

BAB IV

LAPORAN DAN ANALISI DATA

A. Gambaran Lapangan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Ipah Mandiri Utama yang bergerak di bidang Tour dan Travel. PT. Ipah Mandiri Utama adalah perusahaan Biro Perjalanan Wisata yang berdiri sejak tanggal 13 Januari 2010 (Akte Notaris No. 20) dan SK Kemenkum Ham Nomor: No.U.430 Tahun 2020 Tanggal 18 Februari 2010. PT Ipah mandiri utama tercatat telah memberangkatkan sebanyak 1150 jamaah dari tahun 2019.

Berlokasi di Banjarmasin Kalimantan Selatan sejak awal berdirinya, PT. Ipah Mandiri Utama aktif mengadakan tour dan wisata religi baik di daerah Kalimantan Selatan sendiri maupun di Pulau Jawa terutama wisata religi Walisongo, juga tour di negara tetangga seperti Malaysia dan Thailand.

Selanjutnya pada tanggal 14 April 2014 PT. Ipah Mandiri Utama untuk pertama kalinya mendapatkan SK resmi dari Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai Perusahaan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dengan SK Nomor D/254/2014. Kemudian, pada tanggal 02 Oktober 2017 pembaharuan dan perpanjangan ijin sebagai perusahaan penyelenggara perjalanan umrah kembali menerima SK baru dengan nomor 753 tahun 2017 dan tiga tahun berikutnya kami mendapatkan ijin lagi sebagai perusahaan penyelenggara ibadah umrah dengan nomor U. 430 Tahun 2020.

Sejak pertama kali aktif sebagai penyelenggara umrah tahun 2014, kegiatan yang dilaksanakan PT. Ipah Mandiri Utama berjalan lancar baik dalam pelayanan jamaah maupun keuangan jamaah dan tidak ada catatan ringan, peringatan apalagi black list dari Kemenag dan jamaah. Dan sejak saat aktif sebagai penyelenggara umrah juga Sejak pertama kali aktif sebagai penyelenggara umrah tahun 2014 dan semua berjalan lancar baik dalam penanganan jamaah maupun keuangan jamaah dan tidak ada catatan ringan, peringatan apalagi catatan hitam dari Kemenag dan jamaah. Dan sejak saat aktif sebagai penyelenggara umrah juga PT. Ipah Mandiri Utama belum menjadi anggota salah satu asosiasi perusahaan penyelenggara umrah manapun. Adapun jumlah jamaah 5 tahun terakhir rangkum seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4 1. Daftar Jama'ah PT. Ipah Mandiri Utama 5 tahun terakhir

No	Tahun	Jumlah Jama'ah
1	2018	526
2	2019	530
3	2020	78
4	2021	65
5	2022	350

Untuk data jamaah tahun 2020 dan tahun 2021 jumlah yang sedikit ini diakibatkan dari maraknya wabah Covid-19 yang melanda hampir diseluruh belahan dunia dan mengakibatkan pemerintah Arab Saudi melarang kedatangan Jama'ah yang ingin berkunjung ke tanah suci. Bapak Rusbani Arifin juga

menuturkan bahwa pada bulan April 2020 sudah dimulai kasus penyebaran covid-19, maka PT Ipah Mandiri Utama dari awal April 2020 dan akhir 2021 mulai membatasi jam operasional mereka.

B. Laporan dan Analisis Data

Laporan dan analisis data dari penelitian ini akan dipaparkan secara runtut dan sistematis, agar laporan dan hasil penelitian ini runtut sesuai dengan tahapan-tahapan yang ada di dalam *7 point of marketing mix*.

1. Laporan Hasil Penelitian

Data penelitian ini diambil dan dilaksanakan dengan menggunakan metode wawancara terhadap Direktur Utama atau Pemilik dari PT Ipah Mandiri Utama yaitu bapak Rusbani Arifin, S.Ag. adapun runtutan wawancara yang peneliti lakukan mengacu kepada instrument penelitian yang telah peneliti ajukan kepada dosen pembimbing. Wawancara ini langsung peneliti lakukan di kantor PT. Ipah Mandiri Utama yaitu di komplek Bumi Mas Raya di jalan Handayani.

Dibawah ini adalah paparan dari laporan hasil penelitian yang akan peneliti sampaikan dengan mengacu kepada 7 tahapan dalam *Marketing Mix*, yaitu:

a. Produk

Dari hasil wawancara yang penulis dapatkan dengan Bapak Rusbani Arifin selaku direktur PT. Ipah Mandiri Utama, beliau menjelaskan Jenis-jenis produk yang ditawarkan di Tour dan Travel PT Ipah Mandiri Utama yaitu Paket Umrah 12 hari dan paket 14 hari, dan juga ada paket VIP dengan

menggunakan fasilitas hotel bintang 4 dan 5. Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Ipah Mandiri Utama, yaitu:

- 1) Umrah Reguler, dengan biaya 33,5 juta rupiah
- 2) Umrah Plus Turki, dengan biaya 37,5 juta rupiah
- 3) Haji Plus, dengan biaya 12000 dollar

Dari produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Ipah Mandiri Utama, produk umrah dan umrah plus turki yang ditawarkan oleh PT. Ipah Mandiri Utama memang seperti produk-produk yang ditawarkan oleh pesaing yang lain, akan tetapi yang menjadi menarik disini adalah paket Haji Plus yang menggunakan harga dollar. Hal ini menurut bapak Rusbani Arifin untuk menghindari kesalahan perhitungan harga mengingat kurs rupiah bisa naik dan bisa menurun.

