

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah haji dan umrah merupakan suatu ibadah suci serta mulia yang dikerjakan dan diimpikan oleh semua umat islam diseluruh penjuru dunia. Menunaikan ibadah haji merupakan rukun Islam yang kelima sesudah syahadat, shalat, puasa, dan zakat. Umat Islam yang telah memenuhi persyaratan ataupun mampu, wajib melaksanakan ibadah ini. Mampu disini dilihat dari segi biaya, fisik dan waktu. Ibadah haji sangatlah istimewa. Bila ibadah lain seperti sholat, puasa, zakat membaca Al-quran dan sebagainya bisa dikerjakan di mana saja dan kapan saja sesuai ketentuannya, maka ibadah haji memiliki arti khusus tersendiri, sebab tidak dikerjakan disembarangan tempat dan waktu. Artinya ibadah haji harus dikerjakan di Tanah Suci, Mekah *al-Mukarramah* dan di waktu tertentu pula, yakni pada bulan haji atau Zulhijah.¹

Allah berfirman dalam QS. Ali Imran Ayat 97:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

“Disana terdapat tanda-tanda yang jelas, (diantaranya) maqam Ibrahim. Barang siapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, yakni bagi orang-orang yang sanggup berpergian sana. Barang siapa mengingkari (kewajiban)

¹ Halik Lubis, *Tuntunan Lengkap Wajib dan Sunnah Haji dan Umrah* (Tangerang Selatan: Mutiara Alamah, 2019).

haji, maka ketahuilah bahwa Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam.”

Sabda Nabi *Shallallahu Alaihi wa Salam*,

“Islam itu dibangun di atas lima perkara: Bersaksi bahwa tidak ada sesembahan yang haq melainkan Allah dan (bersaksi) bahwa Muhammad adalah Rasulullah, mendirikan shalat, mengeluarkan zakat, berpuasa (di bulan) Ramadhan, dan menunaikan haji ke Baitullah.” (Muttafaq Alaih)

Agar ibadah umrah bisa terlaksana dan berjalan dengan baik, maka dibutuhkan suatu perusahaan yang bergerak dalam pelayanan ibadah umrah, pelaksanaan ibadah umrah memanfaatkan jasa travel sudah menjadi pilihan masyarakat bagi yang ingin menjalankan kewajiban dari ibadah. Dan masyarakat yang memutuskan ibadah umrah tidak memerlukan waktu yang lama agar dapat menjalankan ibadah dan bisa dilakukan setiap bulan.

Di Banjarmasin ada sebanyak 27 jasa travel haji dan umrah yang berdiri untuk memudahkan masyarakat yang ingin melaksanakan kewajiban ibadah haji maupun umrah, otomatis dengan banyaknya jasa travel haji dan umrah yang ada akan membuat masyarakat akan terbagi pada setiap travel pilihannya, sehingga pada jasa travel haji dan umrah tertentu akan merasakan kurangnya peminat dari calon jamaah pada travel yang dimilikinya dan menyebabkan travel itu dalam keberangkatan setiap bulannya mengalami jumlah yang tidak stabil. Sehingga travel itu akan melakukan strategi bauran pemasaran terhadap jasa travel nya untuk meningkatkan daya tarik calon jamaah umrah. Bauran pemasaran ialah suatu susunan yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, proses, tampilan fisik, dan orang yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan

pemasaran dan semua itu ditunjukkan untuk mendapatkan respon yang diinginkan oleh pasar sasaran.¹

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) Ada 7P yakni *Product, Price, Place, Process, People, Physical Evidence* serta *Promotion*. *Product* dapat diartikan sebagai campuran produk maupun pelayanan yang dipromosikan perusahaan kepada objek pasar. *Price* yakni sebesar biaya yang wajib dibelanjakan agar memperoleh produk. *Place* dimaksud dengan tempat atau kedudukan pasar di mana penjual mendagangkan dan menyalurkan produk jualan sampai tersaji untuk pelanggan. *Promotion* merupakan upaya dalam memberikan informasi komunikasi antara pedagang dan konsumen yang bermaksud menyebarkan informasi, memengaruhi, membujuk, serta menaikan target pasar agar mewujudkan permohonan akan produk atau jasa yang ditawarkan. *People* atau yang biasa diartikan sebagai “orang” merupakan suatu hal yang menyangkut sumber daya manusia/karyawan berada diperusahaan dalam menyampaikan barang serta jasa yang dapat memengaruhi persepsi konsumsi. *Process* merupakan pengoperasian input dan output dari produsen ke konsumen. *Physical Evidence* berfokus pada kondisi fisik di tempat usaha termasuk daerah sekitarnya.²

PT. Salfany Safanusa adalah perusahaan yang siap membantu peziarah yang dimuliakan Allah dengan maksud beribadah ke Tanah Suci serta diakomodasi sumber daya manusia yang amanah, handal dan profesional.

