

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil PT. Albis Nusa Wisata**

##### 1. Sejarah berdirinya PT. Albis Nusa Wisata

PT. Albis Nusa Wisata berkantor pusat di Jl. A. Yani Km. 36 Simpang Empat, Banjarbaru Kalimantan Selatan. Memiliki kantor cabang di Jl. Pulau Laut No. 16, Antasan Besar, Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70123. Dengan memberikan pelayanan terbaiknya, serta selalu mengembangkan pangsa pasarnya dalam hal penjualan tiket dari berbagai Maskapai Penerbangan Domestik maupun Internasional, sebagai Agent di Kalimantan ataupun di luar Kalimantan.

##### 2. Visi dan Misi

###### a. Visi

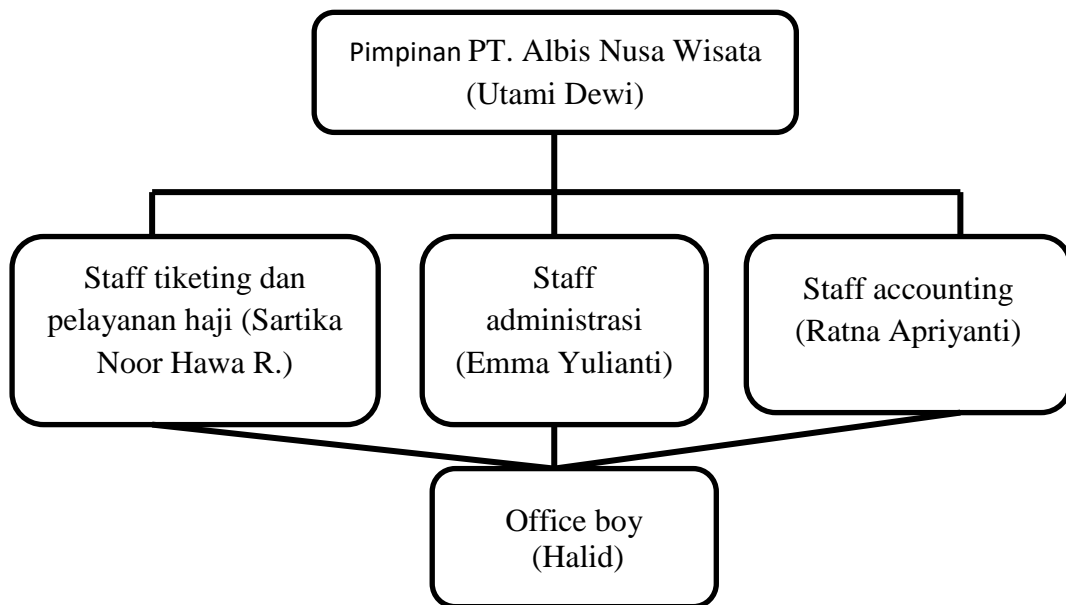
Menjadikan PT. Albis Nusa Wisata sebagai salah satu Agent besar yang berskala nasional secara keseluruhan dengan mengedepankan pelayanan prima dalam segala bentuk servicenya baik dalam hal tiketing, tour ataupun pelayanan umroh dan haji.

### b. Misi

Mampu mengembangkan pangsa pasar dengan optimal dengan memberikan pelayanan serta fasilitas-fasilitas terbaik bagi para pelanggan diseluruh nusantara.<sup>1</sup>

Dalam mencapai visi dan misinya PT. Albis Nusa Wisata selalu berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada calon jamaah haji dalam melaksanakan ibadah haji, memberikan pelayanan yang baik, sampai memelihara (*maintaince*) hubungan baik dengan calon jamaah haji.

### c. Struktur Organisasi



Sumber: PT. Albis Nusa Wisata, 2004  
Gambar 4.1 ruktur organisasi PT. Albis Nusa Wisata

<sup>1</sup>[www.albis.co.id](http://www.albis.co.id) (31 Oktober 2018).