Menurut peneliti, produk-produk dari PT. Ipah Mandiri Utama cukup menarik, karena ada tambahan Umrah plus berkunjung ke negara Turki, akan tetapi kekurangannya menurut peneliti, tidak ada tujuan lain selain ke negara turki, setidaknya pihak perusahaan menyediakan produk jasa perjalanan wisata lokal dan internasional. Contoh wisata lokal yaitu berziarah ke kubur para wali, sedangkan perjalanan internasional wisata dengan mengunjungi nagara-negara muslim yang disana banyak sejarah islam, contohnya tour ke yaman. Hal ini untuk menambah pilihan-pilihan Ketika konsumen berkunjung dan ingin memilih produk.

Sedangkan Produk Travel Umrah yang paling diminati oleh masyarakat kal-sel pada umumnya yaitu produk yang murah akan tetapi berdurasi lebih lama sekitar 14 sampai 15 hari. Pada umumnya dapat disimpulkan bahwa masyarakat kal-sel cenderung memilih produk umrah yang murah akan tetapi berdurasi lebih lama yang itu semua mengacu kepada lamanya mereka beribadah di tanah suci.

Untuk jenis produk yang sering dilakukan pembelian ulang oleh konsumen lebih kepada mengganti paket, para jamaah setelah merasakan paket yang mahal misalnya untuk VIP akan tetapi mereka merasa bahwa durasi paket VIP sama dengan durasi beribadah dengan paket reguler maka mereka kemungkinan akan lebih memilih paket yang lebih murah dengan durasi ibadah di tanah suci yang sama dengan paket lebih mahal atau VIP. Hal ini dapat kita simpulkan bahwa masyarakat kal-sel pada umumnya lebih mementingkan durasi lama beribadah di tanah suci daripada fasilitas mewah yang ditawarkan dari paket VIP.

Hal ini sejalan dengan pendapat Menurut *Kotler* Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Sehingga dalam hal ini PT Ipah Mandiri Utama telah menyediakan produk yang memang menjadi keinginan bagi tiap umat muslim untuk mengunjungi Rumah Allah. Adapun terkait dengan perbedaan paket yang ditawarkan juga untuk melengkapi beragam permintaan dari calon

pembeli dalam kenyamanan mereka beribadah sehingga prinsip kepuasan konsumen dapat terjaga.

Produk merupakan bagian penting karena konsumen akan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan ketika mereka menggunakan barang berkualitas tinggi. PT Ipah Mandiri Utama berupaya menjaga kualitas produk layanan haji dan umrah dengan mengutamakan jamaah daripada janji-janji yang tidak perlu dan berkonsentrasi pada transparansi produk. bagi jamaah yang datang.

b. *Price*

Price adalah hal yang tidak terpisahkan dari pemasaran sebuah produk, dari hasil wawancara peneliti dengan direktur PT Ipah Mandiri Utama, mereka sebagai perusahaan penyedia jasa travel umrah dan haji selalu mengedepankan dua Teknik pertama dalam *7 point of marketing mix* ini sebagai fondasi dasar dalam memasarkan produk kepada konsumen, produk yang berkualitas serta *price* yang kompetitif akan menjadi daya Tarik tersendiri bagi konsumen dan calon jamaah.

Manajemen terhadap *price* produk juga menjadi penting untuk menarik minat calon jamaah baru dan menjaga loyalitas jamaah yang lama. menurut *Kotler*, *price* merupakan nilai yang dibeli konsumen dan ditukarkan dalam bentuk manfaat. PT Ipah mandiri utama menurut peneliti memberikan penjelasan yang mendalam kepada para jamaah mengenai biaya yang wajar dalam sebuah produk travel umroh sehingga menurut bapak Rusbani Arifin

hal ini dapat menghindari janji-janji yang berlebihan dan tidak transparan kepada jamaah.

Dari aspek penentuan *price* di tiap produk yang ditawarkan oleh PT Ipah Mandiri Utama yaitu biaya VISA, biaya Tiket Pesawat, dan *Price* Hotel. Adapun *price* makanan kurang begitu mempengaruhi mengingat makanan biasanya sudah disediakan oleh pihak penginapan di mana para jamaah menginap. Dari hal ini dapat peneliti simpulkan bahwa biaya tiket pesawat, visa, dan biaya hotel atau biaya menginap menjadi indikator penting dalam menentukan *price* sebuah produk dalam bisnis Travel Umrah.

Menurut direktur PT Ipah Mandiri Utama yaitu bapak Rusbani Arifin, *discount* atau potongan harga biasanya hanya diperuntukkan kepada kerabat, keluarga atau relasi bisnis, sedangkan untuk jamaah biasa *discount* tidak ada, karena *price* biasanya sudah mempunyai standar masing-masing yang mana berarti perhitungan untung rugi sudah sesuai. Akan tetapi beliau mengungkapkan memang ada beberapa jamaah khusus yang memang loyal dan selalu ikut dalam pemberangkatan Umrah maka mereka akan mendapatkan sedikit potongan *price*. Hal ini konsisten dengan gagasan penurunan harga, semacam promosi penjualan yang sering digunakan oleh pemasar di pengecer fisik dan online yang melayani lebih banyak pengguna akhir. Diskon diterapkan sebagai persentase dari harga reguler.

