

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

a. Sejarah PT Wahdan Sabilana

Berdirinya PT Wahdan Sabilana ini adalah pada tahun 2013. Pada waktu dulu ada sebuah travel yang bernama Kaltrabu dan di dalam travel kaltrabu ini terdapat salah satu pemilik travel tersebut dan pemilik travel ini memiliki anak tiga orang, dua laki-laki dan satu perempuan dan bekerja pada travel tersebut. Anak yang pertama perempuan sebagai ASN, anak kedua sebagai Direktur Utama PT Kaltrabu, dan yang ketiga sebagai Direktur PT Kaltrabu juga. Dari anak ketiga mempunyai ide untuk membuat travel sendiri karena melihat dulu ada prospek di dalam kepengurusan tiket dan visa. Kemudian anak ke tiga akhirnya membuat travel sendiri atas nama pribadi dan jadian PT Wahdan Sabilana. Dan ownernya anak yang ketiga. Di PT Wahdan ini beliau sebagai Direktur Utama dan di Travel Kaltrabu juga sebagai Direktur.

Travel Wahdan dapat izin travel umrah (PPIU) pada tahun 2013 dan juga belum mendapatkan untuk haji khusus, Travel Wahdan mendapatkan akreditasi B Pada tanggal 16 juni 2016 kemudian tahun 2018 akhirnya dapat izin untuk haji khusus (PIHK) yang beralamat di Jalan. Adhiyaksa No.3,

Sungai Miai, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan kode pos 70111. dan dipimpin oleh pimpinan cabang Direktur Utama Akhmad Faisal Rizani.SIP. dan berjalan sampai dengan sekarang.¹

b. Logo PT Wahdan Sabilana

GAMBAR 4. 1 Logo PT Wahdan Sabilana



b. Visi dan Misi PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

Travel Wahdan Merupakan sebuah organisasi atau perusahaan yang bergelut di bidang pelayanan jasa yang mempunyai visi dan misi yaitu:

1) Visi

Menjadikan biro perjalanan haji dan umrah yang profesional dan amanah dalam memberikan pelayanan terbaik kepada jemaah

2) Misi

Memberikan pelayanan terbaik kepada peziarah sebagai tamu Allah yang ada, mampu menerapkan nilai dari praktik spiritual

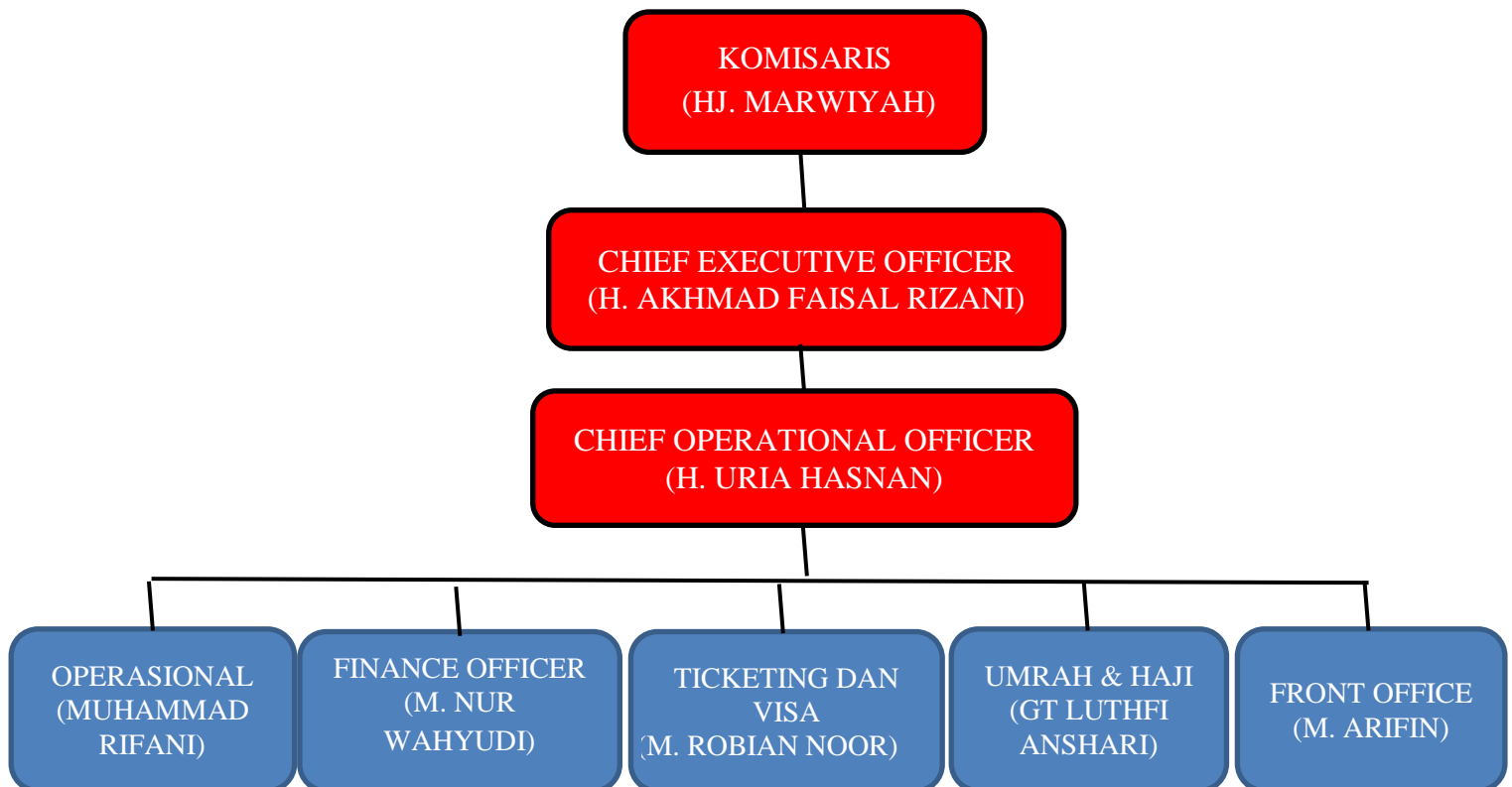
¹ Wawancara dengan Bapak Robi sebagai Customer Service PT Wahdan Sabilana Banjarmasin. 24 Oktober 2022.

haji dan umrah menuju umrah mengubah seseorang lebih baik dari sebelumnya.²

c. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah sesuatu hal hal yang sangat penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan sehingga sangat membantu dalam menjalankan tugasnya. Agar lebih terarah untuk mencapai tujuan.³ Sistem perusahaan juga memiliki arti yaitu metode atau bagaimana data dapat disusun dan di bangun dan mudah untuk dijalankan di suatu organisasi tersebut.

BAGAN 4. 1 Struktur Organisasi PT. Wahdan Sabilana



² Data dari PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, 27 Oktober 2022.

³ Data dari PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin, 27 Oktober 2022

TABEL 4. 1 Nama Pembimbing Ibadah PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

No	Nama
1	Ust. Uria Hasna Sidik LC. MA
2	Ust. Amir Hasan LC
3	Ust. Sidik LC
4	Ust. Ahmad
5	Ust. Syukrani

Dan adapun tugas tugas secara terperinci yaitu:

1) Komisaris atau Pengawas

Komisaris adalah posisi yang dipilih dan diangkat untuk mengawasi semua kegiatan perusahaan, terutama yang berkaitan dengan manajemen dan kebijakan. Tanggung jawab komisaris termasuk mengawasi kebijakan manajemen, melaksanakan Rencana Jangka Panjang, Rencana Kerja, dan Anggaran Perusahaan, serta ketentuan Anggaran Dasar Perusahaan dan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham, serta peraturan perundang-undangan yang berlaku dan peraturan, untuk kepentingan perusahaan dan sesuai dengan maksud dan tujuannya.

2) Direktur Utama Pimpinan (*Head Office*)

Direktur Utama adalah orang yang memiliki kewenangan untuk menetapkan kebijakan dan program umum perusahaan atau organisasi dalam parameter kewenangan yang diberikan oleh organ pengatur atau organ pengatur serupa, seperti dewan komisaris. Direktur Utama bertugas untuk menjadi pemimpin di dalam kantor dan melaksanakan misi dan visi di dalam kantor secara keseluruhan, juga bertanggung jawab atas

pelaksanaan tugas pokok serta fungsi kegiatan. Seorang pemimpin pun memiliki tugas untuk melakukan perencanaan, dan mengerjakan juga mengolah perusahaan yang ada di dalam wilayah kantornya yang di tempati sekarang.

3) Direktur Operasional

Direktur Operasional merupakan penanggung jawab seluruh kegiatan operasional perusahaan. Ini mencakup segala hal mulai dari implementasi operasional hingga perencanaan.

4) Sekretaris

Sekretaris ialah seseorang profesional atau perusahaan. Bergantung pada sifat pekerjaannya, sekretaris biasanya bertanggung jawab atas pemeliharaan kantor, penerapan prosedur, dan tugas administratif lainnya. Tugas sekretaris adalah melacak informasi, menjadi sumber informasi bagi pimpinan, dan membantu mereka melaksanakan tanggung jawabnya. Selain itu, Sekretaris bertanggung jawab untuk mengawasi jalannya perusahaan, yang mencakup segala hal mulai dari korespondensi dan pendataan hingga pengarsipan dan bertindak sebagai penghubung antara pihak-pihak yang ingin berkomunikasi dengan pimpinan.

5) Bendahara

Bendahara ialah sebuah unsur yang ada di dalam sebuah organisasi yang membantu kepala atau ketua untuk melakukan pengelolaan keuangan serta aktivitas terkait keuangan. Dan adapun tugas pokok seorang bendahara adalah menyusun rencana anggaran dan melaksanakan

pengelolaan keuangan dan pengadaan kebutuhan barang organisasi atau perusahaan. Bendahara memiliki tugas yaitu sebagai pengelola uang dalam perusahaan. Dari uang masuk hingga keluar dan juga membuat laporan dan menjadikan itu bahan di dalam sebuah perbaikan nantinya.