¹ Cristian Selang, “*Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*”. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akutansi*, Vol. 1, No. 3 (2013)

² Andy Wijya dkk., *Ilmu Manajemen Pemasaran : Analisis Dan Strategi* (Sumtera Utara Yayasan Kita Menulis, 2021)

Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1995 di kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. PT. Salfany Safanusa telah memperoleh izin operasional dari Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) sejak tahun 2000 dan Penyelenggara Ibadah Umrah (PPIU) sejak tahun 2001. Sebagai Biro Perjalanan Wisata tersertifikasi, juga PPIU dan PIHK resmi terakreditasi, PT. Salfany Safanusa tergabung dalam Asosiasi Agen Perjalanan serta Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji Khusus (HIMPUH). Serta mempunyai tempat yang strategis dan beroperasi di Jl. Cempaka Besar No.41 Kelurahan Mawar, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Kode Pos 70115. Serta berada di bawah pimpinan Direktur H. Abu Hanifah Rasyidi.

Hal yang menarik dari travel ini adalah travel ini mampu mengembangkan produknya untuk meningkatkan daya tarik, yang mana sebelum covid dan sesudah covid ada sedikit perubahan untuk jumlah jamaah walaupun tidak stabil perbulannya, sebelumnya perusahaan ini hanya berfokus pada Haji Khusus dan Umrah Reguler, kini PT. Salfany Safanusa membuka paket Umrah Plus dan paket Wisata Muslim. Sehingga membuat calon jamaah ingin mencoba menggunakan travel tersebut. PT. Salfany Safanusa sedikit berbeda jika dibandingkan travel yang lain dari segi harga yang ditawarkan, PT. Salfany Safanusa dari segi harga sedikit lebih mahal jika dibandingkan travel lain yang ada di Banjarmasin.

TABEL 1. 1 Jumlah jamaah umrah di PT. Salfany Safanusa 2019-2023

Tahun	Bulan	Jumlah Jamaah
2019	Januari	29
2019	Februari	21
2022	April	7
2022	Agustus	84
2022	Oktober	74
2022	November	16
2022	Desember	35
2023	Januari	41

Menurut data dari PT. Salfany Safanusa Kota Banjarmasin, Pada tahun 2022 baru saja melakukan keberangkatan ke tanah suci setelah beberapa tahun tidak beroperasi dikarenakan covid, dan berhasil memberangkatkan calon jamaah. PT. Salfany Safanusa menawarkan paket Umrah dengan harga yang beragam tergantung paket yang ditawarkan. Berdasarkan wawancara dengan pimpinan PT. Salfany Safanusa, dalam keberangkatan pada tahun 2022 dari bulan April sampai Agustus mengalami peningkatan calon jumlah jamaah, akan tetapi pada bulan Oktober sampai November mengalami penurunan calon jamaah dan bulan Desember sampai Januari mengalami peningkatan calon jamaah. ini menandakan bahwa jumlah orang yang memakai jasa dari PT. Salfany Safanusa tidak stabil, ini menandakan dari segi strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT. Salfany Safanusa ada yang kurang.

Berdasarkan pada keterangan diatas, penulis terdorong ingin melaksanakan penelitian mengenai strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh PT. Salfany Safanusa yang menawarkan paket umrah reguler dan umrah plus yang digunakan

untuk upaya meningkatkan daya tarik masyarakat sehingga berpengaruh pada jumlah jamaah yang mendaftar, Dengan judul: **“Strategi Bauran Pemasaran Pada PT. Salfany Safanusa Dalam Meningkatkan Daya Tarik Jamaah Umrah Kota Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penggambaran latar belakang masalah yang telah diterangkan di atas, hingga bisa dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja bauran pemasaran yang dikembangkan oleh travel?
2. Bagaimana strategi bauran pemasaran pada travel dalam meningkatkan daya tarik jamaah umrah?
3. Bagaimana dampak dari strategi bauran pemasaran yang dijalankan travel terhadap jumlah jamaah umrah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang:

1. Mengetahui bauran pemasaran yang sudah dikembangkan oleh PT. Salfany Safanusa
2. Mengetahui strategi bauran pemasaran pada travel dalam meningkatkan daya tarik calon jamaah umrah
3. Mengetahui dampak strategi bauran pemasaran yang telah dijalankan travel terhadap jumlah calon jamaah

D. Signifikan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, adapun penelitian ini diinginkan bisa meninggalkan manfaat, baik dalam bidang teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diinginkan ialah sebagai berikut:

1. Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai penambah pemahaman terhadap strategi bauran pemasaran pada travel haji dan umrah agar bisa meningkatkan calon jamaah sesuai dengan target yang sudah ditetapkan diawal.
2. Secara Teoritis, Memperkaya referensi tentang keilmuan terutama dibidang strategi bauran pemasaran (Marketing Mix) 7P yakni *Product, Price, Place, Promotion, process, people, dan physical evidence.*

E. Definisi Operasional

1. Strategi

Strategi adalah suatu perencanaan mengenai cara-cara menggunakan kemampuan serta media yang ada agar bisa mengembangkan efektivitas dan efesiensi dari suatu sarana kegiatan.³ Strategi yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah strategi bauran pemasaran dari PT. Salfany Safanusa yang menggunakan strategi pengembangan, seperti melakukan pengembangan produk, kegiatan promosi, dan strategi penetapan harga.