Pengurangan harga atau potongan harga adalah jenis promosi penjualan yang sering digunakan oleh pemasar di bisnis bata-dan-mortir dan online

yang lebih diarahkan pada pengguna akhir. Diskon diterapkan sebagai potongan persen atau sejumlah kecil uang yang dikurangi dari daftar harga. Diskon adalah pengurangan harga yang ditawarkan kepada pelanggan oleh pemasar untuk barang dan waktu tertentu dalam upaya untuk menarik perhatian dan ketertarikan pada produk. *Kotler* mendefinisikan diskon harga sebagai penghematan yang disediakan untuk pelanggan relatif terhadap harga biasa suatu produk. Diskon, di sisi lain, adalah pengurangan harga yang ditawarkan penjual kepada pelanggan sebagai imbalan atas tindakan tertentu oleh pembeli yang menurut penjual dapat diterima.

c. *Promotion*

Bapak Rusbani Arifin menyampaikan penjelasan tentang promosi iklan produk, beliau mengatakan bahwa saat ini sebuah bisnis mengubah taktik promosinya untuk mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan situs media sosial seperti *Instagram*, aplikasi *Whats up*, dan *Telegram*. Dikatakannya, PT Ipah Mandiri Utama menjual produknya dengan memadukan teknologi dan sosialisasi serta promosi.

Hal ini sesuai dengan tujuan promosi yaitu agar suatu produk (barang, jasa, merek, atau korporasi) dikenal masyarakat luas. Dan tentunya untuk mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Dengan memanfaatkan semua media social tentunya PT Ipah Mandiri Utama akan banyak menghemat pengeluaran dalam hal promosi serta juga menjadi lebih efisien.

Untuk *fee* atau persenan dari promosi yang didapatkan langsung dari pengumpul jamaah tetap ada, menurut bapak Rusbani selaku pemilik dari PT Ipah Mandiri, *Fee* akan didapatkan bervariasi sesuai paket. Adapun satu orang jamaah umrah yang mendaftar melalui jalur marketing perorangan akan mendapatkan *fee* sebesar 100 ribu rupiah. Hal ini menjadi menarik karena pemberian *fee* akan memunculkan motivasi bagi para pemasar produk untuk terus mempromosikan produk-produk yang ditawarkan oleh PT Ipah Mandiri Utama. *Fee* juga dianggap sebagai anggaran pemasaran yang menguntungkan kepada pemilik usaha.

Pada tahun 2018, jumlah jamaah PT. Ipah Mandiri Utama mampu memberangkatkan 526 jamaah yang mana domisili jamaah ini berasal dari berbagai daerah, baik daerah perkotaan seperti Banjarmasin dan Banjarbaru, maupun daerah yang jauh dari perkotaan seperti haruyan dan kurau. Hal ini menurut peneliti bahwa PT Ipah Mandiri Utama telah menerapkan salah satu teknik promosi yang baik. Salah satu Teknik dalam mempromosikan produk yaitu *personal selling*.

Personal selling dapat diartikan sebagai mengenalkan produk secara langsung kepada para konsumen. Mendemonstrasikan produk secara langsung memang menjadi hal yang bagus untuk produk yang bisa dilihat, akan tetapi untuk mendemonstrasikan produk yang terkait dengan jasa pelayanan tentunya menjadi hal yang tidak serupa. Menurut bapak Rusbani Arifin *personal selling* yang digunakan lebih kepada mempromosikan jamaah-jamaah yang terhitung sebagai tokoh masyarakat yang pernah

berangkat haji dan umrah Bersama PT Ipah Mandiri Utama kepada calon konsumen atau jamaah yang baru.

Mempromosikan produk pelayanan kepada calon jamaah baru dengan menggunakan respon positif dari jamaah yang lama menurut bapak Rusbani Arifin sangat efektif, karena Ketika calon jama'ah baru mendengar bahwa ada tokoh-tokoh penting seperti pejabat dan ulama pernah ikut berangkat haji dan umrah dengan PT. Ipah Mandiri Utama, maka calon jamaah baru tidak akan terlalu banyak bertanya dan berpikir lagi dalam menentukan pembelian produk.

Seperti yang dikemukakan oleh *Kotler* bahwa promosi adalah alat untuk mendekati dan membujuk para konsumen untuk dapat melakukan pembelian dengan nyaman dan tanpa paksaan, berarti hal yang telah dilakukan oleh bapak Rusbani Arifin selaku direktur PT Ipah Mandiri Utama ini sejalan dengan apa yang telah dikemukakan oleh *Kotler*.

Menurut bapak Rusbani Arifin promosi bukan hanya mencetak spanduk atau selebaran mengenai penjelasan dan harga jual produk, melainkan juga terkait dengan bagaimana kita bisa menjaga komunikasi yang baik antara pelaku usaha dan konsumen. Calon jamaah yang ingin menunaikan ibadah haji dan umrah tentunya lebih didominasi oleh mereka yang diatas 30 tahun, hal ini akan menuntut banyaknya komunikasi dan silaturahmi yang harus dijaga antara konsumen dan pihak perusahaan.

