang menetap di Arab Saudi, memiliki tanggung jawab utama dalam mengurus segala keperluan ibadah jemaah. Mereka telah mengakumulasi pengalaman yang luas dan

menjalani kerjasama dengan PT. SAMIRA ALI WISATA melalui kontrak tahunan. Setiap malam, mereka dinilai untuk memastikan pelayanan mereka dalam membimbing jemaah terus meningkat.

15) Satu bus satu *tour leader* satu muthawif

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel menyediakan satu bus lengkap dengan satu tour leader dan satu muthawif yang sudah bersertifikasi, dengan tujuan utama memberikan kenyamanan kepada jemaah. Dalam hal ini, jemaah dapat dengan mudah menghubungi muthawif atau tour leader untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka selama perjalanan.

16) Tausiyah *at the rooftop*

Setelah menyelesaikan thawaf, umumnya jemaah dari PT. SAMIRA ALI WISATA dikumpulkan di atas Masjidil Haram yang menghadap Ka'bah. Mereka mendengarkan tausiyah yang menjelaskan makna dari Kota Mekkah dan Kota Madinah.

e. Produk Paket PT. SAMIRA ALI WISATA

Gambar 4.1 16 Hari Cabang

Gambar 4.2 16 Hari Pusat

Gambar 4.3 12 Hari

Gambar 4.4 Plus Turkey

1) Paket safara

Harga paket safara mulai dari Rp.34.826.000 , transportasi menggunakan Lion Air. Hotel yang disediakan di Mekah Bakkan Al salah /Dorat Al Salah/ Al Ayam sedangkan di Madinah Plaza Inn Ohud /Emaar Taiba.

2) Paket safawi

Harga paket Safawi bervariasi, mulai dari Rp. 37.626.000 . Transportasi menggunakan pesawat Lion Air. Di Makkah jemaah akan menginap di hotel Le Meridien Tower/setaraf. Sedangkan di Madinah, mereka akan menginap di hotel Jewar Al Saqefah Hotel/setaraf. Penetapan harga tergantung pada durasi perjalanan, jenis pesawat, dan kota keberangkatan.

3) Paket Sukari

Paket sukari menawarkan harga yang bervariasi, mulai dari Rp.41.826.000. Transportasi menggunakan pesawat Lion Air, hotel yang disediakan di Mekah antara lain Marriot (+/-200 M), Anjum, Ayyad Makarim, dan DarAlEiman Grand. Sedangkan di Madinah, hotel yang tersedia adalah Jawer Saqefah/Grand Plaza, dengan lokasi berjarak sekitar 200 meter dari tempat-tempat suci.

4) Paket Majol

Paket majol tersedia dalam kisaran harga antara Rp.49.326.000. Jemaah akan menginap di hotel Royal Dar Al Eiman atau Zam-zam Tower di Mekkah (jarak sekitar 50 meter dari Masjidil Haram), Maden/Rawdh Royal In/Taliba Front di Madinah (jarak sekitar 150 meter dari Masjid Nabawi).

f. Harga termasuk fasilitas

1) Tiket Internasional Pulang Pergi Kelas Ekonomi

Tiket pesawat pulang pergi dalam kelas ekonomi sudah dimasukkan ke dalam harga paket umrah yang ditawarkan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel. Keputusan untuk memilih kelas ekonomi ini bertujuan untuk mengontrol biaya yang telah dianggarkan agar tidak terlalu tinggi. Meskipun memilih kelas ekonomi, jemaah tidak perlu merasa khawatir karena fasilitas yang menjamin kenyamanan dan keamanan telah disediakan sebagai jaminan.

2) Hotel Mekkah dan Madinah

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel menyediakan akomodasi berbintang empat dan lima untuk para jemaahnya, yang terletak dekat dengan masjid di Mekkah dan Madinah.

3) Transportasi sesuai *Itenary*

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel menawarkan paket dengan harga yang sudah mencakup transportasi sesuai jadwal kegiatan yang telah disediakan. Biaya tambahan akan berlaku untuk transportasi yang tidak sesuai dengan jadwal kegiatan tersebut.

4) Air Zam-zam Lima Liter

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel menawarkan paket yang sudah mencakup air zam-zam 5 liter bagi setiap jemaah. Harga air zam-zam, sekitar 3,25 riyal per galon atau sekitar Rp. 12.500, lebih murah daripada harga di bandara Jeddah dan Madinah, yang mencapai 7,5 riyal atau sekitar Rp. 30.000. Perbedaan harga ini disebabkan oleh biaya tambahan untuk pengemasan plastik dan kardus.

5) Makan Tiga Kali Sehari

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel menawarkan tiga kali makan setiap harinya, dengan hidangan kuliner yang disajikan berasal dari hotel, bukan dari layanan katering.

6) Mutawif (Laki-laki)/Muthawifah (Perempuan)

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel tidak hanya terkait dengan muthawif tetapi juga memiliki afiliasi dengan muthawifah untuk jemaah perempuan. Tujuannya adalah agar jemaah perempuan dapat merasa nyaman untuk mengajukan

pertanyaan apa pun. Di PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel, harga paket juga mencakup layanan dari muthawif dan muthawifah yang akan membimbing jemaah selama mereka berada di tanah suci.

7) Visa Umrah

Biaya untuk visa umrah sudah disertakan dalam harga paket dari PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel, dengan kisaran biaya visa umrah sekitar antara Rp. 1.200.000 hingga Rp. 2.000.000.

8) *City Tour* Mekkah, Madinah dan Jeddah

Selain menyelenggarakan ibadah umrah, PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel juga menawarkan city tour yang telah diikutsertakan dalam biaya paketnya. Perusahaan ini mengajak jemaahnya untuk mengunjungi museum Asmaul Husna dan museum Masjid Nabawi di Madinah.

9) *Tour Guide/Tour Leader* (TL)

Tour Leader PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel merupakan kemitraan dengan PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel. Sebelum mendapatkan sertifikasi, kemitraan tersebut menjalani pembinaan sesuai standar yang ditetapkan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia untuk Tour Leader yang harus bersertifikat nasional. PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel menyelenggarakan tiga jenis pelatihan untuk kemitraannya, meliputi pelatihan wilayah (lokal), pelatihan nasional, dan pelatihan internasional

10) Asuransi Perjalanan

Digunakan untuk memberikan jaminan kepada jemaah yang memerlukan evakuasi medis darurat, perawatan medis, kehilangan atau kerusakan bagasi, dan hal-hal lainnya.