6) Petugas Tiket Dan Visa

Petugas tiket dan visa adalah untuk melayani semua jemaah baik itu dari tiket maupun visa baik dari segala hal mengenai mendaftar yang pertama hingga akhir pendaftaran.

7) Petugas Operasional

Petugas operasional ialah karyawan yang mengurus semua kegiatan yang ada di kantor maupun di luar kantor.

8) Pembimbing

Pembimbing memiliki sebuah tugas yaitu membimbing para jemaah haji di saat melakukan manasik haji yang berada di Mekkah ataupun sudah kembali ke Indonesia dan di harapkan para jemaah haji bisa mandiri, meningkatkan dalam hal beribadah baik secara benar, sah dan tertib dan juga lancar juga tentu para jemaah haji bisa memperoleh haji yang mabrur.

d. Sarana dan Prasarana

Sebagai salah satu perusahaan Travel haji dan umroh dan mempunyai kantor.⁴ Hal tersebut harus didukung oleh sarana dan prasarana yang baik agar

⁴ Dokumentasi dari PT Wahdan Sabilana Banjarmasin 12 November 2022

dapat melaksanakan tanggung jawabnya secara efektif dan efisien. Infrastruktur dan fasilitas yang dimiliki oleh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin yaitu:

TABEL 4. 2 Sarana dan Prasarana

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1.	Gedung Kantor	1
2.	Komputer	3
3.	Printer	2
4.	Meja	5
5.	Kursi	10
6.	Telepon	3
7.	Kipas Angin	1
8.	AC	2
9.	Lemari Dokumen	5
10.	Jam Dinding	2
11.	Spanduk	3
12.	Karpet	1
13.	Cctv	13
14.	Mobil	1

Fasilitas yang di berikan oleh PT Wahdan Sabilana kepada para jemaah adalah:

1. Koper
2. Tas
3. Sandal
4. Tas koper
5. Tas paspor untuk menaruh dokumen atau dompet
6. Untuk laki laki ada berupa kain ihram, seragam yang dipakai setiap hari
kamis seperti shal adalah sebagai suatu penanda

7. Id card sebagai penanda. Biasanya id card 2 lapis yaitu yang pertama ID Card yang diberikan dari PT Wahdan Sabilana dan Id Card dari Siskopatuh.
8. Untuk perempuan itu mendapatkan kerudung wilayah yang berbentuk panjang dan juga dapat shal dan mendapatkan buku doa.

e. Data Jumlah Jemaah Haji dan Umrah

Jumlah jemaah haji dan umroh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah pada tahun 2018 memberangkatkan haji khusus sebanyak 40 jemaah pertahun. Dan Kemudian pada jemaah Umrah pada tahun tahun 2019 sebelum adanya covid-19 berjumlah 1.200 jemaah . Dan kemudian selesai Covid-19 pada tahun 2020 jemaah sebanyak 6323 dengan Waiting List berjumlah 529 orang calon jemaah . Pada tahun 2019 jumlah jemaah umrah yaitu 1400 dan pada tanggal 02-Oktober-03-Februari 2020 berjumlah 2025.

Di lihat dari jumlah jemaah yang semakin mengalami peningkatan jumlah jemaah haji dan umroh. Bahwa pengaruh strategi promosi yang dilakukan sudah sangat bagus. Dilihat juga dari segi pelayanan yang bagus dan nyaman.strategi promosi yang dilakukan adalah untuk semua jenis tingkatan bisa dilakukan mulai dari pemuda hingga para orang tua dan dengan adanya ustadz pembimbing yang mengarahkan para jemaah akan dapat mempermudah dalam menarik para jemaah dan membantu.

f. Dasar hukum

Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 147 Tahun 2021 tentang Izin Operasional PT Wahdan Sabilana sebagai penyelenggara Ibadah Haji Khusus. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2020 tentang Izin Operasional PT Wahdan Sabilana sebagai Penyelenggara Ibadah Umroh.

g. Ketentuan Umum Dalam Peraturan Menteri

- 1) Pengelolaan, pembiayaan, dan pelayanan khusus yang diberikan oleh penyelenggara Penyelenggaraan Ibadah Haji Khusus adalah penyelenggaraan Ibadah Haji.
- 2) Penyelenggaraan Wisata Umrah adalah rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan ibadah umrah yang dilaksanakan di luar ibadah haji. Kegiatan tersebut antara lain memberikan bimbingan, pendampingan, dan perlindungan kepada jemaah , dan dilakukan oleh penyelenggara perjalanan umrah atau pemerintah.
- 3) Standar pelayanan Minimal yang selanjutnya disingkat SPM adalah ketentuan mengenai jenis dan mutu pelayanan dasar yang merupakan kewajiban PIHK dan atau PPIU yang berhak diperoleh setiap Jamaah Haji Khusus dan atau Jamaah Umrah secara minimal.
- 4) Biaya Perjalanan Haji khusus yang selanjutnya disebut Bipih khusus adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh Penjelajah yang akan melaksanakan Haji Luar Biasa..

- 5) Kuota Haji Khusus adalah jumlah jemaah haji khusus dan petugas haji khusus yang ditetapkan oleh menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang agama untuk menunaikan ibadah haji khusus pada penyelenggaraan ibadah haji tahun berjalan.
- 6) Nomor pengesahan adalah nomor yang diberikan oleh menteri yang membidangi urusan agama sebagai bukti transaksi titipan Khusus Bipih yang pertama.
- 7) Kas Haji adalah rekening BPKH pada bank Umum Syariah dan atau Unit Usaha Syariah yang digunakan untuk menampung Dana Haji.
- 8) BPS Biaya Perjalanan Ibadah Haji yang selanjutnya disingkat BPS Bipih adalah Bank umum syariah dan atau unit usaha syariah yang ditunjuk oleh BPKH.
- 9) Rekening penampungan adalah rekening atas nama PPIU pada BPS yang digunakan untuk menampung dana Jamaah umrah untuk penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah
- 10) Pada kementerian yang membidangi urusan agama, unit kerja yang membidangi perencanaan ibadah haji dan umrah dipimpin oleh Direktur Jenderal.
- 11) Kanwil Kementerian adalah unit vertikal yang menangani urusan pemerintahan di bidang agama di tingkat provinsi.⁵

⁵ Regulasip.id

i. Prosedur Pendaftaran Haji Khusus (PMA Nomor 6 Tahun 2021)

Tentang Perencanaan Perjalanan Ibadah Umrah dan Haji Khusus. Ada dua jemaah, keduanya dalam kelompok besar. Haji reguler adalah yang pertama, diikuti oleh haji khusus. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, jemaah Haji Reguler adalah mereka yang mengikuti ibadah haji yang diselenggarakan oleh Menteri. Sedangkan perintis luar biasa adalah orang yang menyelesaikan perjalanan yang diselenggarakan oleh koordinator perjalanan luar biasa (PIHK).

Strategi pendaftaran haji luar biasa melalui administrasi di PIHK dibantu melalui metodologi berikut:

1. Calon jemaah Haji Khusus mendaftar melalui PIHK;
2. Petugas PIHK melakukan input data jemaah haji Khusus ke dalam aplikasi Siskohat;
3. Petugas PIHK melakukan perekaman foto jemaah Haji Khusus;
4. Petugas PIHK mencetak SPH Khusus yang mencantumkan nomor pendaftaran dan ditandatangani oleh jemaah Haji Khusus;
5. Petugas Kantor Wilayah melakukan verifikasi dan konfirmasi pendaftaran Jamaah Haji Khusus;
6. Jemaah Haji Khusus atau kuasa jemaah Haji Khusus menyerahkan SPH Khusus kepada BPS Bipih Khusus sebagai ganti pembayaran setoran awal Bipih Khusus;

7. Petugas BPS Bipih Khusus memasukkan nomor pendaftaran dan melakukan pembayaran ke rekening BPKH yang terhubung dengan Siskohat untuk setoran awal Bipih Khusus;
8. Bipih khusus Pejabat BPS mencetak bukti toko pengenalan Bipih Unik yang mencantumkan Part Number Pelopor Luar Biasa; Dan
9. Jemaah Haji khusus melakukan pencatatan setoran awal Bipih khusus.