Pada tahun 2018, PT. Ipah Mandiri Utama secara rutin dan berkala juga sering mengadakan pengajian rutin tiap bulan dengan mengundang tokoh pemuka agama yang masyhur dikalangan masyarakat. Hal ini tentunya menjadi sangat menarik bagi peneliti karena mengadakan pengajian rutin dan gratis tentunya akan mengundang simpati dari masyarakat luas dan sekaligus menjadi alat promosi yang sangat efektif.

Menurut bapak Rusbani Arifin, kita sebagai penyelenggara pelayanan jasa travel haji dan umrah tentunya tidak terlepas dari ibadah. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan ibadah tentunya juga harus turut serta dan berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan ibadah yang rutin dilaksanakan oleh masyarakat Banjarmasin. Menurut peneliti, apa yang telah dilakukan oleh PT. Ipah Mandiri utama untuk tetap terlibat dengan kegiatan-kegiatan keagamaan sangat bagus untuk pendekatan dengan masyarakat luas sekaligus menjadi alat promosi yang baik.

Hal ini juga sejalan dengan pendapat *Kotler* mengenai sebuah usaha harus dapat menciptakan nilai bagi konsumen dan juga memuaskan pihak-pihak yang membantu dalam memasarkan informasi produk sebuah perusahaan. Dengan adanya *fee agen*, maka sebuah perusahaan akan mudah dalam berbagi informasi serta menjaga hubungan komunikasi bisnis dengan konsumen serta pihak-pihak yang terkait dalam proses bisnis perusahaan tersebut.

Untuk pelayanan yang diberikan dari pelanggan *VIP* dan reguler menurut Bapak Rusbani Arifin relatif sama, yang membedakan hanya fasilitas hotel yang akan ditinggali oleh calon jamaah ketika melakukan ibadah di tanah suci. Dari sini peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa *price* produk yang lebih mahal tidak menentukan pelayanan yang terlalu berlebihan, perbedaan *price* hanya terasa pada jenis hotel berbintang yang akan didapatkan oleh calon jamaah ketika melaksanakan ibadah haji atau umrah. melalui wawancara, bapak Rusbani menuturkan bahwa PT Ipah Mandiri Utama telah menerapkan standar pelayanan jamaah umrah sesuai undang-undang dari memberikan informasi, bimbingan, layanan bertanya, dan tentunya juga standar keberangkatan.

Untuk peminat yang sering melakukan pembelian produk jasa travel umrah ini untuk semua masyarakat, akan tetapi menurut Bapak Rusbani Arifin peminat paling banyak biasanya para orang tua yang dari kampung. Para orang tua dari kampung ini mungkin jarang melakukan bepergian dan jarang juga membelanjakan uang mereka. Uang yang mereka miliki kebanyakan ditabung untuk melaksanakan ibadah Haji atau Umrah. Adapun bagi mereka yang ingin mendaftarkan diri atau berminat melaksanakan ibadah Haji atau Umrah PT Ipah Mandiri Utama tidak memiliki cabang lain selain di Banjarmasin.

Pada tahun 2019, PT Ipah Mandiri Utama Mulai menjalankan strategi bauran pemasaran ini yang diawali dengan Analisa harga pesaing dan promosi yang gencar. Menurut bapak Rusbani Arifin di tahun 2019 semua

staf pemasaran gencar melakukan promosi dengan terjun langsung pada kegiatan-kegiatan kemasyarakatan khususnya pada kegiatan keagamaan di Banjarmasin. Promosi yang dilakukan tidak hanya sekedar mempromosikan tapi juga dengan mendata minat masyarakat terhadap bagaimana kualitas dan harga produk jasa pelayanan haji dan umrah yang wajar bagi mereka.

Kejelian dalam melihat kebutuhan segmen pasar sangat diperlukan dalam memasarkan produk, hal ini yang membuat bapak Rusbani Arifin gencar mengikuti langsung segala kegiatan kemasyarakat sembari juga melakukan promosi jasa pelayanan haji dan umrah, akan tetapi menurut beliau kita sebagai penyedia jasa pelayanan travel haji dan umrah juga harus tahu kapan pembicaraan promosi sudah waktunya diakhiri untuk mencegah ada kesan kurang nyaman di hati calon Jemaah baru.

Menurut bapak Rusbani Arifin, direktur perusahaan sebagai ujung tombak tertinggi perusahaan harus lah memiliki kepribadian yang mudah bergaul, senang bersilaturahmi, senang menambah wawasan, senang diberikan masukan dan nasehat. Kepribadian yang berlandaskan akhlak mulia ini lah yang menurut beliau harus ditanamkan sebelum memulia berkomunikasi dengan para jamaah. Pelayanan jasa travel haji dan umrah tentunya merupakan bagian dari ibadah. Seorang muslim tentunya harus dapat menjaga tutur lisan dan perilakunya dalam bermasyarakat, khususnya dalam melakukan komunikasi bisnis terhadap para konsumen mereka.

d. *Place*

Place merupakan poin keempat dari *marketing mix* yang harus diperhatikan bagi pelaku usaha jasa. PT Ipah Mandiri Utama memiliki kantor yang cukup strategis dan nyaman karena kantor berkonsep rumah pribadi yang memiliki nuansa akrab dan ramah bagi konsumen. Hal ini juga berkaitan dengan Teknik pemasaran yang mengutamakan nuansa kekeluargaan bagi calon jamaah yang ingin berkunjung langsung ke kantor PT Ipah Mandiri Utama.