11) Bimbingan Manasik

PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel memberikan pelayanan bimbingan manasik kepada jemaahnya, yang biasanya dilaksanakan dua Minggu sebelum keberangkatan. Saat acara ini, jemaah diajarkan tentang pengenalan pesawat, tata cara penggunaan toilet, tayamum, pelaksanaan shalat saat perjalanan, serta prosedur ibadah umrah yang benar. Di samping itu, juga disampaikan informasi teknis terkait perjalanan.

12) *Government Tax* (Pajak Pemerintahan)

Pajak pemerintahan Saudi sebesar \$ 80 dikenakan kepada semua wisatawan internasional untuk kepentingan pemerintah Saudi, mulai berlaku sejak 9 September 2019. Nilai pajak tersebut setara dengan 498,8 SAR atau sekitar Rp. 2.000.000, namun PT. SAMIRA ALI WISATA membayar sekitar Rp. 1.200.000, yang telah disertakan dalam harga paket perjalanan mereka.

g. Harga Belum Termasuk

1) *Handling* dan Perlengkapan Rp. 1.500.000

Harga yang tercantum dalam paket PT. SAMIRA ALI WISATA belum mencakup biaya handling dan perlengkapan untuk

jemaah. Untuk mendapatkan layanan ini, jemaah akan dikenai biaya tambahan sebesar Rp. 1.500.000. Handling ini bertujuan untuk memastikan bahwa koper jemaah akan diantar langsung ke depan kamar hotel mereka. Selain itu, PT. SAMIRA ALI WISATA akan membekali jemaah dengan berbagai perlengkapan. Diantaranya adalah tas jinjing, koper kabin, tas selempang, seragam batik, kain ihram dengan ikat pinggang, dua buah hijab syar'i, buku panduan sholat, selendang, name tag, KTP, audio receiver, dan album CD memori foto.

2) Pembuatan Paspor dan Vaksin Meningitis

Untuk melakukan perjalanan ibadah umrah, syaratnya adalah memiliki paspor dan buku kuning vaksin meningitis. PT. SAMIRA ALI WISATA Tour & Travel tidak menyertakan pembuatan paspor atau vaksin meningitis dalam harga paket mereka. Jemaah harus menanggung biaya untuk pembuatan paspor dan vaksin meningitis. Namun, saat ini vaksin meningitis sudah tidak lagi menjadi persyaratan. Yang diperlukan hanya paspor.

3) Transportasi Asal Daerah

Paket ini tidak mencakup biaya transportasi dari asal wilayah, yang nantinya akan digunakan untuk perjalanan menuju ke bandara yang menjadi titik keberangkatan.

4) Kursi Roda, Laundry, Telpon serta Lain-lain

Para jemaah akan dikenakan biaya tambahan untuk berbagai kebutuhan pribadi, termasuk layanan seperti penggunaan kursi roda, fasilitas laundry, panggilan telepon, dan kebutuhan lainnya.

2. Strategi Promosi Paket Umrah pada PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan

Strategi promosi merupakan bagian penting dari identitas perusahaan yang menawarkan produk atau layanan. Setiap strategi yang diterapkan memiliki keunikan tersendiri yang bertujuan untuk menarik perhatian konsumen. Langkah ini diambil sebagai pembeda antara perusahaan satu dengan lainnya yang bergerak di sektor yang sama, guna memenangkan persaingan di pasar. Studi ini berpusat pada perusahaan yang menawarkan umrah dan haji serta layanan agen perjalanan, yang mana sekitar 1800 perusahaan saat ini beroperasi di Indonesia.¹ Ini adalah salah satu persaingan yang sangat ketat, di mana diperlukan upaya ekstra dalam mempersiapkan strategi promosi yang optimal. Tujuannya adalah agar konsumen merasa tertarik dengan berbagai pendekatan promosi yang disampaikan. Berbagai cara digunakan untuk menarik perhatian pada paket yang ditawarkan oleh PT SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan.

PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan melakukan promosi dengan sangat terencana dan hati-hati. Kegiatan

¹ Wawancara dengan Ustadzah Jamilah melalui whatsapp. PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan. 6 Mei 2024.

promosi ini bertujuan untuk menawarkan produk atau layanan yang dimiliki oleh perusahaan. Tujuan dari promosi adalah untuk menjadi sarana dalam memperkenalkan, memberikan informasi, dan mengingatkan konsumen tentang produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, PT. SAMIRA ALI WISATA menerapkan berbagai strategi untuk memastikan keberlangsungan bisnisnya dan mencegah kerugian finansial.

PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan adalah sebuah perusahaan yang berfokus pada layanan perjalanan umrah, haji plus dan haji furoda. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai paket ibadah umrah, haji plus dan haji furoda. Paket-paket ini dipromosikan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan di pasar, mempertahankan penjualan yang sudah ada, serta menarik minat calon jemaah baru. Melalui upaya promosi ini, diharapkan masyarakat dapat mengenal PT. SAMIRA ALI WISATA sebagai penyedia paket perjalanan umrah dan haji plus yang terpercaya dengan kualitas pelayanan yang baik.

PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan tidak sekadar melakukan promosi biasa, tetapi melalui beberapa tahap yang matang. Tahap pertama melibatkan diskusi mengenai jenis promosi yang akan digunakan, pihak-pihak yang dapat berpartisipasi, insentif yang akan diterima oleh peserta, persyaratan promosi, target yang ingin dicapai, serta anggaran yang disediakan khusus untuk promosi tersebut. Setelah melalui tahapan ini, perusahaan menerapkan lima elemen dalam

bauran promosi mereka, yaitu periklanan, penjualan personal, hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan penyebaran informasi dari mulut kemulut. Selain itu, dua elemen tambahan yang diterapkan adalah pemasaran langsung dan penggunaan media online. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai proses yang dilakukan sebelum promosi dimulai, elemen-elemen bauran promosi yang digunakan, serta strategi-strategi yang diimplementasikan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan dalam kegiatan promosi mereka.

a. Tahap Pengembangan Bauran Promosi PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan

Sebelum memulai promosi, ada tahap pengembangan strategi promosi yang bertujuan untuk mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan. Dalam tahap ini, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melakukan beberapa langkah, termasuk penentuan jenis promosi, pihak-pihak yang terlibat, insentif yang akan diberikan, syarat-syarat partisipasi, identifikasi target pasar, serta penetapan anggaran untuk kegiatan promosi tersebut.

1) Penentuan Promosi

Dalam upaya mempromosikan PT. SAMIRA ALI WISATA, perencanaan awal berperan penting dalam menentukan jenis promosi yang akan diterapkan sebelum pelaksanaannya. Tujuannya adalah agar strategi promosi dapat terorganisir dengan baik, memastikan bahwa tujuan dari promosi tersebut dapat tercapai secara efektif sesuai yang

diharapkan. Keputusan yang tepat dalam fase awal ini krusial dalam menentukan hasil akhir dari upaya promosi yang dilakukan.