## B. Penyajian Data

### 1. Informan 1

Nama : Utami Dewi  
Jenis kelamin : Perempuan  
Umur : 35 Tahun  
Jabatan : Pimpinan PT. Albis Nusa Wisata

Ibu Utami Dewi adalah pimpinan di PT. Albis Nusa Wisata. Beliau memperkenalkan produknya kepada calon jamaah haji dengan cara mempromosikan melalui broadcast sosial media dan brosur. Menurut beliau produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan calon jamaah haji. Jumlah calon jamaah yang mendaftarkan di PT. Albis Nusa Wisata pun dari tahun ketahun bervariasi, tercatat dari tahun 2016 sampai 2018 jumlah calon jamaah yang mendaftarkan dirinya sebanyak 274 calon jamaah haji.

Upaya yang dilakukan PT. Albis Nusa Wisata dalam menarik minat calon jamaah haji adalah dengan cara mempromosikan sebanyak-banyaknya. Sedangkan kendala yang dihadapi PT. Albis Nusa Wisata dalam menarik minat calon jamaah haji adalah memberikan kepastian tanggal keberangkatan dan pelayanan yang diberikan selama menjalankan ibadah haji apakah sudah memuaskan kepada jamaah haji. Cara kami menghadapi persaingan antara travel lain adalah dengan tetap memberikan pelayanan yang terbaik terhadap calon tamu Allah SWT.<sup>2</sup>

### 2. Informan 2

Nama : Sartika Noor Hawa R.

---

<sup>2</sup>Utami Dewi., pimpinan PT. Albis Nusa Wisata, *Wawancara probadi*, Banjarmasin, 20 Oktober 2018 pukul 09.00 WITA

Jenis kelamin : Perempuan  
Umur : 26 Tahun  
Jabatan : Staff Tiketing dan Pelayanan Haji-Umrah

Ibu Sartika Noor Hawa R. adalah karyawan di PT. Albis nusa Wisata, jabatan beliau adalah sebagai staff tiketing dan pelayanan haji-umrah. Ibu Sartika Noor Hawa R memperkenalkan produk haji kepada calon jamaah haji adalah dengan cara mempromosikan produk dengan cara efektif misalkan marketing online, membagikan brosur dan memberikan pelayanan terbaik. Menurutnya Produk haji tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan calon jamaah haji. Jamaah haji yang mendaftarkan dirinya di PT. Albis Nusa Wisata pada tahun 2016 sebanyak 80 jamaah, 2017 sebanyak 74 jamaah dan 2018 sebanyak 120 jamaah. Upaya yang dilakukan dalam menarik minat calon jamaah haji adalah dengan cara memberikan layanan yang terbaik dan memberikan fasilitas untuk kenyamanan jamaah. Sedangkan kendala yang dihadapi dalam menarik minat calon jamaah haji adalah biaya yang lumayan tinggi dan transaksi mengikuti arus kurs Dolar berlangsung. Cara PT. Albis Nusa Wisata dalam menghadapi persaingan dengan travel lain adalah dengan cara memberikan layanan yang terbaik ketika melakukan administrasi dan ketika perjalanan haji berlangsung.<sup>3</sup>

### 3. Informan 3

Nama : Emma Yulianti  
Jenis kelamin : Perempuan  
Umur : 33 Tahun

---

<sup>3</sup>Sartika Noor Hawa R., Staff Tiketing dan Pelayanan Haji-Umrah, *Wawancara probadi*, Banjarmasin, 22 oktober 2018 pukul 09.30 WITA

Jabatan : Staff Administrasi

Ibu Emma Yulianti adalah seorang karyawan di PT. Albis Nusa Wisata. Jabatan beliau adalah sebagai staff administrasi. Ibu Emma Yulianti memperkenalkan produknya kepada calon jamaah haji dengan cara mempromosikan melalui broadcast sosial media, brosur, *door to door*, dan personal atau secara langsung. Menurut beliau produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan calon jamaah haji. Jumlah calon jamaah yang mendaftarkan di PT. Albis Nusa Wisata pun dari tahun ketahun bervariasi, tercatat dari tahun 2016 sampai 2018 jumlah calon jamaah yang mendaftarkan dirinya sebanyak 274 calon jamaah haji.