Dari hasil observasi peneliti ke kantor PT. Ipah Mandiri Utama, lokasi yang strategis dan berada di pusat kota Banjarmasin yaitu di kompleks Bumi Mas Raya menjadi hal yang sangat baik bagi perusahaan ini. Posisi yang strategis tentunya akan memudahkan bagi konsumen baru untuk dapat mengunjungi kantor dan mencari informasi terkait produk yang akan dibeli. Kemudahan dalam mencari letak sebuah perusahaan ini lah yang menurut peneliti menjadi nilai tambah bagi PT. Ipah Mandiri Utama dalam menerapkan konsep *marketing mix* di *point place*.

Menurut bapak Rusbani Arifin kegiatan-kegiatan keagamaan yang diikuti oleh para staf bagian promosi juga benar-benar telah diatur dan direncanakan terlebih dahulu. Sebelum memutuskan untuk menerjunkan tim ahli bidang promosi ke lapangan, pada *staff* diberikan arahan terlebih dahulu untuk bisa membaca situasi dan kondisi, karena untuk menghindari promosi yang berlebihan dan paksaan terhadap para calon jamaah baru.

Dari hasil wawancara peneliti, Bapak Rusbani Arifin menuturkan bahwa mekanisme pendistribusian produk jasa kepada konsumen bersifat jemput-bola. Jadi apabila ada konsumen yang ingin melakukan pembelian produk, maka tim pemasaran akan langsung melakukan kontak dengan konsumen, membuat janji, dan bertemu langsung dengan konsumen terkait. Ketika konsumen berhasil melakukan pembelian, maka pihak administrasi akan langsung menghubungi berkala konsumen tersebut terkait perkembangan keberangkatan mereka nanti. Dari apa yang disampaikan oleh bapak Rusbani Arifin di atas, maka peneliti melihat PT. Ipah Mandiri Utama memiliki strategi yang sangat baik dalam mendistribusikan produk mereka yang mana kebanyakan travel lain tidak menggunakan metode jemput-bola atau langsung melayani konsumen di rumah mereka.

e. *People*

People atau orang merupakan point ke lima dari konsep *Marketing Mix*. PT Ipah Mandiri Utama telah menyediakan SDM yang berpengalaman di bidang penyedia jasa travel umroh, SDM yang berpengalaman di bidangnya akan menambah kualitas pelayanan bagi para jamaah serta dapat memberikan informasi menyeluruh terhadap pertanyaan-pertanyaan yang biasa ditanyakan oleh para jamaah.

Bapak Rusbani Arifin sebagai pimpinan dari PT Ipah Mandiri Utama selalu memberikan himbauan dan arahan kepada para pegawai dan pelaksana lapangan dalam menjaga kualitas pelayanan terhadap para jamaah baik

Ketika melakukan persiapan di Indonesia, Ketika sampai di tanah suci, hingga Kembali ke tanah air. Menjaga kualitas penjaminan mutu ini yang menurut peneliti sesuai dengan apa yang diterapkan dalam manajemen *people* dalam bauran pemasaran.

Organisasi terlibat dalam perekrutan SDM sebagai strategi untuk mencari dan menarik calon karyawan baru. Rekrutmen adalah serangkaian tindakan yang digunakan untuk menemukan dan menarik pelamar kerja yang memiliki dorongan, bakat, keterampilan, dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengisi kesenjangan yang ditemukan dalam perencanaan kepegawaian. Jelas bahwa perekrutan adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk memikat karyawan potensial karena mereka memiliki keinginan yang kuat untuk bekerja lebih keras dan lebih menguntungkan bagi perusahaan.

Seleksi juga merupakan bagian dari proses rekrutmen yang digunakan oleh PT Ipah Mandiri Utama, namun menurut Pak Rusbani, pemilik, individu dengan pengalaman kerja sebelumnya diberikan prioritas dalam proses perekrutan untuk membantu efisiensi tugas. Surat edaran pemerintah yang relevan dengan proses pengambilan keputusan perekrutan telah diikuti selama prosedur perekrutan. Oleh karena itu, hal ini mendukung apa yang ditulis Yulia dalam jurnalnya.¹

¹ Yulia Widyarningsih, "Proses Rekrutmen Karyawan Marketing di PT Mega Bintang Perdana," *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, No 2 (2018), h. 174.

Salah satu inisiatif yang dilakukan PT. Ipah Mandiri Utama biasanya mengambil sumber daya manusia yang berkualitas. Definisi perekrutan biasanya diberikan sebagai kumpulan tugas yang memiliki hubungan langsung dengan tugas yang harus dibayar komisi oleh bisnis. Organisasi terlibat dalam perekrutan SDM sebagai strategi untuk mencari dan menarik calon pekerja. Rekrutmen adalah serangkaian tindakan yang digunakan untuk menemukan dan memikat pelamar kerja yang memiliki dorongan, bakat, keterampilan, dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengisi setiap lowongan yang ditemukan dalam perencanaan kepegawaian. Peneliti sampai pada kesimpulan bahwa organisasi akan selalu dapat mempertahankan kualitas layanan yang baik dan hebat dengan menjaga rekrutmen yang berkualitas.