PT. SAMIRA ALI WISATA, dalam prosesnya sebelum melakukan promosi, memiliki pendekatan yang khas. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadzah Jamilah, yang menjabat sebagai pimpinan kantor cabang PT. SAMIRA ALI WISATA Kalimantan Selatan, terungkap bahwa perusahaan tidak mengadopsi strategi promosi yang tetap dan terencana untuk jangka panjang. Sebaliknya, pendekatan promosi bergantung pada individu yang bergabung dalam perusahaan tersebut. Setiap anggota baru diarahkan untuk membangun jaringan dengan jemaah, dengan promosi hanya diterapkan melalui panduan awal. Tidak ada pertemuan khusus yang diadakan untuk merencanakan strategi promosi jangka panjang di masa mendatang.

Pengarahan yang dilakukan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA adalah mengadakan pelatihan syiar baitullah, dengan fokus pada metode rekrutmen jemaah yang efektif dan etis. Selain menyediakan modul dan sertifikat pelatihan, serta materi video untuk promosi, tujuan dari kegiatan ini adalah mempersiapkan para agen promosi profesional. Hal ini bertujuan agar masyarakat tertarik untuk bergabung sebagai jemaah di PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan.

2) Orang yang Masuk dalam Promosi

Kegiatan promosi membutuhkan kontribusi signifikan untuk mencapai kesuksesannya. Tim pemasaran dari PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan bertindak sebagai promotor di lapangan, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai PT. SAMIRA ALI WISATA. Di samping itu, pimpinan perusahaan juga turut aktif dalam upaya promosi ini.

Dari hasil wawancara dengan pimpinan cabang, diperoleh informasi bahwa PT. SAMIRA ALI WISATA membuat brosur langsung di kantor pusatnya. Brosur ini kemudian didistribusikan ke seluruh cabang di Indonesia untuk keperluan promosi. Strategi promosi di cabang-cabang tersebut melibatkan penawaran khusus bagi agen, di mana agen yang berhasil merekrut 10 orang jemaah akan memperoleh satu kuota berangkat gratis dari travel tersebut.⁶

3) Insentif yang Diterima

Pihak travel PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan telah memberikan feedback kepada tim pemasaran dengan memberikan insentif sebagai penghargaan atas kerja keras yang telah dilakukan, yang terdiri dari pemberian uang tunai serta kesempatan untuk melakukan umrah secara gratis kepada mereka yang berhasil mencapai target yang ditetapkan.

Menurut hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan, ditemukan

bahwa insentif yang dikenal sebagai mahar merupakan bentuk apresiasi dari travel tersebut terhadap tim pemasaran yang telah berupaya keras dalam mencari jemaah. Insentif yang ditawarkan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA ini sangat menarik bagi siapa pun yang ingin berpartisipasi dalam promosi paket ibadah umrah. Setiap jemaah yang mendaftar umrah berkontribusi pada insentif sebesar 2,5 juta rupiah, dengan tambahan gratis kuota umrah bagi mereka yang berhasil mencapai target 10 jemaah. Semakin banyak jemaah yang berhasil didaftarkan, semakin besar bonus yang bisa diperoleh, sehingga hal ini dapat menjadi sumber penghasilan tambahan yang menguntungkan.⁷

4) Syarat Partisipasi dalam Promosi

Bergabung dengan sebuah perusahaan atau bisnis tidak hanya masalah mendaftar dan langsung bergabung. Prosesnya melibatkan peninjauan dan persetujuan terhadap Memorandum of Understanding (MoU) atau perjanjian yang harus disetujui oleh kedua belah pihak: pihak perusahaan dan calon anggota baru. MoU ini adalah dokumen penting yang mencatat komitmen bersama, dengan konsekuensi yang jelas jika terjadi pelanggaran terhadap kesepakatan tersebut. Sanksi yang mungkin diberikan termasuk teguran tertulis, surat peringatan, bahkan pemecatan dari keanggotaan.

Perusahaan PT. SAMIRA ALI WISATA telah mengadakan MoU untuk merekrut agen pemasaran, sebuah perjanjian yang

dianggap tidak sulit oleh pimpinan cabangnya di Kalimantan Selatan. Dalam wawancara, pimpinan tersebut menjelaskan bahwa proses pendaftaran agen dilayani secara langsung oleh tim pemasaran atau dengan mengunjungi kantor cabang PT. SAMIRA ALI WISATA di Kalimantan Selatan, yang alamatnya tertera dalam brosur atau bisa juga atas rekomendasi dari tim pemasaran.

Persyaratannya pun tidak menyulitkan bagi yang mau mendaftar jadi agen yaitu:

- a) Menunjukkan tekad dan tekad yang kuat
- b) Memiliki integritas dan keandalan
- c) Memberikan mahar sebesar Rp. 800.000 / Rp. .1.550.000
- d) Mengisi formulir yang telah disediakan

Setelah memenuhi kriteria tersebut, pendaftar akan dipanggil ke kantor di mana mereka bisa mendapatkan berbagai barang yang telah disiapkan termasuk seragam yang disesuaikan untuk anggota, kartu anggota, brosur informatif, spanduk khusus untuk agen, dan berbagai materi lainnya. Setelah menyelesaikan prosedur ini, pemohon akan menerima pengakuan resmi sebagai agen yang mewakili PT. SAMIRA ALI WISATA, memberikan hak untuk mengikuti seluruh kegiatan promosi yang diselenggarakan oleh perusahaan.⁸

5) Target Pasar

Dalam perencanaan promosi, prioritas utama adalah menetapkan target pasar yang jelas. Target pasar ini menentukan arah di mana produk atau jasa akan dipasarkan. Dengan penetapan yang tepat, promosi dapat diarahkan dengan lebih efektif dan diterima dengan baik oleh konsumen yang sesuai dengan sasaran.

PT. SAMIRA ALI WISATA, sebuah perusahaan di sektor jasa, khususnya dalam pelayanan ibadah umrah, haji plus dan haji furoda mengidentifikasi dirinya dengan target pasar yang terfokus. Pasar ini terdiri dari individu muslim yang berniat untuk melaksanakan ibadah umrah, haji plus dan haji furoda, serta memiliki kemampuan finansial yang memadai dan bersemangat untuk menjalankan ibadah tersebut.²

Dari wawancara di atas, ibu pimpinan menjelaskan bahwa tujuan pemasaran tidak secara spesifik ditujukan ke arah tertentu, namun yang jelas adalah orang-orang yang beragama Islam. Ini dikarenakan ibadah umrah dan haji, yang khusus dilaksanakan oleh umat Muslim, serta kepada mereka yang masih hidup dan bernapas.