Sedangkan prosedur Pendaftaran Haji Khusus secara elektronik di jelaskan dalam pasal 16. Pendaftaran melalui layanan elektronik di lakukan melalui aplikasi pendaftaran haji dengan prosedur sebagai berikut :

1. Jemaah Haji Khusus melakukan registrasi pada aplikasi pendaftaran Haji;
2. Jemaah Haji Khusus memilih PIHK; C
3. Jemaah Haji Khusus mengunggah dokumen persyaratan pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam pasal 13 dan foto;
4. Pada hari kerja, Petugas Kanwil melakukan verifikasi berkas pendaftaran secara elektronik paling lama 1x24 jam;
5. Lembar bukti elektronik SPH Khusus diberikan kepada calon jemaah Haji Khusus;
6. SPH Khusus Elektronik untuk pembayaran setoran awal Bipih Khusus yang dikirimkan ke BPS Bipih Khusus oleh jemaah Haji Khusus atau kuasanya;

7. Petugas BPS Bipih Khusus memasukkan nomor pendaftaran dan mengirimkan setoran awal Bipih Khusus ke rekening BPKH yang terhubung dengan Siskohat;
8. Bipih khusus Pejabat BPS mencetak bukti toko pengenalan Bipih Unik yang mencantumkan Part Number Pelopor Luar Biasa;
9. Jemaah Haji khusus mencatat setoran awal Bipih Istimewa; Dan
10. Setelah menerima lembar bukti Bipih Khusus, jemaah menyerahkan lembar ketiga ke PIHK.⁶

j. Prosedur Persyaratan Pendaftaran Umrah pasal 5

1. Dengan menyerahkan fotokopi dokumen kependudukan seperti KTP, Kartu identitas anak, akte kelahiran, atau dokumen identitas lainnya yang sah, setiap muslim dapat mendaftar sebagai jemaah Umrah.
2. Pendaftaran jemaah Umrah dapat dilakukan setiap hari.
3. Pendaftaran sebagaimana dimaksudkan pada ayat (2) yaitu di lakukan di PPIU.

k. Prosedur Pendaftaran Haji Khusus PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

1. Mengisi Formulir
2. Menyerahkan Fotokopi KTP 5 lembar
3. Menyerahkan fotokopi KK 5 lembar
4. Menyerahkan fotokopi paspor 5 lembar (nama minimal 5 lembar), jika belum memiliki paspor pihak travel akan membantu membuatnya.
5. Menyerahkan fotokopi buku nikah bagi suami isteri

⁶ Kemenag go.id

6. Surat keterangan sehat dari puskesmas/dokter Fotokopi 3 lembar

7. Menyerahkan pas foto :

3x4 sebanyak 30 lembar

4x6 sebanyak 20 lembar

Dengan ketentuan :

- a) Focus
- b) uang muka sebesar \$5.000.
- c) wajah 80%
- d) Background/latar belakang putih
- e) Wanita Berjilbab
- f) Tidak berkacamata
- g) Tidak berpakaian dinas

Membayar Biaya paket haji khusus PT. Wahdan Sabilana, sudah termasuk: Tiket pesawat PP kelas ekonomi Garuda Indonesia, Visa Haji, Hotel bintang lima dekat dengan Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, Pembimbing ibadah yang bersertifikasi, makam 3x sehari menu Indonesia, Transportasi full AC, Handling Airport dan bagasi sesuai ketentuan penerbangan, perlengkapan ibadah haji, Bimbingan manasik haji sebelum keberangkatan dan selama di Saudi, Ziarah di Makkah, Madinah dan City Tour di Jeddah, Arafah dan Mina tenda khusus Maktab BPIH khusus full AC, Air Zam-Zam 5 liter, dan Tes Swab.

1. Prosedur Pendaftaran Umrah PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin

1. Pas foto dengan latar belakang putih 4x6 sebanyak 6 lembar.

2. Paspor asli yang masih berlaku dengan susunan jumlah nama 3 kata.
3. Sertifikat Vaksin Meningitis (Kartu Kuning).
4. Buku Nikah (untuk yang berangkat dengan suami/isteri).
5. Fotokopi KTP.
6. Kartu Keluarga baik yang asli juga fotokopi.

m. Persyaratan Pemberangkatan

Persyaratan Pemberangkatan Biro Perjalanan haji dan umroh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah:

1. Persyaratan
 - a. Dokumen :
 - 1) Paspor Asli dengan nama 3 suku kata dengan masa berlaku minimal 7 bulan.
 - 2) Buku Vaksinasi Meningitis.
 - 3) Pas foto 4x6 latar belakang putih 80% wajah 8 lembar.
 - 4) 1 lembar foto copy KTP dan Kartu Keluarga.
 - b. Dokumen tambahan bagi wanita di bawah 45 tahun dan anak
 1. Jika berangkat dengan suami, menyerahkan buku nikah asli; jika berangkat dengan ayah, menyertakan akte kelahiran asli.
 2. Jika berangkat tanpa suami atau ayah, dikenakan biaya mahram sebesar Rp.250.000.

3. Anak di bawah usia 17 tahun wajib melampirkan akte kelahiran asli jika berangkat dengan ayah, dan kalau tanpa keluarga, membayar uang makhram
4. Membayar uang muka pendaftaran Rp. 10.000.000,-/orang; sebagaimana aturan Siskopatuh Kemenag RI.
5. Dokumen dan pelunasan diterima selambat-lambatnya 30 hari sebelum keberangkatan

n. Harga Paket Umrah

TABEL 4. 3 Harga Paket Umroh Tahun 2022 dan Tahun 2023

NO	PAKET	HARGA
1	UMRAH LIBUR AKHIR TAHUN 13 HARI TAHUN 2022 (Paket A) Paket Quad Paket Triple Paket Double (Paket B) Paket Quad Paket Triple Paket Double	Rp. 39.900.000 Rp. 41.600.000 Rp. 43.200.000 Rp. 34.800.000 Rp. 36.200.000 Rp. 38.000.000
2	UMRAH REGULER 1444 H 12 HARI TAHUN 2023 (Paket Standar) Paket Quad Paket Triple Paket Double (Paket Eksklusif) Paket Quad Paket Triple Paket Double	Rp. 34.300.000 Rp. 35.700.000 Rp. 37.500.000 Rp. 39.400.000 Rp. 41.100.000 Rp. 42.700.000
3	UMRAH REGULER 1444 H 13 HARI TAHUN 2023 (Paket Standar) Paket Quad Paket Triple Paket Double (Paket Eksklusif) Paket Quad Paket Triple Paket Double	Rp. 34.800.000 Rp. 36.200.000 Rp. 38.000.000 Rp. 39.900.000 Rp. 41.600.000 Rp. 43.200.000

(Sumber. Pada brosur PT Wahdan Sabilana)

Persyaratan Pemberangkatan Biro Perjalanan haji dan umroh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah:

2. Persyaratan

a. Dokumen :

- 5) Paspor Asli dengan nama 3 suku kata dengan masa berlaku minimal 7 bulan.
- 6) Buku Vaksinasi Meningitis.
- 7) Pas foto 4x6 latar belakang putih 80% wajah 8 lembar.
- 8) 1 lembar foto copy KTP dan Kartu Keluarga.

b. Dokumen tambahan bagi wanita di bawah 45 tahun dan anak

1. Jika berangkat dengan suami, menyerahkan buku nikah asli; jika berangkat dengan ayah, menyertakan akte kelahiran asli.
2. Jika berangkat tanpa suami atau ayah, dikenakan biaya mahram sebesar Rp.250.000.
3. Anak di bawah usia 17 tahun wajib melampirkan akte kelahiran asli jika berangkat dengan ayah, dan kalau tanpa keluarga, membayar uang makhram
4. Membayar uang muka pendaftaran Rp. 10.000.000,-/orang; sebagaimana aturan Siskopatuh Kemenag RI.
5. Dokumen dan pelunasan diterima selambat-lambatnya 30 hari sebelum keberangkatan.

B. Penyajian Data

1. Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Haji dan Umroh pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

Berdasarkan hasil wawancara peneliti mengetahui strategi yang digunakan oleh PT Wahdan adalah tentang Periklanan (*Advertising*), Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), Pemasaran langsung (*Direct Marketing*), Pemasaran Online. Adapun penyajian data yang penulis gunakan adalah berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Luthfi Sebagai Berikut:

*“Untuk promosi Wahdan biasanya kami menggunakan beberapa agen Wahdan, pajangan di depan kantor berupa reklame bagi brosur dan lain – lain. Untuk di media social kami memakai di grup wa, ig, ataupun blok resmi PT Wahdan Sabilana. Jamaah Wahdan biasanya mendaftarkan haji ataupun umroh karena sudah pernah ber umroh dan berhaji di wahdan. Untuk promosi penjualan di wahdan menggunakan promo-promo dengan memberikan voucer-voucer ataupun diskon langsung ke jemaah yang mau berangkat. Biasanya jemaah umroh yang sudah berangkat akan menceritakan kepada rekan-rekan tetangga kerabat keluarga ataupun orang-orang di sekitar jemaah tersebut. Kalo yang bersangkutan berumroh dan berhaji di PT Wahdan Sabilana. Jamaah tersebut untuk mendaftar haji khusus biasanya bersangkutan ber umrah di Wahdan dan pernah merasakan jasa pelayanan di wahdan jadi tidak bimbang ikam mendaftarkan haji khusus nya di wahdan. untuk pemasaran online biasanya dilakukan dengan postingan-postingan di media social berupa Ig, Wa, grup-grup di wa, dan blog-blog wahdan”.*⁷

Dari hasil wawancara di atas dengan Bapak GT Luthfi Anshari adalah salah satu karyawan yang ada di PT Wahdan Sabilana beliau menjelaskan bahwa Strategi Promosi yang digunakan adalah melalui agen agen Wahdan, pajangan yang berada di depan kantor yang berupa reklame dan juga bagi-bagi brosur dan untuk menggunakan social media PT Wahdan Sabilana ini juga menggunakan

⁷ Wawancara dengan bapak luthfi, tanggal 21 november 2022 di kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

grub-grub whats up, instagram ataupun blok resmi PT Wahdan Sabilana Banjarmasin. Biasanya jemaah PT Wahdan ini mendaftarkan haji ataupun umroh karena pernah berangkat umroh di PT Wahdan Sabilana. Untuk promosi Penjualan PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini menggunakan promo-promo dengan cara memberikan voucher-voucher.

Kemudian hasil wawancara bersama dengan Bapak M. Robian Noor beliau menjelaskan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh PT Wahdan adalah menggunakan baliho beliau menjelaskan bahwa:

“Kalo di Wahdan biasanya kita sistem promosinya kita di depan ada Baliho, habistu kalo promo-promo tu bisa lewat media social, instagram, habistu promonya tu cos market bisa jua misalnya kita join sama bank apa. Itu kita meadakan pameran . buhan bank meadakan pameran habistu di gaitnya ke buhan kita bekerja sama. Kita naroh brosur di sana nanti kalo yang handak daftar itu lewat sana itu ada promosi dapat diskon berapa voucher nya berapa biasanya tu 500 ribu pada saat itu dapat voucer.”