Pada tahun 2018-2019, Direktur PT. Ipah Mandiri Utama yaitu bapak Rusbani Arifin melakukan seleksi rekrutmen dengan ketat, tidak hanya untuk tenaga kerja dalam kantor sendiri, tetapi juga untuk tenaga koordinasi di tanah suci dengan pihak ketiga juga dilakukan dengan seleksi yang ketat. Menurut penuturan bapak Rusbani Arifin selaku direktur dari PT. Ipah Mandiri Utama seleksi yang ketat di tahun 2018 dan 2019 dilakukan untuk menjaga kualitas pelayanan para jamaah Ketika melaksanakan ibadah haji dan umrah dan tentunya komitmen kerja akan terus dipantau tiap tahun. Hal ini lah menurut peneliti menjadi hal yang sangat baik untuk dilakukan oleh setiap pelaku usaha di bidang jasa pelayanan.

Menurut Bapak Rusbani Arifin, SDM yang berkualitas dan komunikatif harus lah disediakan oleh sebuah perusahaan agar dapat menemani konsumen dalam mencari informasi dari produk-produk jasa pelayanan haji dan umrah. Produk jasa haji dan umrah berbeda dengan produk yang dijual secara fisik, karena itu pelayanan dari segi sumber daya manusia yang mumpuni sangat diperlukan.

Bapak Rusbani Arifin sebagai pimpinan dari PT Ipah Mandiri Utama selalu memberikan himbauan dan arahan kepada para pegawai dan pelaksana lapangan dalam menjaga kualitas pelayanan terhadap para jamaah baik Ketika melakukan persiapan di Indonesia, Ketika sampai di tanah suci, hingga Kembali ke tanah air. Menjaga kualitas penjaminan mutu ini yang menurut peneliti sesuai dengan apa yang diterapkan dalam manajemen *people* dalam bauran pemasaran.

Terkait data keberangkatan jamaah 5 tahun terakhir, peneliti bertanya langsung kepada bapak Rusbani Arifin selaku direktur PT. Ipah Mandiri Utama tentang bagaimana strategi Promosi yang beliau gunakan untuk menghadapi beberapa isu pandemic khususnya Ketika covid-19 berlangsung. Ketika covid-19 berlangsung, maka pembatasan jam operasional seluruh lingkup bisnis di Indonesia khususnya dibatasi, jam bertemu klien atau konsumen dibatasi, ini lah yang peneliti ingin menggali lebih dalam kepada bapak Rusbani Arifin.

f. *Process*

Proses menurut *Kotler* adalah bagaimana sebuah perusahaan dapat mengakomodir dengan baik terhadap permintaan konsumen sampai dengan keberhasilan konsumen tersebut dalam melakukan proses pembelian. Sdm yang berpengalaman menjadi penentu konsep proses. Proses merupakan elemen yang berkaitan dengan penanganan pelaku bisnis dalam menangani konsumen dari awal proses konsumen memilih produk hingga selesai. Proses yang baik akan menjadi penentu bagi pengalaman yang positif bagi konsumen untuk membentuk loyalitas konsumen pada perusahaan.

Bisnis jasa travel umrah merupakan bentuk bisnis jasa pelayanan yang tidak memiliki bentuk apapun, hal ini sesuai dengan pernyataan *Kotler* yaitu pelayanan adalah segala aktifitas atau manfaat yang tidak memiliki wujud dan bentuk yang tetap. PT Ipah Mandiri Utama dalam menjalankan bisnisnya selalu mengutamakan mutu pelayanan baik Ketika Jemaah berada di Indonesia maupun Ketika berada di arab Saudi salah satunya dengan mengakomodir sebaik mungkin fasilitas hotel dan transportasi jamaah dalam melaksanakan ibadah.

Dari hasil observasi peneliti di kantor PT. Ipah Mandiri Utama, semua staff bahkan direktur perusahaan di PT. Ipah Mandiri Utama benar-benar melayani konsumen mereka dari awal pemilihan produk sampai pada tahap pembelian produk. Menurut bapak Rusbani Arifin, kenyamanan konsumen

harus selalu dijaga agar perusahaan dapat menanamkan nilai baik di hati konsumen tersebut.

Pada tahun 2020 bulan April, wabah covid-19 berlangsung dengan sangat cepat khususnya di Indonesia. Menurut bapak Rusbani Arifi selaku direktur PT. Ipah Mandiri Utama, tahun 2020 merupakan tahun yang sangat berat, karena kredibilitas dan kepercayaan dari Jemaah diuji disini. Jemaah haji di perusahaan lain banyak yang menarik Kembali uang yang mereka setorkan, hal ini menurut bapa Rusbani Arifin akan menjadi kerugian yang amat besar apabila terjadi di PT. Ipah Mandiri Utama.