Upaya yang dilakukan PT. Albis Nusa Wisata dalam menarik minat calon jamaah haji adalah dengan cara mempromosikan sebanyak-banyaknya. Sedangkan kendala yang dihadapi PT. Albis Nusa Wisata dalam menarik minat calon jamaah haji adalah memberikan kepastian tanggal keberangkatan dan pelayanan yang diberikan selama menjalankan ibadah haji apakah sudah memuaskan kepada jamaah haji. Cara menghadapi persaingan antara travel lain adalah dengan tetap memberikan pelayanan yang terbaik terhadap calon tamu Allah SWT.<sup>4</sup>

#### 4. Informan 4

Nama : Ratna Apriyanti

Jenis kelamin : Perempuan

Umur : 35 Tahun

Jabatan : Staff accounting

---

<sup>4</sup>Emma Yulianti., Staff Administrasi Haji-Umrah, *Wawancara probadi*, Banjarmasin, 22 oktober 2018 pukul 09.30 WITA

Ibu Ratna Apriyanti adalah salah satu karyawan di PT. Albis Nusa Wisata, jabatan beliau adalah accounting (keuangan). Selama beliau bekerja di PT. Albis Nusa Wisata, cara memperkenalkan produk bermacam-macam, salah satunya dengan cara promosi melalui brosur, personal, sosial media, dan door to door. Menurut ibu Ratna, produk haji tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan calon jamaah haji karena mengutamakan kenyamanan calon jamaah ketika melaksanakan ibadah haji nantinya. Jumlah calon jamaah yang mendaftarkan dirinya di PT. Albis Nusa Wisata dari tahun 2016 sampai 2018 sebanyak 274 orang calon jamaah haji.

Upaya yang dilakukan dalam menarik minat calon jamaah haji adalah dengan cara mempromosikan sebanyak-banyaknya dan mengikuti pameran-pameran haji. Sedangkan kendala yang dihadapi dalam menarik minat calon jamaah haji adalah memberikan kepastian tanggal keberangkatan dan pelayanan selama menjalankan ibadah haji nantinya. Untuk menghadapi persaingan dengan travel-travel lain, PT. Albis Nusa Wisata memberikan pelayanan sebaik-baiknya.<sup>5</sup>

#### 5. Informan 5

Nama : Halid  
Jenis kelamin : Laki-Laki  
Umur : 38 Tahun  
Jabatan : Office boy

Bapak Halid adalah seorang office boy, tapi beliau juga membantu dalam memperkenalkan produk PT. Albis Nusa Wisata. Menurut beliau, produk haji

---

<sup>5</sup>Ratna Apriyanti., Staff Acoounting Haji-Umrah, *Wawancara probadi*, Banjarmasin, 23 oktober 2018 pukul 09.00 WITA

yang ada di PT. Albis Nusa Wisata sudah sesuai dengan kebutuhan calon jamaah haji. PT. Albis Nusa Wisata memperkenalkan produknya dengan bikin pameran, brosur dan bekerja sama dengan sub agent yang punya jamaahnya. Calon jamaah haji yang mendaftarkan di PT. Albis Nusa Wisata dari tahun 2016-2018 sebanyak 274 orang calon jamaah.

Upaya yang dilakukan dalam menarik minat calon jamaah haji adalah dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada calon jamaah. Sedangkan kendala yang dihadapi dalam menarik minat calon jamaah haji adalah Dolar yang selalu meningkat sehingga biayanya pun juga menjadi mahal. Cara PT. Albis Nusa Wisata dalam menghadapi persaingannya adalah dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harga yang diberikan.<sup>6</sup>

### **C. Analisis Data**

#### **1. Upaya PT. Albis Nusa Wisata Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Haji**

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa upaya PT. Albis Nusa Wisata dalam menarik minat calon jamaah haji adalah memberikan pelayanan yang terbaik dan mempromosikan sebanyak-banyaknya.

##### **a. Memberikan pelayanan yang baik**

Dalam memberikan pelayanan PT. Albis Nusa Wisata dapat memberikan pelayanan yang baik kepada calon jamaah haji dan memberikan fasilitas berupa

---

<sup>6</sup>Halid., office boy, *Wawancara probadi*, Banjarmasin, 25 oktober 2018 pukul 08.30  
WITA

koper untuk masing-masing jamaah haji, mukena untuk jamaah perempuan, kain ihram untuk jamaah laki-laki, buku manasik, syal, baju kaos, jilbab untuk jamaah perempuan, dan kain seragam 2 lembar masing-masingnya kepada jamaah haji.