Kemudian beliau menambahkan mengenai sistem promosi yang dilakukan oleh PT Wahdan Sabilana adalah menggunakan hubungan bersama ustadz-ustadz beliau menjelaskan bahwa :

“Nah untuk sistem promosi yang kaya baliho tadi. Kalo untuk berisi hubungan misalnya kita ada hubungan kerjasama seperti kita menggayat ustadz, guru, nah itu bisa. Contoh misalnya ustadz shidiq yang ada di pal 7. Jadi sidin biasanya kan banyak beisi jemaah habistu kina misalnya ada pengajian sidin mengisi pengajian di langgar atau di masjid. Ayo jar sidin siapa yang handak berangkat umroh berangkat sama PT Wahdan. Nah itu ustadz shidiq nya sudah kita padahi dahulu. Ustadz amun pian handak umroh bisa lewat kami nah kena ada ja gasan pian kaya sidin nya kah yang gratis berangkat dengan membawa jemaah sidin gabung dengan jemaah wahdan nah itu bisa, habistu paling kalo ke jemaah nya langsung paling xx jemaah kita”

Kemudian beliau menjelaskan bahwa setiap keberangkatan haji dan umroh mendapatkan informasi melalui grub-grub yang ada di whats up dan untuk strategi

selanjutnya adalah melalui orang-orang yang pernah berangkat haji dan umroh dengan PT Wahdan Sabilana Banjarmasin Beliau mengatakan:

“kita kan setiap keberangkatan tu ada yang namanya grub umroh. Nah misalnya grub umroh tu sudah selesai dalam 3 bulan misalnya musim ini sudah selesai habistu musim kaina kan pasti ada membuka promo lagi nah itu biasanya kita share dalam grub tu. Kita share tarus untuk promo-promo tu kaya brosur tu supaya jemaah jemaah yang pernah umpat lawan kita tu tahu oh ada keberangkatan lagi oh ada promo lagi apalagi kan biasanya jemaah umroh tu kami berikan promo khusus pasti ada potongan kalo inya pernah umpat lawan wahdan nah kaya itu. Kao secara langsung ke jemaah -jemaah paling kedada. Internal keluarga dari kami karyawan paling kekaitu aja. Ada ya itu tadi contoh misalnya kita curs market kan nasabah-nasabah bank disana.”

Beliau juga menambahkan bahwa strategi promosi haji dan umrah yang ada di PT Wahdan Sabilana ini menggunakan even-even ataupun pameran yang disitu terdapat voucher-voucher berikut penjelasan beliau :

*“Jadi bank tu mengada kan even apa pameran nah kita di suruh ngisi untuk mengisi stand buhannya disana kita meandak brosur di sana kita andak vouchernya jua nah itu biasanya voucher nya 500 ribu per orang tapi itu moment nya aja kalo bank nya lagi menggani. Tapi kita pasti ada timbal balik soalnya kan kita ajak kerja sama lawan bank tu kan macam macam kan misalnya ada deposit, dana. Ada garansi itu kerja sama lawan bank. Kita memberi bank suplay indemen lah modelnya tu na . saling menguntungkan. Kita membantui bank. Kina bank membantui kita jua gasan promosi tadi nah kaya itu. Pemasaran secara online ini paling via media social habis itu lewat selebgram misalnya selebgram yang misalnya dai dai atau qori qori kah. Nah itu paling minta endore kaya itu tapi lebih banyak nya kita pakai promosi yang berbayar di instagram”.*⁸

Bapak M.Robian Noor beliau adalah karyawan dari PT Wahdan Sabilana Banjarmasin Berikutnya data yang didapatkan dari hasil wawancara dengan Ticketing dan Visa Bapa M. Robian Noor. Beliau mengatakan bahwa PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini adalah menggunakan baliho yang berada di depan kantor kemudian ada promo-promo di media social, instagram, dan bisa juga

⁸ Wawancara dengan Bapak M. Robian Noor, tanggal 21 November 2022 di kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

melalui hubungan dengan bank. Dari bank ini akan mengadakan suatu pameran dan disinilah PT Wahdan Sabilana Membagikan brosur-brosur yang mengenai tentang PT Wahdan Sabilana Banjarmasin. Dan adapun beliau juga menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan oleh PT Wahdan Sabilana adalah diskon berupa voucher-voucher yang bisa mencapai 500 ribu. Dan adapun bentuk dari strategi adalah melalui hubungan kerja sama dengan para Ustadz atau guru agama untuk dapat memberitahukan atau menjelaskan PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Dari hasil wawancara bersama bapak Ariffin beliau menjelaskan bahwa PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini menggunakan promosi periklanan, berikut penjelasan beliau menjelaskan :

Jadi untuk yang bentuk strategi promosi periklanan yang menggunakan papan reklame atau sponsor nya ada di muka situ di depan itu berupa papan reklame sama yang disini sebelum masuk di sebelah kiri. Untuk yang kalo sponsor-sponsor yang menggunakan itu lebih ke media social instagram biasanya brosurnya nah di situ. Menggunakan promosi penjualan pribadi secara fast to fase ada beberapa jemaah yang kaya itu langsung yang terkait dengan keluarga bahwa sanya ikut wahdan kaya ini kaya ini jadi it utu menarik jemaah jua. Untuk bagian strategi yang menggunakan sales promotion ini ada waktu dulu masa corona jadi kami ada membuka restoran di bawah nama resto nya dapur wahdan keterkaitannya untuk profilnya masih sama sama sekarang. Jadi setiap minimal pembelanjaan itu dapat voucer diskon nya masih ada sampai sekarang itu 500 ribu potongan dari sini. Paling kada dari kita nya pribadinya baik lawan masyarakat nya di sekitar kayapa pandangan masyarakat sekiranya perusahaan ini baik.

Kemudian beliau juga menambahkan mengenai tentang pemasaran online yaitu menggunakan para karyawan melalui sosial media beliau menjelaskan:

Tapi untuk masalah menawarkan atau itu masalah masing masing konsumen nya handak dimana. Kedida paksaan langsung. Kalo untuk penjualan pribadi itu tidak ada karena kami langsung merangkap berataan siapa pun yang jemaah yang terkait itu yang kami ambil jadi ditrima atau kadanya iklan dari

*kami itu belakangan yang penting kami memadahkan bahwa sanya di wahdan persyaratan nya kaya ini fasilitasnya kaya ini hotel ini harganya seini sekian. Nah kalo untuk pemasaran online ni ada setiap dari karyawan ataupun dari sosial instagram kaya bos bos nya banyak tuh hubungan terkait dengan direktur utamanya jadi biasanya di pasarkan lewat status Whats up atau instagram kaya itu nah.*⁹

Bapak M. Ariffin adalah karyawan yang ada di PT Wahdan Sabilana. Bapak M. Ariffin ini adalah bagian Front Office. Beliau menjelaskan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh PT Wahdan adalah salah satunya berupa papan reklame atau sponsor yang berada di depan kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin. Untuk strategi promosi seperti sponsor PT Wahdan ini menggunakan sosial media seperti instagram, whats up untuk strategi promosi.

PT Wahdan juga Menggunakan strategi promosi berbentuk penjualan pribadi berupa Fast to fast yaitu dengan cara melalui anggota keluarganya yang pernah berangkat menggunakan PT Wahdan Sabilana ini. Untuk bagian menggunakan sales promotion pada saat pandemi PT Wahdan ini membuka satu restoran yang berada di lantai bawah kantor PT Wahdan untuk menarik para Jemaah. Setiap minimal pembelanjaan para calon jemaah akan mendapatkan diskon voucher dan nada sampai dengan sekarang. Potongan bisa sampai dengan 500 ribu. Untuk pemasaran secara online adalah berupa dari social media instagram dengan hubungan dengan orang lain atau bos-bos yang terkait dengan direktur maka dengan ini lah promosi PT Wahdan bisa di pasarkan dengan melalui status WA.

⁹ Wawancara dengan Front Office Bapak M. Arifin, tanggal 12 November 2022 di kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Dari hasil wawancara dengan para jemaah bersama Bapak Ahmad beliau menjelaskan bahwa:

“Kalo untuk strategi PT Wahdan ni gasan aku yang urang tuha ni lah nyaman nya Tu betakun lawan para ustadz yang ada hubungan lawan PT Wahdan ni karena kami buhan urang tuha ni nang kada tahu di hp ni ngalih handak tahu mencari travel yang manulakan haji lawan umrah ni. Lawan jua bisa jua lewat kelurga nang suah tulak lawan Travel ini kawa batatakun kaya itu nah nyaman kalu inya memadahi akan kayapa kayapa nya. Lawan jua di wahdan ini kadang jar ada bisa jua promo kaya itu nang menambah menyamani akan buhan kami ni. Untung nya PT Wahdan nang ini kada lewat hp aja kawa ya itu tadi lewat ustadz kah atau pembimbing nya kah nang kawa membantu menjelaskan lawan kami nyaman nya tu disitu pang. Pelayanan nya jua bagus jua hen kaya itu.”¹⁰

Bapak Ahmad adalah jemaah PT Wahdan Sabilana Banjarmasin, beliau berangkat pada tahun 2020 Bapa Ahmad berangkat bersama dengan Istri beliau. Bapak Ahmad mengetahui mengenai PT Wahdan Sabilana ini adalah melalui para Ustadz pembimbing atau dengan ustadz yang memiliki hubungan dengan PT Wahdan. Beliau menjelaskan bahwa dengan adanya Ustadz ini dapat memudahkan memberikan pemahaman kepada para orang tua.