Kegiatan-kegiatan keagamaan ini lah yang membuat komunikasi dan silaturahmi terjalin antara penyelenggara usaha dan Jemaah baru maupun Jemaah lama. Ini lah yang sejalan dengan pendapat *Kotler* bahwa strategi pemasaran tidak hanya berdasarkan untung rugi melainkan untuk membangun kepercayaan masyarakat bahwa sebuah perusahaan jasa pelayanan ibadah haji dan umrah tersebut memang peduli dengan makna sebuah ibadah dan juga akan selalu berkomitmen dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

Bapak Rusbani Arifin selaku direktur PT. Ipah Mandiri Utama juga menyampaikan beberapa nasehat kepada peneliti agar sebuah perusahaan dapat *survive* Ketika wabah bencana berskala nasional terjadi. Menurut bapak Rusbani Arifin, sebuah perusahaan harus selalu bisa menjaga dan mengelola pemasukan dan pengeluaran perusahaan dengan baik. Tentunya perusahaan

harus dapat merekrut seorang akuntan atau ahli dalam menghitung pengelolaan keuangan untuk dapat membaca keadaan keuangan perusahaan.

Perusahaan terkadang tidak terlepas dari kendala permodalan karena apabila modal banyak, maka stok produk yang bisa dihasilkan juga semakin banyak. Menurut bapa Rusbani Arifin, direktur perusahaan harus lah mampu dalam mengatur cadangan keuangan atau dalam istilah lain dana darurat yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan. Dana darurat ini lah yang akan membantu dalam penggajian staff selama wabah berlangsung, dan membayar keperluan bulanan perusahaan selama masa *pandemic covid-19* berlangsung.

Pengelolaan manajemen perusahaan menurut *Kotler* harus dapat dilakukan dengan baik bagi semua direksi perusahaan, hal ini lah yang menurut peneliti sudah dilaksanakan dengan baik oleh PT. Ipah Mandiri Utama. Bapak Rusbani Arifin selaku direktur telah melakukan perekrutan tenaga ahli dibidang manajemen dan pengelolaan keuangan. Menurut peneliti, hal ini jarang sekali dilakukan oleh beberapa bisnis travel haji dan umrah yang lain. Beberapa perusahaan travel haji dan umrah banyak yang hanya mengandalkan pencatatan keuangan terkait untung-rugi saja, akan tetapi mereka tidak mencatat bagaimana neraca keuangan untuk bulan dan tahun berikutnya.

Menurut bapak Rusbani Arifin, Pengelolaan Hutang dan Piutang di dalam perusahaan haruslah dapat dikelola dengan professional dan humanis.

Utang perusahaan terhadap pihak Ketiga haruslah diminimalisi secara optimal dan pemasukan perusahaan lah yang harus dimaksimalkan. Hutang terhadap pihak ketiga ini lah yang menurut beliau bisa mengganggu dalam perputaran keuangan apabila suata saat ada pembatasan kontak langsung akibat pandemi berskala nasional terjadi.

Selain pengelolaan hutang yang baik, tentunya pengelolaan piutang yang profesional tidak kalah penting. Tidak jarang beberapa pihak sebaliknya berhutang kepada perusahaan. Hal ini tentunya mengharuskan pihak perusahaan untuk rutin menjalin silaturahmi dengan yang berhutang kepada perusahaan agar mereka selalu ingat untuk membayar hutang mereka. Akan tetapi, menurut beliau dalam menagih hutang haruslah dalam Batasan hal yang wajar agar kepercayaan semua pihak terhadap perusahaan akan tetap terjaga.

Terakhir, menurut bapak Rusbani Arifin Ketika pandemic covid-19 berakhir. PT. Ipah Mandiri Utama saat ini sudah melakukan kegiatan keberangkatan haji dan umrah dengan normal dan Jemaah baru maupun lama Kembali berdatangan untuk mendaftarkan diri dan sanak keluarga mereka untuk berangkat haji maupun umrah. Hal ini tentunya dari buah hasil kesabaran pihak perusahaan dalam meyakinkan keamanan uang yang mereka setorkan kepada PT. Ipah Mandiri Utama yang selalu menjaga komunikasi dan silaturahmi yang baik kepada mereka, karena rasa aman terhadap uang yang telah disetorkan dari konsumen kepada pihak perusahaan tentunya akan menjaga kredibilitas dari perusahaan tersebut.

g. *Physical Evidence*

Untuk *Physical Evidence* atau sarana fisik, menurut bapak Rusbani semua sarana prasarana dan *setting* kantor memang diatur sedemikian rupa agar selaras dengan nuansa islami, sehingga para calon jamaah yang berkunjung ke kantor dapat merasakan kenyamanan. Di dalam kantor juga disertakan foto-foto dokumentasi keberangkatan jamaah-jamaah dari tahun sebelumnya dan informasi-informasi tentang tempat-tempat ibadah di *Makkah* dan *Madinah* sebagai penarik minat calon jamaah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah.

Menurut penulis, status Bapak Rusbani Arifin sebagai pemilik PT Ipah Mandiri Utama sejalan dengan apa yang dikatakan *Zeithaml & Britner* tentang bukti fisik dalam artikel jurnal oleh *Edem Maxwell*. Diakuinya, bukti nyata berdampak besar pada bagaimana konsumen memilih untuk membeli produk dan menggunakan layanan. Konsumen diberi tahu di mana dan bagaimana organisasi jasa berkontribusi pada pengembangan layanan, kepuasan konsumen, dan meningkatkan persepsi konsumen tentang kualitas layanan melalui bukti fisik. Alat, perlengkapan, logo, warna, dan elemen lain yang terintegrasi dengan layanan yang ditawarkan, seperti tiket, sampul, label, dan item lainnya, termasuk dalam fasilitas fisik. Dalam situasi ini, lingkungan fisik adalah struktur fisik.²

² Edem Maxwell dan Simon Mesa, "Physical Evidence and Quality Service Delivery in Public Hospitals in Ghana," *International Review of Management and Marketing*, (2013): h.13.