6) Anggaran khusus Promosi

Dalam konteks promosi, tidak ada yang benar-benar gratis karena diperlukan pengeluaran signifikan untuk biaya operasional yang mendukung kelancaran jalannya kegiatan promosi. PT. SAMIRA ALI WISATA, sebagai salah satu perusahaan yang aktif

²Wawancara dengan Ustadzah Jamilah , tour leader PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan, 24 November 2023

dalam strategi promosi, menghadapi berbagai beban operasional yang harus dipertimbangkan selama periode promosi sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan.

Pada cabang PT. SAMIRA ALI WISATA di Kalimantan Selatan, dalam sesi wawancara dengan pimpinan travel tersebut, telah diungkapkan bahwa perusahaan tidak mengungkapkan secara spesifik anggaran yang mereka alokasikan untuk promosi. Pendekatan yang mereka pilih adalah membayar jemaah berdasarkan tarif yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa PT. SAMIRA ALI WISATA, sebagai travel yang baru membuka cabang di Kalimantan Selatan, belum memiliki anggaran promosi yang resmi dan terstruktur untuk saat ini.

b. Strategi Promosi yang Dipakai PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan

PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan menghadapi tantangan yang kompleks dalam merancang strategi promosi mereka. Pemilihan media harus dipertimbangkan dengan matang demi mencapai tujuan promosi yang diinginkan. Perusahaan ini aktif menerapkan bauran promosi yang terdiri dari tujuh elemen berbeda, seperti periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut, pemasaran langsung, dan brand ambassador. Pendekatan yang beragam ini digunakan untuk menarik minat calon jemaah dalam memilih layanan mereka untuk menjalani ibadah umrah di tanah suci. Langkah-langkah yang dilakukan

oleh PT. SAMIRA ALI WISATA dalam melakukan strategi promosi sebagai berikut:

1) Periklanan

Setiap perusahaan mempunyai metode periklanan tersendiri, begitu juga di PT. SAMIRA ALI WISATA. Dalam mempromosikan produknya Samira Ali Wisata ini menggunakan metode kemitraan yang berjumlah 7.000 hingga sampai 8.000 mitra se-Indonesia, adapun untuk di cabang Kalimantan Selatan berjumlah kurang lebih 500 mitra.

Mitra yang dimaksud disini adalah orang-orang yang direkrut oleh PT. SAMIRA ALI WISATA untuk bergabung dalam tim promosi sebagaimana telah dijelaskan di atas dalam tahap pengembangan bauran promosi. Dari informasi yang penulis dapatkan dari pimpinan PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan, bahwa dalam proses periklanan yang dilakukan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA melibatkan orang-orang yang telah bergabung dalam mitra PT. SAMIRA ALI WISATA. Orang-orang tersebut telah diberikan pelatihan tentang perekrutan jamaah dengan cara yang baik dan efektif. Para mitra tersebut yang turut berperan dalam membantu periklanan di PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan.

Anggota mitra PT. SAMIRA ALI WISATA dapat langsung mengunjungi kantor cabang Kalimantan Selatan, yang alamatnya

tercantum dalam brosur, atau merespons rekomendasi dari tim pemasaran. Pendaftar yang memenuhi syarat akan dipanggil ke kantor untuk menerima perlengkapan yang telah disiapkan, seperti baju seragam khusus, kartu anggota, brosur, spanduk khusus agen, dan lainnya. Setelah proses ini selesai, mereka akan secara resmi diakui sebagai agen PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan dan berhak mengikuti kegiatan periklanan yang diselenggarakan. Salah satu kategori anggota mitra PT. SAMIRA ALI WISATA adalah jamaah yang telah menyelesaikan perjalanan umrah dan dipertimbangkan untuk bergabung sebagai mitra perusahaan tersebut.³

PT. SAMIRA ALI WISATA Travel menjalin kemitraan dengan para ustadz dan kyai sebagai strategi untuk menarik minat calon jemaahnya dalam pelaksanaan ibadah umrah. Dalam praktiknya, ibadah umrah seringkali dipercayakan kepada sosok ustadz atau kyai yang memiliki pengikut yang besar. Keberadaan mereka mempermudah PT. SAMIRA ALI WISATA Travel dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan yang mereka tawarkan. Dengan pendekatan ini, minat jemaah untuk memilih jasa perusahaan semakin meningkat.

³ Wawancara dengan Ustadzah Jamilah , tour leader PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan, 24 November 2023

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadzah Jamilah beliau mengatakan :

“Jadi mitra/agen banyak keuntungannya. Mitra/agen tidak hanya diajarin cari jemaah saja tapi diajarin yang lainnya juga seperti diajarkan soal agama untuk memperdalam ilmu agama bagi para mitranya”.⁴

Dari hasil penelitian, penulis menganalisis bahwa dalam agen yang ada di PT. SAMIRA ALI WISATA ini sangat menguntungkan bagi jemaah yang mau ikut dalam agen *marketing* karena tidak hanya soal agen yang diajarkan juga ilmu agama yang dipelajari sehingga berkembang dari promosi PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan.

Tim promosi PT. SAMIRA ALI WISATA bersama mitranya dalam melakukan periklanan dilakukan dengan dua cara, yaitu:

a) Media Online

Promosi online adalah upaya pemasaran untuk memperkenalkan produk kepada khalayak luas melalui platform online atau internet, tanpa memerlukan interaksi langsung. Proses promosi melibatkan tiga tahapan penting: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi aktivitas promosi. Sebagai contoh, PT. SAMIRA ALI WISATA mengadakan promosi online melalui Instagram dan situs web perusahaan.

⁴Wawancara dengan Ustadzah Jumilah PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 24 November 2023

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadzah Jamilah beliau mengatakan :

“Selain menggunakan iklan untuk memperkenalkan PT. SAMIRA ALI WISATA ke Masyarakat kota Banjarmasin dan sekitarnya kami juga melakukan promosi secara online melalui media Instagram dan website”.⁵

Media sosial, ditambah dengan jangkauan internet yang luas, menghadirkan peluang yang belum pernah terjadi sebelumnya untuk promosi bisnis atau produk yang mudah, cepat, dan hemat biaya, yang seringkali tidak memerlukan investasi modal awal apa pun. Instagram, yang saat ini menjadi primadona dalam bisnis online, tidak hanya memungkinkan untuk menampilkan foto produk tetapi juga memfasilitasi penulisan caption yang lebih panjang dibandingkan Twitter. Ketersediaan platform ini melalui ponsel cerdas menjadikannya favorit di kalangan anak muda sebagai alat untuk meningkatkan eksistensi. Dengan Instagram, promosi produk dan bisnis dapat dilakukan dengan mudah karena banyaknya calon konsumen yang aktif di platform ini. Penggunaan hashtag sebagai alat promosi juga sangat efektif di Instagram. Selain itu, berinteraksi secara aktif dengan pelanggan juga menjadi strategi yang efektif untuk menarik perhatian lebih banyak.