Kemudian berikut hasil wawancara bersama dengan ibu Siti beliau menjelaskan mengenai strategi PT Wahdan Sabilana Banjarmasin sebagai berikut:

“Pertama aku tahu lawan PT Wahdan ini aku umpat pengajian di masjid nah imbah itu ustadz nya tu bekisah kisah tentang PT Wahdan ni jar sidin mun handak tulah haji ataupun umroh naik PT Wahdan jar sidin. Nah dari situ imbah tu mencari cari tahu tentang PT Wahdan ni tadi lah lewat media social ada jua membacai sekalnya bagus imbah tu mencobai naik pakai PT Wahdan ni sekalnya bagus dari pelayanan nya bagus nyaman jua ada kaya promo nya tu jua

¹⁰ Wawancara dengan bapak ahmad, tanggal 14 November 2022 di depan kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

*bisa ada kaya itu na. jadi imbah bulik naik tu bekisah ai lagi lawan bubuhan kelurga nang ada dirumah lawan tetangga kaya apa PT Wahdan ni”.*¹¹

Ibu Siti adalah jemaah PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ibu Siti berangkat pada tahun 2020 bersama dengan anak nya. Ibu Siti mengetahui mengenai PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini adalah dengan cara ibu Siti pergi ke suatu pengajian di masjid dan pada saat itu terdapat seorang Ustadz yang sedang menjelaskan kepada orang-orang yang ada di majelis tersebut mengenai PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini. Melalui ini lah ibu Siti percaya dengan PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Peneliti juga mendapatkan informasi dari jemaah mengenai Strategi Wahdan beliau mengatakan:

*“Menurut aku lah PT Wahdan ni nyaman pelayanan nya bagus imbah tu pulang cara buhan Travel nya ni mempromosikan ni banyak jua ada yang bisa dapat promo ada jua yang bisa dapat voucher imbah tu pulang bagi yang urang tuha yang kada tapi tahu lawan hp tu nyaman aja mun handak tahu tentang PT Wahdan ni misalnya kan ada tu ustadz yang biasanya mengadakan pengajian nah sidin tu bisa jua selajur memadahi akan mengisahkan kayapa PT Wahdan ni. Imbah itu kantor nya ni nyaman haja di tamui soalnya di pinggir jalan kota aja jadi kada ngalih mun handak mencari. Bisa jua tahu informasi tentang wahdan ni lewat kaluarga nang suah naik haji pakai travel ini”.*¹²

Bapak ariffin adalah salah satu jemaah dari PT Wahdan Sabilana Banjarmasin. ketika bapa ariffin. Bapak ariffin berangkat pada tahun 2019 bersama dengan istri dan anak beliau. Katika bapa ariffin ini berkunjung ke kantor PT Wahdan bapak ariffin merasakan bahwa pelayanan yang ada di PT Wahdan ini

¹¹ Wawancara dengan Ibu Siti, tanggal 16 November 2022 di pinggir jalan dekat kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

¹² Wawancara dengan Bapak Ariffin, tanggal 19 November 2022 di depan kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

sangat nyaman dan juga terdapat promo promo dan voucher. Beliau mengetahui PT Wahdan ini adalah dengan cara lewat depan PT Wahdan dan melihat tentang PT Wahdan ini dan melalui pengajian yang terdapat ustadz nya dan memberikan informasi mengenai PT Wahdan ini.

Kemudian peneliti menambahkan hasil wawancara bersama dengan Bapak Fathurrahman beliau mengatakan bahwa:

*“Nyamannya bila ada promosi yang lewat hp ni kam nyaman haja kaya belelihat walaupun kada seharat itu mengulai hp setidak nya ada haja melihat lawan betetakun lawan anak yang bisa micik hp. Kaya misalnya ada di kaya di face book atau instagram nya ada juga jadi kawa belelihat sambil membaca disitu banyak jua bukti urang yang suah naik travel wahdan ni”.*¹³

Bapak Fathurrahmah adalah salah satu jemaah dari PT Wahdan berangkat pada tahun 2020 berangkat bersama dengan anak beliau. Beliau mengetahui mengeahui tentang PT Wahdan adalah lewat Handphone dan media social bisa lewat instagram atau lewat social media Facebook.

Peneliti melakukan wawancara dengan jemaah PT Wahdan Sabilana Banjarmasin bernama Bapak Yusuf beliau mengatakan bahwa:

Mun menurutku lah nyamn aja pang mendapatkan informasi tentang travel PT Wahdan ni. Mun aku kan masih bisa aja mengulai hp kytu na jadi aku

¹³ Wawancara dengan bapak Fathurrahman, tanggal 23 November 2022 di dalam kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

*paham aja. Mun aku mencari informasi nya tu lewat social media pang kyapa adakah promo adakan voucer nya jadi nyaman aja tahu toh info nya.*¹⁴

Bapak Yusuf adalah salah satu jemaah PT Wahdan Sabilana Banjarmasin yang berangkat umroh pada tahun 2019 beliau berangkat bersama dengan isteri beliau. Beliau mengetahui bagaimana PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini adalah melalui strategi promosi online melalui media sosial.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan informasi bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin sudah sangat bagus karena bisa membantu para Calon jemaah untuk mendapatkan Informasi mengenai berbagai strategi yang dilakukan oleh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

2. Faktor Penghambat dan Pendukung strategi promosi PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

Adapun beberapa yang menghambat ada di PT Wahdan ini seperti yang di sebutkan oleh karyawan adalah bapak Luthfi beliau mengatakan bahwa yang menjadi faktor penghambat adalah harga tiket pesawat yang domestic beliau mengatakan bahwa:

*“Harga tiket pesawat domestic dan international yang sangat tinggi pang biasanya tu mengenai fakor penghambat nya untuk harga tiket yang tinggi, kurs dollar dan straight persaingan bisnis”.*¹⁵

¹⁴ Wawancara dengan bapak Yusuf, tanggal 28 November 2022 di depan Kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

¹⁵ Wawancara dengan bapa Luthfi , tanggal 21 November di kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Bapak luthfi menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang menjadi penghambat adalah harga tiket pesawat yang domestic dan internasional yang sangat tinggi dan yang menjadi faktor penghambat nya adalah harga tiket yang tinggi, kurs dollar dan straight persaingan bisnis.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Ariffin beliau menjelaskan bahwa:

*“Kalo untuk faktor penghambat nya biasanya tu yang dari kalangan orang tua yang kurang update masalah nya ada beberapa jemaah jua yang kudet yang kada bisa menggunakan hp jadi itu dapat kabar dari keluarga-keluarga ataupun ikut dari guru kami biasanya ada guru.biasanya dari guru-guru jua merekrut nya kada yang langsung datang kesini atau dapat brosur dari social media kaya itu nah”.*¹⁶

Bapak Ariffin yang menyebutkan bahwa yang menjadi salah satu faktor penghambat nya strategi promosi adalah yaitu berasal dari kalangan orang tua yang kurang memahami mengenai tentang social media.

Faktor yang menghambat dan pendukung adalah ini lah juga harus di tangani dan diberikan solusi untuk kemajuan travel haji dan umroh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini. Yang menjadi salah satu faktor yaitu berasal dari kaum orang tua yang susah mendapatkan informasi. Dengan hal ini bagaimana PT Wahdan ini bisa membantu para kalangan orang tua dalam mendapatkan informasi mengenai Haji dan Umroh di PT Wahdan.

¹⁶ Wawancara dengan bapa M. Arifiin, tanggal 12 November 2022 dikantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

C. Pembahasan

1. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah jemaah Haji dan Umroh Pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

Wisata dalam hal yang religi adalah salah satu bentuk dari pariwisata yang bertujuan agar dapat memenuhi kebutuhan manusia dari secara perspektif spiritual atau sebagai sarana untuk memperkuat iman dan taqwa dengan cara mengunjungi tempat-tempat atau makan yang memiliki unsur religius yang merupakan suatu bentuk kunjungan ke Mekkah untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh atau mengunjungi makam-makam yang terkenal dengan para ulama seperti ziarah Wali Songo. Wisata religi adalah bentuk perjalanan untuk meningkatkan sisi religi dan spiritualitas seseorang. Wisata religi juga menekankan pada suatu keunikan, keindahan dan juga nilai-nilai religius yang terkandung di dalamnya.¹⁷

Gagasan yang menghubungkan antara manajemen, bimbingan dan juga pemasaran haji dan umroh kepada media social. Satu langkah maju bagi travel haji dan umroh seperti pada Mi'raj di Bandung. Di dalam hal kegiatan keagamaan seperti hal nya seperti perjalanan haji dan umrah, padat dan juga harus terjalin hubungan yang terjalin dengan baik antara pihak pihak yang berelasi seperti untuk manajemen pertanggungjawaban. Dengan adanya ustadz yang membimbing perjalanan sebagai pihak yang bertanggung jawab demi berhasilnya

¹⁷ Narulita Sari, Arip Suprasetio, Azry Arvah Hidayat, Rihlah Nur Aulia, *Promotion Strategy For Religious Tourism In DKI Jakarta Through Websites And Social Media*, Dalam Jurnal *Proceeding ASEAN Youth Conference* Tahun 2019 h. 2599-2643

ibadah yang dikerjakan. Dan para jemaah sebagai pihak yang mestinya dilayani dan dipertahankan.¹⁸

Seperti yang dilakukan oleh PT. Arminareka perdana yang menggunakan cara sistem direct Selling dengan syariah yang yaitu sebagai cara atau metode dalam bermitra antara satu orang ke orang lain nya. Dengan metode tersebut dapat menarik para jemaah untuk mendaftarkan dirinya. Mengenai pertumbuhan kegiatan keagamaan perjalanan haji. Strategi dalam bentuk direct selling ini telah dipraktekkan dan dijalankan.¹⁹

Di dalam menjalankan sebuah perusahaan atau organisasi memerlukan sebuah strategi promosi yang akan membantu dalam menjalankan suatu kegiatan agar tercapainya sebuah tujuan yang telah direncanakan. Sebuah perusahaan atau organisasi tidak akan pernah lepas dari yang nama nya sebuah promosi karena dengan cara promosi maka akan dapat memperkenalkan barang atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. Adapun strategi promosi yang terdiri dari beberapa bentuk untuk dapat memasarkan dan memperkenalkan suatu barang atau jasa. Adapun strategi promosi adalah:

¹⁸ Khadijah Siti, Evi Novianti, dan Rully Khairul Anwar, *Social Media In Guiding And Markting Religious Tourism The Case Of Umrah And Hajj Services*, vol, 24 Jurnal Ilmu-ilmu Sosial dan Humaniora (Bandung, 2022) h. 1

¹⁹ Amilia Shofie Budi Rachmawati dan Nur Rizqi Febriandika, *Implementation of Sharia Business Strategy Development Through Sharia Multilevel Marketing Schemes in Hajj and Umrah Travel Agencies*, vol, 101 (Surabaya, 2018).

a. Strategi Promosi dari Bentuk Periklanan (*Advertising*)

Sebuah tayangan ialah sebuah penyajian bentuk mengenalkan secara tidak satu persatu dari sebuah sebuah ide, barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu. Iklan merupakan sebuah komunikasi non-individu, dan dilakukan dengan biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh organisasi, lembaga nirlaba, dan individu. Definisi umum periklanan biasanya mengandung unsur-unsur.²⁰ Yang ada di dalam sebuah periklanan Sebagai berikut:

1) Nama Produk

Unsur-unsur iklan yang pertama adalah Nama produk. Nama produk menjadi salah satu identitas dari produk yang akan ditawarkan. Informasi mengenai nama harus lebih ditekankan agar mudah dapat dikenali oleh khalayak ramai, maka dari itu perlu untuk mempersiapkan nama produk yang bagus yang kreatif agar calon pembeli tertarik membeli produk atau jasa yang ditawarkan

2) Gambar Produk

Gambar menjadi salah satu identitas produk yang akan ditawarkan melalui gambar orang akan melihat dan akan tertarik.

3) Lebih Menampilkan Keunggulan

Dalam sebuah tayangan atau iklan yang menjadi keunggulan dalam produk harus lebih di tampilkan yang nanti nya akan menjadi nilai plus atau nilai

²⁰ <https://www.bola.com>

tambahan dan menjadikan alasan para konsumen membeli atau memakai produk yang ditawarkan.

4) Kalimat Deskriptif

Kalimat Deskriptif adalah kalimat yang menuliskan sesuatu dan menjelaskan ciri-ciri khusus dan keterangan yang bersangkutan dengan produk atau jasa yang ditawarkan melalui periklanan. Penggunaan kata pada kalimat ini harus menarik dan mudah untuk dipahami oleh khalayak ramai.

5) Kalimat Persuasif atau Ajakan

Selain dalam menggunakan kalimat deskriptif iklan juga harus menggunakan kalimat yang persuasif atau kalimat yang berbentuk ajakan. Fungsi kalimat ini penting untuk mengajak atau membujuk orang untuk memakai suatu produk atau jasa yang sedang di iklankan.

6) Menarik Perhatian

Unsur-unsur yang terdapat dalam sebuah periklana adalah dapat menarik perhatian. Dalam membuat iklan tentunya harus terdapat ide-ide baru yang mampu menarik perhatian khalayk ramai sehingga iklan tersebut akan menjadi berkesan dan dapat di ingat.

7) Membangun Minat

Dalam periklanan membangun minat menjadi hal penting untuk diperhatikan. Iklan yang dipasang harus sesuai dengan minat atau ketertarikan dari calon konsumen. Jadi calon pembeli nya akan merasa ingin tahu dengan produk yang ditawarkan .

8) Keinginan

Dalam sebuah periklanan selanjutnya adalah memunculkan keinginan jadi iklan yang ditayangkan harus mampu memecahkan masalah yakni keinginan dari pihak konsumen.

9) Kepercayaan

Selanjutnya yang menjadi unsur-unsur dari periklanan adalah kepercayaan. Penting untuk mendapatkan rasa percaya dalam diri konsumen. Maka dari itu untuk menumbuhkan kepercayaan adalah berupa pembuktian atau testimony.

10) Kontak Penjual

Unsur yang terakhir adalah kontak penjual adalah penjual akan mencantumkan nomor telepon, akun media sosial, dan alamat toko penjual. Maka akan membuat calon pembeli lebih percaya dengan toko tersebut.

Pada hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti mendapatkan informasi mengenai strategi promosi yang di lakukan oleh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah menggunakan strategi promosi yang berbentuk periklanan yang berisi mengenai sponsor itu di lakukan di semua media sosial yang berisi brosur brosur mengenai tentang travel haji dan umrah PT Wahdan Sabilana ini dan juga menggunakan papan reklame yang berada di depan kantor PT Wahdan Sabilana untuk memperkenalkan travel haji dan umrahnya. Berkaitan dengan Teori Ibnu Sukotjo .

Periklanan adalah salah satu kegiatan yang banyak dilakukan oleh perusahaan maupun perseorangan. Dalam periklanan pihak yang memasang iklan

harus mengeluarkan sejumlah biaya pada media. Periklanan adalah “komunikasi non-individual, dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan perusahaan, lembaga non-laba, serta individu-individu).²¹ “Manfaat periklanan adalah untuk memberitahukan mengenai travel misalnya travel Wahdan ini memakai papan reklame dan juga brosur yang ada di depan kantor dan juga di dalam kantor agar ketika orang melewati kantor Wahdan akan melihat secara jelas dan juga untuk jemaah yang datang langsung ke kantor akan melihat papan reklame tersebut.

b. Strategi Promosi dari Bentuk Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi atau *Personal Selling* adalah sebuah interaksi yang dilakukan secara langsung dengan para calon pembeli atau konsumen dengan guna mempresentasikan ataupun menerima sebuah pesanan. Dan adapun tiga ciri khusus Penjualan Pribadi²² adalah sebagai berikut :

- 1) Konfirmasi personal, dan adapun penjualan personal ini mengaitkan dengan sesuatu kaitan yang hidup, secara langsung dan hubungan antara dua orang atau lebih yang melakukan suatu kegiatan. Dan dalam hal ini Masing-masing pihak dapat mengamati secara langsung bagaimana reaksi dari pihak yang lebih dekat

²¹ Lukitaningsih Ambar, *Iklan Yang Efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran*, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. Vol.13, No. 2, Oktober 2013, h.116-129.

²² <https://brainly.co.id>

- 2) Menjadikan hubungan lebih akrab, penjualan personal dapat menimbulkan banyak jenis keterkaitan mulai dari hubungan jual sampai dengan persahabatan. Penjual yang melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen maka seringkali cukup mengenal tentang keinginan para konsumen yang terbaik.
- 3) Tanggapan, penjualan personal dapat membuat para konsumen merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan dari penjual yang melakukan penjualan secara langsung tersebut.

Strategi promosi yang berbentuk Penjualan pribadi adalah sebuah bentuk interaksi yang terjadi secara langsung dengan para jemaah atau lewat suatu hubungan antara dua orang atau lebih dan menjadikan hubungan menjadi lebih akrab. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis bahwa PT Wahdan Sabilana juga menggunakan strategi promosi yang berbentuk Penjualan pribadi atau secara langsung adalah melalui terkait dengan keluarga. Dari keluarga yang pernah memakai Wahdan Banjarmasin ini akan memberikan informasi mengenai travel ini dengan para keluarga yang lain dan secara tidak langsung akan mengajak para keluarga untuk memakai jasa Wahdan.

Berkaitan dengan Teori menurut Tjiptono penjualan pribadi adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan

mencoba dan membelinya.²³ Manfaat penjualan pribadi ini adalah untuk mempermudah dan memperkenalkan travel Wahdan dengan cara melalui Ustadz atau melalui keluarga sehingga lebih mudah dipahami oleh orang lain dan lebih memberikan keyakinan untuk memilih travel ini.

c. Strategi Promosi dari Bentuk Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi adalah suatu bentuk promosi langsung melalui penggunaan berbagai tindakan juga lebih terkonsentrasi yang dapat dilakukan demi menarik pembelian. Pembelian langsung produk atau menambah kuantitas pembelian barang oleh pelanggan. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu bentuk kegiatan promosi dengan menggunakan suatu alat atau media agar dapat menarik pembeli dan yang mau mencoba atau membeli. Dan adapun Ciri-ciri promosi penjualan,²⁴ yaitu:

- 1) Komunikasi, perusahaan mendapat respon balik dan memberi informasi kepada pembeli mengenai produk yang ditawarkan
- 2) Melakukan hubungan yang lebih terkonsentrasi. Cara ini memberi perangsang yang bernilai bagi pembeli.
- 3) Intensif artinya dilakukan terus menerus, dan di tunjukkan untuk memberikan rangsangan kepada calon pembeli.

²³ Fareza Dellamita Mega, Achmad Fauzi Dah, Edy Yulianto, *Penerapan Personal Selling Garis Miring (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan Dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.9 No. 2. April 2014, h.1*

²⁴ <https://brainly.co.id>

- 4) Undangan, baik khusus atau umum Cara ini mencakup undangan khusus atau umum untuk terlibat dalam sebuah interaksi transaksi.

Strategi promosi yang berbentuk promosi penjualan atau sales promotion adalah suatu alat atau media agar dapat menarik jemaah misalnya dengan cara memberikan voucher atau kupon, free sample atau diskon untuk menarik para jemaah. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti mendapatkan informasi mengenai strategi promosi bentuk ini adalah PT Wahdan Sabilana Banjarmasin juga menggunakan strategi promosi yang berbentuk promosi penjualan atau sales promotion yaitu dengan cara pada masa pandemi covid-19 PT Wahdan Sabilana membuka sebuah restoran yang bernama Dapur Wahdan yang berada dilantai bawah kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin pada masa Covid-19.