Sedangkan diteori pelayanan atau *service*, yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen. Kualitas pelayanan kepada konsumen ini perlu terus-menerus ditingkatkan.<sup>7</sup>

Berdasarkan kasus yang diatas sesuai dengan teori yang mana pelayanan harus yang terbaik agar dapat diterima oleh masyarakat, dan dapat menarik minat calon jamaah haji. Fasilitas yang diberikan PT. Albis Nusa Wisata dapat memberikan pelayanan yang terbaik agar calon jamaah haji tertarik dalam memilih PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya.

#### b. Promosi

##### 1) Brosur

Brosur terbilang sebagai salah satu media promosi yang tradisional, dan sudah sering digunakan. Banyaknya orang yang menggunakan brosur sebagai media beriklan dikarenakan brosur yang bersifat sederhana dan *to the point*. Dengan kesederhanaannya, calon jamaah haji dapat langsung memahami maksud dari pesan yang ingin disampaikan dalam brosur. Brosur bisa didesain sesuai dengan keinginan, sehingga dapat disesuaikan dengan karakter dari PT. Albis Nusa Wisata. Semakin menarik dan unik desain yang digunakan, akan semakin menarik minat dari masyarakat untuk membaca brosur. Biaya dalam pembuatan brosur

---

<sup>7</sup>Freddy Rangkuti, *loc. Cit.*



pun terbilang relatif murah jika dibandingkan dengan media yang lain. Kelebihan lain dari media brosur adalah PT. Albis Nusa Wisata tetap bisa melakukan promosi walaupun tanpa ada pegawai yang menjaganya. PT. Albis Nusa Wisata mampu menarik minat masyarakat untuk membaca brosur dikarenakan brosur tersebut dibuat menarik dan membuat masyarakat ingin mendaftarkan dirinya untuk memilih PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya.

Sedangkan diteori tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung setelah melihat promosi yang diterapkan. Dengan meningkatkan jumlah pengunjung diharapkan mampu meningkatkan pula jumlah produk yang terjual.<sup>8</sup>

Dari teori yang diatas salah satu yang dilakukan untuk meningkatkan promosi yaitu dengan brosur yang mana PT. Albis Nusa Wisata mencetak brosur semenarik mungkin sehingga masyarakat lebih tertarik untuk membaca dan kemudian memilih PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya.

## 2) Media sosial

PT. Albis Nusa Wisata melakukan promosi melalui media sosial karena efektif dan dapat diakses oleh siapa saja sehingga jaringan promosi jasa bisa lebih luas. Media sosial yang digunakan oleh PT. Albis Nusa Wisata dalam mempromosikan pelayanan jasanya adalah melalui facebook,

---

<sup>8</sup>M. Aziz Lamazido (101311041) “Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji Dan Umroh Melalui Media Website: Studi Kasus Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umroh PT. Saibah Mulia Mandiri Semarang” (laporan tidak diterbitkan, UIN Walisongo Semarang, 2016)

instagram, whatsapp, twitter, dll. PT. Albis Nusa Wisata membuat iklan dengan tujuan menarik minat masyarakat untuk memilih PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya.

Sedangkan diteori tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung setelah melihat promosi yang diterapkan. Dengan meningkatkan jumlah pengunjung diharapkan mampu meningkatkan pula jumlah produk yang terjual.<sup>9</sup>

Kasus ini sesuai dengan teori yang ada yaitu untuk mempromosikan pelayanan jasa agar meningkatkan jumlah pengunjung PT. Albis Nusa Wisata menggunakan media sosial berupa facebook, instagram, whatsapp, twitter, dll yang mana dapat menarik minat calon jamaah haji sebagai biro perjalanan hajinya.

### 3) Baliho

PT. Albis Nusa Wisata dalam melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat biasanya dengan baliho yang diletakkan ditempat yang ramai dan sering dilalui oleh masyarakat. Baliho juga memiliki kemampuan untuk memperkenalkan jasa pelayanan dengan lebih baik ditempat yang strategis dikarenakan pemilihan tempat yang strategis sehingga masyarakat lebih tertarik untuk memilih PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya.