Website memainkan peranan yang sangat krusial dalam pemasaran online. Bagi pengunjung (konsumen), website memberikan

⁵ Wawancara dengan Ustadzah Jumilah PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 24 November 2023

kemudahan serta kecepatan dalam mencari informasi, melakukan pembelian produk, dan meraih pengalaman baru. Sementara itu, bagi pelaku bisnis, peran website sangat signifikan dalam meningkatkan citra merek perusahaan serta mempermudah penjualan produk secara online.

PT. SAMIRA ALI WISATA dapat memperluas cakupan promosi produknya dengan memanfaatkan strategi promosi di websitenya. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk dengan cepat meningkatkan kesadaran di kalangan pengguna internet tentang berbagai produk yang ditawarkannya. Mengingat sifat internet yang tidak terbatas, inisiatif tersebut secara efektif memastikan bahwa upaya promosi perusahaan tetap aktif sepanjang waktu, memberikan jalan yang berkelanjutan untuk visibilitas produk. Dengan kata lain, informasi tentang produk akan tersedia untuk calon konsumen kapanpun selama 24 jam penuh. Selain itu, biaya yang diperlukan untuk promosi melalui website juga relatif lebih terjangkau dibandingkan dengan menggunakan media promosi lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadzah Jamilah beliau mengatakan :

”Karena jaringan, karena kemitraan, bisa dibilang hampir setiap jam, karena kita bukan travel yang hanya mengandalkan *marketing*. Samira bisa hampir setiap jam, bisa itu dari online maupun offline karna kita sistemnya kemitraan”.⁶

⁶Wawancara dengan Ustadzah Jamilah , tour leader PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan, 24 November 2023

Dengan adanya mitra-mitra di Samira Travel dan dengan sistemnya yang jaringan kemitraan maka setiap mitra di Samira tidak memiliki batasan untuk mempromosikan produk atau *broadcast* Samira, mereka bisa mempromosikan produk atau *broadcast* tersebut hampir setiap jam di setiap harinya sesuai *broadcast* produk yang dikirimkan oleh Samira pusat dan menyebarluaskan *broadcast* atau produk tersebut ke masing-masing media sosialnya.

b) Promosi Offline PT. SAMIRA ALI WISATA

PT. SAMIRA ALI WISATA menggunakan strategi promosi offline melalui Banner/spanduk untuk menyampaikan informasi lengkap mengenai produk yang ditawarkan, seperti rincian harga paket umrah, jadwal perjalanan, rute perjalanan, persyaratan pendaftaran, serta lokasi kantor cabang yang tersebar di berbagai kota. Tujuan dari penggunaan spanduk ini adalah untuk memudahkan calon jemaah dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan, termasuk pilihan paket umrah yang tersedia dan persyaratannya. Salah satu informasi yang diperoleh dari staf PT. SAMIRA ALI WISATA menyebutkan bahwa spanduk tersebut dirancang dalam ukuran besar agar dapat ditempatkan secara strategis di lokasi yang ramai, seperti pinggir jalan atau area publik yang sering dilalui orang banyak. Desain spanduk yang menarik juga menjadi perhatian, karena hal ini dapat mencerminkan identitas dan nilai dari PT. SAMIRA ALI WISATA. Penempatan spanduk di sekitar masjid, sebagai tempat

berkumpul umat Muslim untuk beribadah, diharapkan dapat menarik perhatian dan minat mereka atas informasi yang disampaikan, yang pada akhirnya juga berkaitan dengan tujuan spiritual mereka dalam beribadah.⁷

2) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal melibatkan interaksi langsung antara penjual dengan pembeli, yang bertujuan untuk melakukan presentasi produk, memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan, serta menerima pesanan dari pembeli.⁸ Sasaran penjualan pribadi mencakup strategi yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan produk atau layanan, di samping tugas menjelaskan manfaat yang melekat pada calon konsumen. Tujuan-tujuan ini dicapai melalui keterlibatan langsung antar pribadi, baik melalui interaksi tatap muka atau kunjungan dari pintu ke pintu, yang memfasilitasi presentasi dan promosi produk atau layanan yang ditawarkan.⁹

Penulis memperoleh informasi dari staf promosi PT. SAMIRA ALI WISATA di Kalimantan Selatan bahwa cabang perusahaan tersebut menggunakan kemitraan dalam upaya promosi individu. Tim mitra direkrut untuk menjadi bagian dari upaya promosi perusahaan dengan tujuan melakukan promosi door to door di berbagai pelosok

⁷Wawancara dengan staf PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 20 Agustus 2023

⁸ Hermawan Agus, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012).

⁹ Prasetyo, "Komunikasi Pemasaran Terpadu," n.d.

kampung. Pendekatan ini memungkinkan mitra untuk memberikan penjelasan langsung kepada calon jemaah mengenai layanan perjalanan yang ditawarkan.

Para mitra PT. SAMIRA ALI WISATA dalam melakukan promosi juga membuat inisiatif dengan mengadakan acara sendiri, seperti acara perkumpulan bagi yang ingin mendaftar atau sekedar tahu seputar paket umrah yang tersedia di PT SAMIRA ALI WISATA. Kemudian, mitra tersebut akan menjelaskan secara rinci terkait brosur atau paket yang disediakan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA.

PT. SAMIRA ALI WISATA juga menyediakan promosi paket umrah di kantornya, melayani calon jemaah yang mencari informasi dan pengunjung. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan penjualan mereka untuk meningkatkan pendapatan dan mengenalkan klien dengan rangkaian produk yang ditawarkan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan.