Pada Dapur Wahdan ini pada setiap minimal pembelian akan mendapatkan voucher diskon sampai dengan sekarang yaitu mendapatkan potongan 500 ribu sampai dengan sekarang. Berkaitan dengan Teori menurut Utami Sales Promotion adalah dorongan jangka pendek untuk pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa. Bahwa promosi penjualan atau sales promotion adalah alat-alat insentif yang dipakai untuk merangsang pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa dengan lebih cepat dan lebih besar yang biasanya bersifat jangka pendek.²⁵²⁵ Manfaat promosi penjualan adalah mempermudah orang yang hendak mendaftar haji dan umroh misalnya travel memberikan voucher atau promo misalnya travel Wahdan membangun restoran yang berada di lantai bawah

²⁵ Ibid., h. 301.

kantor sehingga memberikan potongan harga secara langsung jika berbelanja di restoran tersebut sampai dengan sekarang.

d. Strategi Promosi dari Bentuk Pemasaran online

Usaha yang dilakukan oleh sebuah organisasi guna untuk memperkenalkan barang dan pelayanannya juga dapat membangun hubungan erat dengan pembeli melalui media internet. Pada hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mendapatkan informasi bahwa PT Wahdan Sabilana ini juga menggunakan strategi promosi yang berbentuk pemasaran online yaitu adalah setiap dari karyawan, dan juga melalui media sosial lainnya yang mempunyai hubungan dengan bos bos dengan direktur nya yang akan membantu mempromosikan misalnya di promosinya melalui status pada whats up untuk mempromosikan.

Dari hasil wawancara menurut salah satu anggota PT Wahdan Sabilana menyebutkan bahwa strategi promosi yang selama ini dapat berjalan dengan lancar yaitu menggunakan strategi promosi yaitu menggunakan lewat suatu agen utama pada PT Wahdan Sabilana yang mana agen tersebut dapat menarik para jemaah secara langsung untuk menggunakan travel haji dan umrah ini. Dan pada agen utama tersebut tadi yang akan langsung memimpin para jemaah untuk berangkat haji dan umrah. Dan biasa juga disebut sebagai pengumpul misalnya dari guru yang membimbing dan itu menjadi salah satu faktor pendukung karena melalui pengumpul itu akan mempermudah menarik pelanggan . dan para pengumpul itu akan mendapatkan v perjemaah . 1 orang guru biasanya dapat mengumpulkan sampai dengan 40 orang jemaah bahkan lebih.

Strategi promosi yang dilakukan oleh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah dengan cara menawarkan program umrah. Dengan melakukan strategi yaitu mendatangi berbagai instansi. Travel wahdan juga mempromosikan melalui media elektronik.

Agar dapat menang di dalam bersaing Travel Wahdan mempunyai hal yang berbeda adalah:

- a) Mempunyai kerja sama dengan Instansi.
- b) Bekerja sama dengan media cetak dan juga media elektronik.
- c) Mempromosikan juga melalui berbagai media social seperti Instagram, Facebook, WhatsApp dan juga Website.

Travel Wahdan Banjarmasin juga memiliki target yang dituju yaitu menengah ke bawah, dengan cara yang digunakan adalah memasarkan, menggunakan melakukan hubungan dengan para penanam modal yaitu melakukan kerja sama atau hubungan yang baik dengan Travel Kaltrabu. Adapun bekerja sama dengan para Travel haji dan umroh lainnya. Promosi lainnya yang dilakukan oleh PT Wahdan adalah dengan menggunakan agen-agen agar dapat menarik minat para masyarakat untuk berangkat haji khusus atau umrah dan mendaftarkan diri mereka ke PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Sudah menjadi sepatutnya bahwa perusahaan yang menyediakan jasa memberangkatkan haji dan umroh. Bahwa menjaga dan juga melindungi apa yang menjadi hak hak para jemaah atau konsumen. Seperti yang telah diketahui bahwa para konsumen adalah pihak yang memakai atau menggunakan jasa atau barang

yang telah ditawarkan oleh perusahaan jasa travel haji dan umroh. Adapun konsumen berhak mendapatkan informasi yang sesuai mengenai tentang suatu produk yang ditawarkan dan juga membuat aspek promosi yang baik. Aspek promosi atau aspek komunikasi pemasaran harus diperhatikan secara serius karena terdapat banyak nya pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Misalnya di dalam mempromosikan melalui iklan.

Atau pun dapat berupa janji janji yang telah diberikan kepada para jemaah atau konsumen. Dengan apa yang telah diterima oleh para konsumen tersebut. Dengan melalui strategi komunikasi pemasaran inilah para jemaah atau konsumen dapat mengetahui secara jelas mengenai produk yang ditawarkan oleh perusahaan travel haji dan umroh sehingga pula dapat menentukan pilihan agar menggunakan nya tersebut ataupun tidak menggunakan produk tersebut.²⁶

Strategi promosi yang dilakukan PT Wahdan Sabilana sudah bagus karena bukan hanya dari kalangan yang muda saja yang mendapatkan informasi nya melalui media sosial. Dari kalangan orang tua pun dapat dengan mudah mendapatkan informasi nya yaitu dengan melalui agen atau ustadz yang dapat memberikan penjelasan bagaimana PT Wahdan Sabilana tersebut. Dan dari segi promosi yang lain adalah ketika ingin masuk ke dalam kantor Wahdan sabilana ini kita sudah melihat bahwa terpampang jelas papan reklame atau brosur yang menjelaskan tentang PT Wahdan Sabilana ini.

²⁶ Prasetyo Ari, Intan Kusuma Pratiwi, *Islamic Business Ethics Implementation In Marketing Communication Of Hajj/ Umroh Travel Agency " X" Surabaya*, vol. 8 Jurnal Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics) 2016, h. 3.

Dalam meningkatkan jumlah jemaah haji dan umroh pada PT Wahdan Sabilana ini banyak bentuk nya sehingga di mana pun kita mencari informasi nya sudah banyak beredar misalnya di jejaring sosial instagram atau pun website PT Wahdan Sudah ada. Dari letak kantor yang strategis karena di tengah tengah kota juga bangunan kantor nya yang menarik dan juga kebersihan di kantor juga di jaga.

PT Wahdan Sabilana sudah baik dalam hal membantu yang ingin berangkat haji dan umroh misalnya dengan bisa melakukan pembayaran dengan cash sehingga para jemaah yang ingin berangkat mereka tidak harus melunasi pada saat itu juga dan juga selain itu mereka akan mendapatkan promo promo.di lihat dari hasil wawancara dan dari para responden bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh PT Wahdan Sabilana ini sudah bagus akan tetapi untuk kaum para orang tua masih terkendala karena kurang mengerti akan media sosial.

Dari beberapa responden menyebutkan bahwa banyak strategi promosi yang dilakukan oleh PT Wahdan Sabilana mulai dari para kaum muda hingga para orang tua. Di mulai dari masuk kantor ada pamphlet yang berada di luar kantor yang berada di pinggir jalan raya sehingga dapat mempermudah orang mengetahui mengenai PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini. Mengenai para karyawan sangat ramah dalam melayani Para calon jemaah yang datang atau pun tidak kekantor sehingga menjadi nilai tambahan bagi PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

Berhubungan dengan Teori menurut Mohammed, er all. Pemasaran online adalah suatu proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen melalui aktivitas online untuk memfasilitasi pertukaran ide, barang, jasa yang memuaskan keinginan kedua belah pihak.²⁷ Manfaat strategi promosi bahwa PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini menggunakan berbagai strategi yaitu periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan juga menggunakan strategi promosi yang berbentuk pemasaran online. Yang di dalam hal semua strategi yang dilakukan ini dapat dijalankan tetapi ada yang menjadi penghambat terjalannya strategi promosi ini.

Hubungan masyarakat adalah sebuah proses komunikasi yang strategis yang digunakan oleh satu pihak individu ataupun perusahaan atau organisasi untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat, sederhananya adalah hubungan masyarakat itu merupakan proses strategis dalam mengelola penyampaian dan penyebaran informasi terkait organisasi kepada masyarakat atau public gunanya adalah untuk mempertahankan reputasi yang baik dari organisasi dan mereknya.

2. Faktor Penghambat dan Pendukung Strategi Promosi Pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin

Di dalam menjalankan sebuah Perusahaan terdapat suatu faktor yang menghambat ataupun mendukung dalam terlaksananya sebuah strategi. Pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin terdapat beberapa Faktor yang menjadi penghambat dan pendukungnya strategi promosi dalam meningkatkan jumlah

²⁷ <https://library.ac.id>

jemaah haji dan umroh berikut faktor penghambat dan pendukung strategi promosi pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin.

a. Faktor Penghambat Strategi Promosi PT Wahdan Sabilana

Faktor penghambat adalah segala sesuatu hal yang memiliki sifat menghambat atau bahkan menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu berikut yang menjadi faktor penghambat strategi promosi pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin:

1) Kelemahan

Adapun kelemahan yang dimiliki oleh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin dalam mempromosikan produknya adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil wawancara peneliti mendapatkan informasi mengenai faktor penghambat dari segi kelemahan adalah misalnya dari kalangan orang tua yang kurang mengetahui atau kurang update. Ada beberapa jemaah yang kurang mengetahui artinya mereka yang tidak bisa menggunakan media elektronik seperti halnya sebuah handphone. Maka mereka mendapatkan informasi mengenai travel haji dan umrah melalui keluarga-keluarga yang pernah menggunakan travel ini dan bisa juga melalui para guru-guru. Pada PT Wahdan Sabilana mempunyai tiga guru yang membantu menjelaskan sekaligus menambah jumlah jemaah haji dan umrah. Dan ada juga yang langsung datang ke kantor dan ada juga yang melalui brosur pada social media.