Sedangkan diteori tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung setelah melihat promosi yang

---

<sup>9</sup>M. Aziz Lamazido, *op.cit*

diterapkan. Dengan meningkatkan jumlah pengunjung diharapkan mampu meningkatkan pula jumlah produk yang terjual.<sup>10</sup>

Dari kasus ini sesuai dengan teori yang mana PT. Albis Nusa Wisata menggunakan baliho dan menempatkannya ditempat yang strategis untuk menarik minat masyarakat sehingga meningkatkan jumlah calon jamaah haji setelah melihat promosi yang diterapkan.

#### 4) Pameran

PT. Albis Nusa Wisata dalam melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat adalah dengan cara melakukan pameran. Dengan melakukan pameran semenarik mungkin sehingga PT. Albis Nusa Wisata mampu menarik minat masyarakat untuk memilih biro perjalanan hajinya. Dengan melakukan promosi secara pameran masyarakat lebih mudah memahami mengenai jasa pelayanan yang diberikan PT. Albis Nusa Wisata.

Sedangkan diteori tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung setelah melihat promosi yang diterapkan. Dengan meningkatkan jumlah pengunjung diharapkan mampu meningkatkan pula jumlah produk yang terjual.<sup>11</sup>

Dari kasus ini sesuai dengan teori yang mana PT. Albis Nusa Wisata menggunakan pameran sebagai salah satu promosinya sehingga

---

<sup>10</sup>M. Aziz Lamazido, *op.cit*

<sup>11</sup>M. Aziz Lamazido, *op.cit*

dapat meningkatkan jumlah calon jamaah haji dan bersedia memilih PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya.

PT. Albis Nusa Wisata melakukan upaya dalam menarik minat calon jamaah haji mereka dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan promosi seperti brosur, media sosial, baliho dan pameran. PT. Albis Nusa Wisata mempromosikan produk mereka secara jujur dan tidak memanipulasi terhadap produk yang mereka promosikan sehingga masyarakat merasa yakin untuk mendaftarkan dirinya di PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya. Hal ini sesuai dengan firman Allah QS. An-Nisa/4:29 sebagai berikut:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>12</sup>

Dari ayat diatas, dalam melakukan promosi produk harus benar dan baik sehingga masyarakat tertarik dan percaya sehingga diantara dua belah pihak terdapat unsur suka sama suka. Hal ini sesuai dengan ayat diatas dalam melakukan transaksi harus suka sama suka dan tidak mengambil harta orang lain secara batil.

<sup>12</sup>Kementrian Agama Republik Indonesia, Yayasan, Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya*. Loc. Cit

## **2. Kendala PT. Albis Nusa Wisata dalam menarik minat calon jamaah haji**

Dalam melakukan usaha tidak akan terlepas dari kendala yang mungkin saja akan mempengaruhi hasil dari proses pelayanan. Kendala bisa dihadapi oleh setiap pelaku usaha perusahaan atau bisnis lainnya termasuk PT. Albis Nusa Wisata dalam memberikan pelayanan.

Adapun dalam memberikan pelayanan PT. Albis Nusa Wisata terdapat ada beberapa kendala yang dihadapi yaitu nilai tukar Rupiah terhadap Dolar yang selalu naik, memberikan kepastian tanggal keberangkatan, dan pelayanan selama menjalankan ibadah haji.

Dari kendala ketidakpastian tanggal keberangkatan dan pelayanan selama menjalankan ibadah haji membuat masyarakat kurang yakin untuk mendaftarkan dirinya di PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya, sedangkan program haji tersebut adalah haji ONH+. Memperhatikan dari kendala-kendala yang ada di PT. Albis Nusa Wisata dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat kurangnya kepastian tanggal keberangkatan sehingga membuat masyarakat kurang yakin menjadikan PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya.

Adapun kendala nilai tukar Rupiah terhadap Dolar yang selalu naik membuat harga pendaftaran haji menjadi mahal, hal ini membuat masyarakat mempertimbangkannya. Dari kendala diatas dapat disimpulkan bahwa dengan ketidakpastian keberangkatan, pelayanan, dan harga dolar yang tinggi membuat masyarakat mempertimbangkan kembali untuk mendaftarkan dirinya di PT. Albis Nusa Wisata sebagai biro perjalanan hajinya.