3) Promosi Penjualan

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan minat konsumen dalam mencoba dan membeli produk yang ditawarkan. Penelitian menunjukkan bahwa PT. SAMIRA ALI WISATA sering menggunakan stand sebagai titik penjualan di acara tertentu, di mana dua orang bertugas menjalankannya. Stand ini memanfaatkan berbagai

strategi seperti pemberian sampel, potongan harga, diskon, serta hadiah untuk menarik perhatian konsumen.¹⁰

PT. SAMIRA ALI WISATA telah menyiapkan tim yang ada di lapangan untuk menjelaskan dengan rinci kepada orang-orang yang ingin bertanya terkait paket umrah yang disediakan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA. Tim yang berada di lapangan juga tidak sungkan untuk menawarkan langsung kepada orang-orang yang lewat di sekitar stand dengan memberikan brosur paket umrah dan mengajak untuk mampir ke dalam stand tersebut. Penjualan yang dilakukan dengan pengadaan stand bergantung pada event-event tertentu. Jika tidak ada event, maka promosi penjualan tidak bisa dilakukan. Akibatnya, jumlah jemaah yang datang pun tidak banyak karena orang berkumpul dalam jumlah besar pada event. Jika stand tetap dibuka tanpa event, hanya sedikit pengunjung yang akan datang, mereka hanya datang untuk mengetahui informasi lebih lanjut.

PT. SAMIRA ALI WISATA juga memaksimalkan dengan adanya event-event tertentu dengan mengadakan warung makanan. PT. SAMIRA ALI WISATA menjual berbagai macam makanan ringan atau cemilan. Saat pembeli mampir di warung yang telah tersedia dan menawarkan makanan yang ada, maka pada saat itu juga diselipkan tawaran terkait paket umrah yang disediakan oleh PT.

¹⁰ Wawancara dengan staf PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 20 Agustus 2023

SAMIRA ALI WISATA dengan memberikan brosur paket umrah.¹¹ Di warung, situasinya hampir identik dengan di stand, karena kebanyakan pengunjung datang tidak untuk mencari informasi tentang umrah, melainkan untuk membeli makanan yang ditawarkan. Promosi ini bertujuan untuk meningkatkan citra PT. SAMIRA ALI WISATA.¹²

4) Hubungan Masyarakat dan Publisitas

Hubungan masyarakat dan publisitas berfungsi sebagai pendekatan komunikasi terpadu dalam suatu perusahaan, dengan tujuan utama adalah untuk membentuk persepsi, opini, keyakinan, dan sikap beragam pemangku kepentingan terhadap organisasi. Dalam bidang pemasaran, tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan kehadiran dan visibilitas perusahaan dalam kerangka masyarakat yang lebih luas.²⁷

Penulis memperoleh informasi dari pimpinan cabang PT. SAMIRA ALI WISATA di Kalimantan Selatan bahwa dalam strategi hubungan masyarakat dan publisitas mereka, PT. SAMIRA ALI WISATA memanfaatkan keahlian para ulama dan pendidik, serta informasi yang bersumber dari saluran televisi. Dalam kerangka ini, manajer cabang mempunyai akuntabilitas langsung untuk memulai keterlibatan dengan ulama, habaib, ustadz, atau otoritas agama lainnya untuk mengawasi kegiatan umrah yang akan datang. Sebagai pengakuan

¹¹ Wawancara dengan staf PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 20 Agustus 2023

¹² Wawancara dengan staf PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 20 Agustus 2023

atas kemitraan ini, perusahaan memberikan kuota umrah gratis sebagai tanda terima kasih.

Hubungan masyarakat dan publisitas yang dilakukan oleh PT. SAMIRA ALI WISATA telah secara tidak langsung terjalin dengan masyarakat melalui interaksi dengan para ulama, habaib, dan guru-guru agama, yang menghasilkan keyakinan jemaah terhadap kebenaran PT. SAMIRA ALI WISATA.

5) Informasi dari mulut kemulut

Persaingan sengit dalam industri bisnis umrah menghasilkan banyak penawaran paket dengan harga sangat murah. PT. SAMIRA ALI WISATA, sebaliknya, memilih untuk menawarkan paket umrah dengan harga relatif lebih tinggi, sebanding dengan kualitas layanan dan fasilitas yang mereka berikan. Komunikasi word of mouth umumnya dilakukan oleh konsumen yang telah memanfaatkan produk atau jasa dari perusahaan tertentu, berdasarkan pengalaman yang mereka alami. Hal ini bukan hanya berdampak langsung, tetapi juga menjadi saluran komunikasi yang efektif. Pengalaman konsumen tersebut menjadi kunci untuk menciptakan kepuasan, tergantung pada sejauh mana produk atau jasa dapat memenuhi harapan mereka. Respons yang diterima, baik positif maupun negatif, akan mempengaruhi persepsi konsumen lain yang ingin menggunakan produk atau jasa yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadzah Jamilah beliau mengatakan :

”Jemaah umrah PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan berasal dari teman jemaah, saudara jemaah dan lingkungan tempat tinggal jemaah. Jemaah mempromosikan sendiri kepada kerabat-kerabatnya bahwa sudah pernah melaksanakan umrah dengan menggunakan jasa PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan dan pelayanan yang diberikan sangat baik”.¹³

Dari informasi yang penulis dapatkan dari pimpinan PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan, Alumni jemaah PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan menggunakan komunikasi word of mouth untuk menyampaikan kepuasan atas jasa yang telah mereka gunakan. Praktik ini dijaga dengan ketat oleh PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan dengan tujuan meningkatkan kepuasan jama'ah yang akan memilih PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan sebagai biro umrah pilihan untuk melaksanakan ibadah umrah, baik itu secara tidak sengaja maupun disengaja. Informasi positif yang disampaikan melalui word of mouth tidak mengandung unsur negatif, yang menggerakkan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan kepada orang-orang terdekat dan di sekitar mereka untuk melakukan umrah.

6) Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung atau *direct marketing* adalah strategi yang dilakukan perusahaan untuk berkomunikasi secara langsung dengan

¹³Wawancara dengan Ustadzah Jamilah PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 24 November 2023

konsumen sasaran. Strategi ini bertujuan untuk mendorong terciptanya respons dan transaksi penjualan yang positif. Fokus utamanya adalah agar konsumen dapat dengan nyaman memahami secara mendalam tentang keunggulan serta kelemahan produk atau jasa yang sedang dipromosikan.