2. Peneliti mendapatkan informasi mengenai PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini Melalui hasil wawancara merupakan perusahaan yang baru karena berdiri sendiri yang di sebabkan sebelumnya masih bekerja sama dan masih bersama dengan PT Kaltrabu hingga belum terlalu dikenal oleh khalayak masyarakat. karyawan dari Travel Wahdan ini belum banyak.
3. Waktu untuk menunggu haji khusus masih dibilang lama adalah lima-enam tahun, mestinya waktu untuk menunggu haji khusus berkisar dua–tiga tahun saja.

2) Ancaman

Ancaman adalah bentuk juga bisa datang dari luar berasal perusahaan di masa akan mendatang.maupun sekarang Dan adapun ancaman pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah:

1. Adapun yang menjadi Ancaman bagi Travel Wahdan untuk waktu ini ialah kompetitor yang sama, bersaing nya dengan harga competitor.
2. Terdapat keserupaan jasa pelayanan Travel Wahdan dengan jasa kompetitor lainnya dikarenakan sama mempromosikan jasa. perjalanan ibadah haji dan umroh dan bisa diatasi dengan cara pelayanan yang berbeda dari perusahaan lain. PT Wahdan Sabilana Banjarmasin memberikan pelayanan dan kenyamanan kepada pelanggan atau calon jemaah yang datang langsung ke kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin. Dan mengenai tentang ancaman pada persaingan harga dengan perusahaan lainnya dapat di atasi oleh PT

Wahdan Sabilana Banjarmasin dengan memberikan harga yang sesuai dan seimbang dengan juga selalu memberikan fasilitas terbaiknya kepada para jemaah .

3. Terdapat banyak travel haji dan umroh yang menjadi pesaing
4. Banyak nya travel haji dan umroh yang menawarkan jasa nya dengan harga yang murah.
5. Terdapat banyak nya jasa travel haji dan umroh yang mempunyai strategi promosi yang menggunakan B2B dan juga C2C.
6. pembayaran dollar yang semakin naik akan berimbas kepada biaya untuk berangkat haji dan umroh.
7. Dan timbulnya persaingan antar travel yang dikarenakan semakin banyaknya perusahaan haji dan umroh, sehingga dapat menimbulkan pengurangan kuota yang diberikan kepada setiap biro-biro penyelenggaraan ibadah haji dan umroh.

b. Faktor pendukung strategi promosi PT Wahdan Sabilana

Faktor pendukung adalah faktor yang memfasilitasi perilaku individu atau kelompok termasuk keterampilan. Berikut adalah yang menjadi faktor pendukung strategi promosi dalam meningkatkan jumlah jemaah haji dan umroh pada Travel Wahdan yaitu:

1) Kekuatan

Travel ini memiliki beberapa kekuatan yang dapat mendukung terlaksananya strategi promosi kekuatan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pembayaran pertama sebanyak 9.0099.600,00 Rupiah maka orang tersebut akan sudah terdaftar sebagai jemaah Travel Wahdan. promosi yang tengah sedang gencar dilakukan banyak Travel. juga PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah melakukan promosi secara koneksi seperti yang telah di lampirkan di atas. Maka dengan itu adanya media sosial atau website akan dapat memudahkan orang orang mendapatkan informasi. Para masyarakat akan memperkenalkan lewat alat social juga website tersebut dan juga sekaligus mempromosikan Travel haji dan Umrah. Dan di mana melalui media sosial atau website ini lah akan berisi produk, harga, layanan, alamat, testimoninya dan juga lain sebagainya.
2. Faktor Pendukung strategi promosi PT Wahdan Sabilana yaitu adalah di miliki oleh PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah terletaknya pada program solusi yang tidak ada di miliki oleh travel haji dan umrah yang lain yaitu di dalam sebuah konsep PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini adalah untuk membantu memudahkan orang lain untuk berangkat haji dan umrah dan para masyarakat yang hendak berangkat ibadah haji dan umrah tidak harus melakukan pembayaran Cash, tetapi juga ada program yang memudahkan untuk mendaftar:
3. Sisa harga paket bisa di ansur dan pelunasannya bisa dilakukan dengan 15 hari sebelum keberangkatan haji dan umrah.
4. Pada bulan yang tidak menentu di berikan harga khusus.

5. Bisa mengumpulkan atau mengajak orang untuk memilih travel haji dan umrah PT Wahdan Sabilana Banjarmasin ini maka akan mendapatkan v atau feedback. Dan dengan menggunakan pesawat Garuda Indonesia
6. Transaksi B2B dapat dilakukan secara *Online* atau *Offline*
7. B2B memiliki kekuatan kerjasama dengan sesama perusahaan dan saling kerja sama dan membantu.
8. Biaya yang lumayan relatif murah untuk C2C dan juga sama sama diuntungkan antara satu sama lain.
9. Memiliki kantor unit yang berada di Banjarbaru, Kandungan juga di Kota Baru.
10. Mempunyai Pembimbing ibadah yang berkualitas, dan di buktikan melalui sertifikasi yang di punyai para pembimbing ibadah, dan juga hampir para pembimbing dari lulusan Universitas Al-Azhar.
11. mempunyai agen agen yang sudah tersebar di beberapa daerah
12. Kualitas hotel dan juga bentuk dari pelayanan nya di arab Saudi

2) Peluang

Adapun peluang yang ada pada PT Wahdan Sabilana Banjarmasin adalah:

1. Di dalam sebuah strategi dalam memperkenalkan peoduk nya kepada pasar maka terdapat suatu peluang yang akan memberi untuk berkembangnya untuk Travel Wahdan untuk masa yang akan datang pada pasar yang berkembang. Pada saat PT Wahdan Sabilana

Banjarmasin menawarkan dan memasarkan programnya mengenai umrah kepada berbagai instansi dan di tambahnya pula dengan kekuatan berkompeten banyak nya jemaah Umrah Wahdan bertambah mengalami peningkatan terkhususnya umrah regular dan memakai pesawat Garuda Indonesia Di lihat dari jumlah jemaah nya adalah untuk jemaah Umrah tahun 2019 sebanyak 1400 orang dan pada tahun 2020 sebanyak 2025 jemaah dan pada Jamaah Haji pada 7 Tahun kebelakang ada sekitar 20 orang dan untuk daftar tunggu ada 103 orang jemaah . dan untuk jemaah umrah pada 5 tahun kebelakang itu adalah kurang lebih 300 jemaah . Di lihat dari jumlah jemaah tersebut bahwa strategi promosi yang di lakukan Travel Wahdan sudah menjalani tingkatan jemaah

2. Kemudahan yang didapatkan karena menggunakan transaksi digital

Di dalam sebuah faktor pendukung juga terdapat beberapa hal yang mempengaruhi nya adalah sebagai berikut :

1. Dari bentuk kualitas yang baik dan ramah.
2. Kantor PT Wahdan Sabilana Banjarmasin berlokasi yang terletak di pinggir jalan raya adalah salah satu bentuk lokasi yang strategis.
3. Terdapat Fasilitas ruangan kantor yang menarik, memadai, bersih, nyaman dan full AC.
4. Mempercepat dan mempermudah produktivitas dari para karyawan.
5. Dilihat dari para karyawan diwajibkan berjenis laki laki sehingga lebih mendorong dalam hal perkembangan perusahaan.

6. Operasional perusahaan juga didukung oleh peralatan dan juga sistem komunikasi yang canggih antara lain yaitu telepon dengan saluran parallel, computer dan juga mesin Fotocopy.
7. Menjadi salah satu travel haji dan umrah yang terkenal di wilayah Kalimantan selatan.
8. Ada juga memiliki bentuk kerjasama dengan beberapa hotel yang memiliki tempat pertemuan yang juga berstandar internasional dan juga kerja sama dengan biro perjalanan wisata lainnya.

Strategi promosi yang digunakan PT Wahdan Sabilana adalah menggunakan strategi periklanan (*Advertising*) yaitu menggunakan papan reklame yang ada di depan kantor dan menggunakan sponsor yang dilakukan di media sosial yang berisi brosur-brosur mengenai PT Wahdan, strategi promosi yang digunakan PT Wahdan Sabilana adalah menggunakan penjualan pribadi (*Personal Selling*) yaitu menggunakan suatu hubungan dengan melalui keluarga dan menggunakan beberapa agen, para qori dan para *dai*. Strategi promosi yang digunakan PT Wahdan adalah melalui promosi penjualan (*Sales Promotion*) yaitu dengan menggunakan sebuah restoran yang bernama dapur PT Wahdan, melalui dapur wahdan ini para calon jemaah berbelanja maka akan mendapatkan voucher atau diskon, juga melalui sebuah pameran, strategi promosi yang digunakan PT Wahdan adalah menggunakan promosi pemasaran online yaitu menggunakan media sosial. Strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan jumlah jemaah adalah menggunakan dari bentuk penjualan pribadi, karena dengan bentuk strategi ini akan lebih mudah memasuki kalangan dari muda maupun tua. Strategi yang

membedakan PT Wahdan dari travel lainnya adalah menggunakan promosi penjualan (*sales promotion*) yaitu dengan adanya dapur wahdan melalui dapur wahdan inilah dapat menambah calon jemaah karena dengan melakukan pembelian maka akan mendapatkan diskon atau potongan harga.

Faktor yang menjadi penghambat adalah harga tiket pesawat yang semakin tinggi, kemudian dari kalangan orang tua yang kurang memahami media sosial sehingga susah mendapatkan informasi terbaru mengenai PT Wahdan Sabilana.

Faktor pendukung adalah bisa melakukan pembayaran di awal sebanyak 9.0099.600,00 rupiah maka orang tersebut akan sudah terdaftar sebagai jemaah travel wahdan. Memiliki kantor unit yang berada di Banjarbaru, Kandangan dan juga di Kota Baru maka akan lebih memudahkan orang untuk berangkat haji dan umrah. Dilihat dari para karyawan diwajibkan berjenis laki laki sehingga lebih mendorong dalam hal perkembangan perusahaan.