³ Rahmah Johar. M.Pd., Dra. Latifah Hanum. M.Si. *Strategi Belajar Mengajar* (Banda Aceh: 2016), hal.1

2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran yang dimaksudkan pada penelitian ini yakni pengupayaan untuk melakukan suatu campuran pemasaran yang mencakup *product, price, promotion, process, people, physical evidence* dan *place*. Bermaksud dapat menarik minat dari calon jamaah untuk umrah dan beribadah ke tanah suci bersama PT. Salfany Safanusa, dan menjadikan travel ini sebagai travel yang terpercaya.

3. Umrah

Umrah merupakan suatu ibadah yang dilakukan ditanah suci untuk mendekatkan diri kepada Allah. Yang dimaksudkan disini adalah keberangkatan jamaah pada tahun 2022

4. Daya Tarik

Daya tarik adalah suatu kualitas dari beberapa hal yang menyebabkan munculnya minat, keinginan, atau ketertarikan terhadap sesuatu. Daya tarik yang dimaksud peneliti disini adalah bagaimana PT. Salfany Safanusa dalam membuat strategi yang bagus dalam memasarkan travelnya sehingga akan menimbulkan daya tarik masyarakat untuk menjadi jamaah travel ini.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilaksanakan oleh M. Nasrun Nazaruddin yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran dan Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji dan Umrah Prospektif Ekonomi Syariah”. Persamaan dalam penelitian ini yakni untuk meningkatkan

strategi pemasaran, adapun bedanya penelitian ini berpusat mengenai analisis strategi pemasaran serta pelayanan terhadap calon jamaah untuk bisa bersaing dengan biro yang lain, sedangkan peneliti fokus pada strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan daya tarik calon jamaah.⁴

2. Penelitian yang dilaksanakan oleh Reski Handayani yang berjudul “Manajemen Pemasaran Biro Jasa Haji dan Umrah (Studi Pada PT. Medussa Multi Bussines Centre Kabupaten Jeneponto)”. Persamaan dalam penelitian ini yakni sama-sama untuk menjalankan pemasaran, Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada aspek manajemen pemasaran secara luas terhadap jasa, Sedangkan peneliti fokus pada strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan daya tarik.⁵
3. Penelitian yang dilaksanakan oleh Faizah Yusmarita yang berjudul “Strategi Pelayanan PT Raihan Alya Tour Terhadap Jamaah Umrah Di Kota Palangkaraya” Persamaan dalam penelitian ini yakni dari segi fasilitas yang didapatkan. Perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada strategi pelayanan terhadap para jamaah, Sedangkan peneliti hanya

⁴ M.Nasrun Nazaruddin, skripsi “*Analisis Strategi Pemasaran dan Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji dan Umrah Prospektif Ekonomi Syariah*”

⁵ Reski Handayani, Skripsi “*Manajemen Pemasaran Biro Jasa Haji dan umrah (Studi Pada PT. Medussa Multi Bussines Centre Kabupaten Jeneponto)*”

fokus pada strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan daya tarik calon jamaah.⁶

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bagian yang disusun secara metodis. Setiap bab akan membahas masalah secara terpisah, tetapi semuanya terkait satu sama lain, yakni:

BAB I, Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II, Berbentuk kajian teoritis, mengenai pengertian strategi, jenis-jenis strategi, tingkatan-tingkatan strategi, prinsip untuk menyukseskan strategi, pengertian strategi pemasaran, macam-macam bauran pemasaran, unsur-unsur pemasaran, nilai pemasaran, fungsi pemasaran, kebutuhan dan pemenuhannya, pemasaran dalam islam, pengertian daya tarik.

BAB III, Metode penelitian yang berisi pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

BAB IV, Berisi dari hasil penelitian tentang bauran pemasaran yang dikembangkan, strategi bauran strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan daya tarik, dan dampak strategi terhadap jumlah jamaah pada PT. Salfany Safanusa.

⁶ Faizah Yusmarita, Skripsi “Strategi Pelayanan PT Raihan Alya Tour Terhadap Jamaah Umrah Di Kota Palangkaraya”

BAB V, Penutup yang terdiri dari kesimpulan dan rekomendasi.