Penulis memperoleh informasi dari pimpinan cabang PT. SAMIRA ALI WISATA di Kalimantan Selatan bahwa mereka menggunakan seminar sebagai strategi promosi. Seminar tersebut merupakan bagian integral dari pemasaran eksperiensial, dimana pimpinan cabang secara langsung menjelaskan segala hal terkait dengan layanan PT. SAMIRA ALI WISATA. Selain itu, diadakan sesi tanya jawab dengan tujuan membangun komunikasi yang efektif antara tim travel dan calon jemaah.¹⁴

7) *Brand Ambassador*

Seorang brand ambassador berperan sebagai duta merek yang menjadi simbol suatu produk dalam kampanye pemasaran, bertujuan untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan secara signifikan mempengaruhi penjualan produk tersebut.¹⁵ Sebagai duta merek, brand ambassador harus memiliki daya tarik yang mampu memikat konsumen. Penampilannya yang menarik, serta pemahaman yang mendalam tentang produk yang

¹⁴Wawancara dengan Ustadzah Jamilah PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 24 November 2023

¹⁵J. Balmer, "Strategic Corporate Brand Alignment: Perspectives from Identify Based Views of Corporate Brands," *European Journal of Marketing*, 2012, 441–56.

diwakilinya, sangat berperan dalam membentuk kesan positif dan membangun kepercayaan di kalangan konsumen. Karenanya, pemilihan brand ambassador biasanya mengutamakan figur selebriti yang populer atau tokoh berpengaruh dengan reputasi yang dikenal secara luas baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Penggunaan brand ambassador dari kalangan selebriti atau tokoh terkenal memiliki efek yang berbeda, terutama jika yang bersangkutan adalah seorang pemuka agama. Hal ini disebabkan oleh kharisma yang dimiliki oleh pemuka agama, yang memiliki kemampuan untuk mengubah sifat, pandangan, dan perilaku seseorang menjadi lebih positif. Oleh karena itu, apa pun yang disampaikan oleh pemuka agama lebih mudah diterima oleh masyarakat.

Penggunaan brand ambassador bertujuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan tujuan agar perusahaan dapat memilih individu yang tepat sebagai perwakilan brand. Individu ini memiliki peran penting dalam membentuk trend dan mempengaruhi persepsi terhadap produk yang dijual oleh perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ustadzah Jamilah, didapatkan informasi bahwa, brand ambassador PT. SAMIRA ALI WISATA pusat menggunakan artis yaitu citra kirana dan suaminya. Adapun PT. SAMIRA

ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan menggunakan para ustadz dan ulama yang masyhur di kalangan masyarakat Kalimantan Selatan.¹⁶



Gambar 4. 5 Brand ambassador

B. Pembahasan

1. Analisis Strategi Promosi Paket Umrah pada PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan

a. Periklanan

Penulis melakukan analisis bauran promosi dengan merujuk pada teori Agus Hermawan yang menyatakan bahwa periklanan adalah proses penyajian dan promosi non personal terhadap ide, barang, atau jasa yang dijalankan oleh suatu perusahaan. Tujuan dari periklanan bervariasi di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Salah satu tujuan yang umum adalah untuk memperoleh respon yang positif

¹⁶Wawancara dengan Ustadzah Jamilah PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan, 20 Agustus 2023

dari konsumen. Di sisi lain, terdapat juga perusahaan-perusahaan yang bertujuan untuk membangun dan memelihara citra positif dalam jangka waktu yang panjang terhadap produk atau jasa yang dipasarkan.¹⁷

Penulis menganalisis bahwa PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan menggunakan berbagai macam alat dalam periklanan, seperti brosur dan siaran langsung (broadcast). Pendekatan ini diklaim untuk menghemat biaya dalam strategi promosi perusahaan. Meskipun hanya memanfaatkan sebagian kecil dari bauran periklanan, PT. SAMIRA ALI WISATA berhasil mencapai tujuan utama periklanan, yakni meraih respons positif dari konsumen serta membangun citra perusahaan yang kuat dalam jangka panjang. Sebagai hasil dari analisis lapangan, penulis menyimpulkan bahwa PT. SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan telah berhasil menerapkan strategi periklanan yang sesuai dengan teori yang diajukan oleh Agus Hermawan.

b. Penjualan Personal

Pendekatan analisis bauran promosi yang dilakukan Agus Hermawan mencakup penjualan personal, yaitu suatu metode pemasaran produk atau jasa yang melibatkan interaksi langsung dan tatap muka antara penjual dan pembeli. Selama penjualan pribadi, penjual terlibat dalam presentasi, menanggapi pertanyaan, dan

¹⁷ Agus, Hermawan. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. hlm. 32

memfasilitasi penempatan pesanan, mendorong proses penjualan yang dipersonalisasi dan interaktif.¹⁸ Sasaran penjualan pribadi mencakup peningkatan volume penjualan produk atau layanan dan mengartikulasikan manfaatnya kepada konsumen potensial. Hal ini dicapai melalui interaksi antar pribadi secara langsung, baik melalui pertemuan tatap muka atau kunjungan dari pintu ke pintu, dengan tujuan utama menyajikan dan mempromosikan produk atau layanan.¹⁹

Penulis telah menganalisis bahwa di cabang Kalimantan Selatan, PT. SAMIRA ALI WISATA menggunakan agen-agen sebagai bagian dari strategi promosi perorangan mereka. Agen-agen ini direkrut untuk membentuk tim promosi yang aktif di lapangan. Dengan melakukan promosi door to door di rumah-rumah dan ke pelosok kampung, agen-agen ini bertujuan untuk secara langsung mengedukasi calon jemaah tentang layanan travel yang ditawarkan. Selain kegiatan tersebut, PT. SAMIRA ALI WISATA juga menyelenggarakan acara-acara khusus di mana calon jemaah dapat mendaftar atau sekadar memperoleh informasi detail dari agen-agensya. Di kantor, PT. SAMIRA ALI WISATA juga menyediakan layanan kepada calon jemaah yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang perjalanan umrah. Pendekatan ini konsisten dengan tujuan

¹⁸ Agus, *Komunikasi Pemasaran*, 2012.

¹⁹ Prasetyo, "Komunikasi Pemasaran Terpadu."

perusahaan dalam meningkatkan penjualan, mengenalkan, dan menjelaskan produk yang mereka tawarkan di Kalimantan Selatan.

Dengan demikian, berdasarkan analisis penelitian lapangan, penulis menyimpulkan bahwa PT. SAMIRA ALI WISATA telah berhasil optimal dalam menerapkan strategi promosi yang diajukan oleh Agus Hermawan. Strategi ini dianggap sangat efektif dalam menarik minat jemaah umrah untuk memilih paket produk, karena sebagian besar jemaah yang bergabung menggunakan pendekatan tersebut.

c. Hubungan Masyarakat

Penulis melakukan analisis dengan mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Tjiptono Fandy. Hubungan masyarakat serta publisitas diartikan sebagai strategi komunikasi holistik yang diterapkan oleh sebuah entitas bisnis guna mempengaruhi pandangan, opini, keyakinan, dan sikap berbagai segmen terhadap entitas tersebut. Tujuan dari praktek hubungan masyarakat dalam konteks pemasaran adalah untuk mendukung dan meningkatkan visibilitas entitas tersebut di kalangan masyarakat secara luas.²⁰

Penulis melakukan analisis terhadap strategi operasional yang diterapkan pada PT. SAMIRA ALI WISATA, menyoroti peran integral ulama dan saluran berita televisi. Dalam kerangka ini, pengurus cabang mempunyai tanggung jawab langsung untuk

²⁰ Tjiptono, *Strategi Pemasaran*.

melibatkan berbagai tokoh agama seperti ulama, habib, ustadz, dan ulama terkemuka lainnya. Keterlibatan mereka sangat penting dalam mengawasi dan membimbing jalannya kegiatan umrah yang diselenggarakan oleh perusahaan. PT. SAMIRA ALI WISATA menawarkan kuota umrah gratis sebagai bentuk apresiasi atas upaya kolaboratif ini. Selain itu, dalam bidang hubungan masyarakat, perusahaan secara strategis terlibat dalam kegiatan promosi tanpa biaya tambahan, selaras dengan prinsip dan tujuan praktek hubungan masyarakat yang efektif. Dengan demikian, berdasarkan analisis yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa strategi promosi yang digunakan ini efektif untuk PT. SAMIRA ALI WISATA, karena telah berhasil menjalin hubungan dengan masyarakat melalui para ulama, habaib, dan guru-guru agama sebagai perantara. Hal ini memperkuat keyakinan jemaah terhadap keberadaan dan kebenaran dari PT. SAMIRA ALI WISATA.

d. Informasi dari mulut kemulut

Penulis mengkaji strategi ini melalui kacamata teori Tjiptono Fandy yang menyatakan bahwa komunikasi dari mulut kemulut melibatkan penyebaran rekomendasi produk atau layanan, baik yang disampaikan secara individu maupun kolektif. Proses ini bertujuan untuk memberikan wawasan pribadi, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Tujuan utamanya terletak pada penyebaran

informasi dari satu individu ke individu lain, membina hubungan antarpribadi.

Hasil penelitian mengungkap bahwa PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan menerapkan strategi ini karena dianggap efektif, terbukti dari testimoni positif dari alumni jemaah serta minat tinggi calon jemaah yang datang langsung ke kantor untuk informasi dan pendaftaran. Informasi ini sering kali diperoleh dari teman atau kerabat yang pernah berangkat bersama perusahaan tersebut, sesuai dengan prinsip word of mouth yang bertujuan menyebarkan informasi tentang perusahaan melalui rekomendasi personal.

Dengan demikian, berdasarkan analisisnya, penulis menyimpulkan bahwa PT. SAMIRA ALI WISATA telah memberikan pelayanan yang optimal, sehingga informasi dari alumni jemaahnya kepada calon jemaah berubah menjadi positif. Hal ini efektif dalam menarik minat jemaah umrah untuk memilih paket produk, sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono dan Fandy yang telah diimplementasikan.

e. Pemasaran Langsung

Dalam pendekatan ini, analisisnya bertumpu pada teori Tjiptono yang dituangkan dalam karyanya, “Strategi Pemasaran”. Menurut teori ini, pemasaran langsung ditafsirkan sebagai sistem interaktif dalam domain pemasaran. Dengan menggunakan satu atau

lebih saluran periklanan, sistem ini bertujuan untuk menghasilkan tanggapan dan transaksi yang dapat diukur di berbagai wilayah geografis.

Tujuan utama pemasaran langsung adalah untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan memfasilitasi pemahaman yang jelas tentang kelebihan dan kekurangan yang terkait dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Berdasarkan temuan penelitian, PT. SAMIRA ALI WISATA cabang Kalimantan Selatan menggunakan seminar sebagai taktik promosi. Seminar-seminar ini merupakan bagian dari pendekatan *experiential marketing*, dimana pimpinan cabang memberikan penjelasan komprehensif mengenai seluruh aspek yang berkaitan dengan PT. PARIWISATA SAMIRA ALI. Selain itu, sesi tanya jawab interaktif dilakukan untuk membina komunikasi yang efektif antara pemangku kepentingan perjalanan dan calon jamaah.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, PT. SAMIRA ALI WISATA telah menunjukkan kepatuhan terhadap tujuan teoritis Tjiptono dalam pemasaran langsung. Namun demikian, pelaksanaan strategi tersebut masih kurang optimal karena pemanfaatan alat promosi yang tidak efektif, serta hilangnya peluang untuk memanfaatkan metode tambahan yang dapat meningkatkan daya tarik jamaah umrah untuk memilih penawaran perusahaan.

f. *Brand Ambassador*

Balmer & Gray, dalam penjelasannya, menggambarkan bahwa brand ambassador adalah individu yang bertindak sebagai duta merek, mewakili atau menjadi simbol suatu produk yang dipromosikan untuk meningkatkan kesadaran konsumen dan berpotensi berdampak signifikan pada penjualan produk tersebut.²¹ Sebagai duta merek, brand ambassador harus memiliki daya tarik yang mampu memikat konsumen. Dengan penampilan yang menawan dan pengetahuan mendalam mengenai produknya, kesan positif dan kepercayaan terhadap konsumen dapat terbentuk secara alami. Oleh karena itu, PT. SAMIRA ALI WISATA memilih selebriti terkenal sebagai brand ambassador di pusat, sementara menggunakan tokoh ulama yang terkemuka di masyarakat Kalimantan Selatan.

Brand Ambassador, khususnya yang merupakan selebritis atau tokoh ternama, mempunyai dampak tersendiri, apalagi jika sosok yang dimaksud adalah tokoh agama. Karisma yang melekat pada para pemimpin agama dianggap memiliki kemampuan transformatif untuk secara positif mempengaruhi karakter, pandangan dunia, dan bahkan perilaku seseorang. Akibatnya, pesan-pesan yang disampaikan oleh para pemimpin agama cenderung mendapat penerimaan dan resonansi masyarakat yang lebih besar.

²¹ Balmer, "Strategic Corporate Brand Alignment: Perspectives from Identify Based Views of Corporate Brands."

Penggunaan brand ambassador dimaksudkan untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen, dengan perusahaan perlu memahami kebutuhan pasar agar dapat menentukan pilihan brand ambassador yang sesuai. Kehadiran brand ambassador yang tepat tidak hanya berperan sebagai pengaruh, tetapi juga sebagai penggerak tren dalam penjualan produk perusahaan.

PT SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan memanfaatkan seluruh promotion mix dalam upaya maksimalisasi promosi. Oleh karena itu, dilakukan analisis untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi dari setiap elemen promotion mix. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi strategi promosi terbaik yang dapat menarik minat konsumen terhadap berbagai paket yang ditawarkan oleh PT SAMIRA ALI WISATA Cabang Kalimantan Selatan.