2. Analisis Data Penelitian

Produk yang ditawarkan oleh PT. Ipah Mandiri utama yaitu produk Haji regular, Haji Khusus, dan Umrah. Menurut peneliti, semua produk yang ditawarkan oleh PT. Ipah Mandiri Utama berkesan seperti produk-produk lainnya, akan tetapi memang dipoles dengan brosur dan banner yang lebih menarik dari pada biasanya. *Kotler* mengatakan bahwa produk adalah segala produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, dan produk tersebut harus dapat menarik perhatian konsumen. Dari pernyataan *Kotler* diatas, PT. Ipah Mandiri Utama harus senantiasa berbenah dan memperbaiki kualitas produk jasa pelayanan mereka dengan mengandalkan *people* atau *staff* yang kompeten. Peneliti melihat di lapangan bahwa PT. Ipah Mandiri Utama belum memiliki pegawai tetap yang lebih dari 3 tahun, hal ini menurut peneliti akan mengakibatkan kurangnya pegawai yang berpengalaman untuk menjelaskan lebih detail tentang produk yang mereka tawarkan.

Menurut peneliti, Produk dibidang jasa pelayanan sangat terkait dengan harga, staff yang mumpuni, dan promosi yang baik. Dari yang peneliti lihat di lapangan penelitian, PT. Ipah Mandiri Utama sudah merancang harga per paket umrah dengan sangat kompetitif. Setiap harga produk yang ditawarkan tentunya akan selalu berubah-ubah mengikuti harga tiket pesawat dan harga tiket hotel, akan tetapi dari hasil wawancara peneliti dengan bapak Rusbani Arifin, beliau mengemukakan bahwa harga dari tiap produk yang ditawarkan kepada konsumen tentunya. mengacu dari pendapat *Kotler* mengenai produk tersebut harus memiliki ciri khas yang dapat menarik perhatian konsumen, peneliti

menemukan bahwa PT. Ipah Mandiri Utama telah memberikan perhatian yang sangat khusus mengenai tiap produk yang mereka tawarkan. Hal ini dapat peneliti lihat Ketika melakukan observasi bahwa setiap konsumen yang datang ke kantor akan selalu merasa nyaman dan berhasil melakukan pembelian produk yang mereka inginkan.

Penjelasan *Price* atau harga menurut *Kotler* adalah sejumlah ongkos yang akan dibebankan pihak penjual kepada pembeli, dan harga juga merupakan sebuah elemen yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menghasilkan pengeluaran. dari pengamatan peneliti di lapangan, harga yang ditawarkan oleh pihak PT. Ipah Mandiri Utama akan selalu berkaitan dengan produk yang mereka tawarkan, dan juga berkaitan dengan harga tiket pesawat serta hotel. Hal ini menurut peneliti, harus mereka benahi agar perusahaan memiliki harga tetap untuk produk jasa travel haji dan umrah tiap tahun sehingga kegiatan promosi dapat sesegera mungkin dilaksanakan. Harga yang lambat ditentukan akan menunda kegiatan promosi yang akan dilaksanakan untuk meraih calon pembeli produk.

Kesenjangan antara teori *Kotler* mengenai harga produk dan keadaan di lapangan terhadap lamanya penentuan harga di PT. Ipah Mandiri Utama menurut peneliti harus segera ditangani, karena apabila konsumen dapat ditawarkan dengan harga yang sudah diprediksi terlebih dahulu, ini akan meminimalisi persaingan ketat antar sesama perusahaan penyedia layanan travel haji dan umrah yang mana gencar dalam mencari jamaah untuk mereka.

Penentuan harga bertujuan untuk agar keberlangsungan hidup sebuah perusahaan dapat bertahan lebih lama, karena penentuan harga yang tepat akan memperbanyak pendapatan dan meminimalisir kerugian akibat biaya produk yang cukup mahal. Dalam hal ini, bapak Rusbani Arifin menuturkan bahwa keputusan penentuan harga produk di PT. Ipah Mandiri Utama memang agak lebih lambat dari perusahaan yang lain, akan tetapi hal ini dilakukan untuk meminimalisir kerugian akibat salah memasang tarif harga produk. Hal ini menurut beliau juga dilakukan untuk menganalisa tarif dari pesaing terlebih dahulu, kemudian baru memasang harga yang sedikit lebih murah dibandingkan pesaing yang lain.

Nilai dalam penentuan harga penting untuk dilakukan, PT. Ipah Mandiri Utama telah menentukan harga, jenis produk, serta menambahkan nilai dari produk yang mereka tawarkan. Contoh terhadap produk umrah, Apabila pesaing yang lain menawarkan umrah penuh di bulan Ramadhan maka PT. Ipah Mandiri Utama akan memberikan penawaran yang lebih menarik yaitu umrah penuh di bulan Ramadhan Bersama tokoh pemuka agama dimasyarakat. Hal ini menurut peneliti sangat sejalan dengan pendapat *Kotler* yang mana penjual harus bisa memberikan keistimewaan pada setiap produk yang akan mereka tawarkan.

Promosi dan *Place* menjadi hal yang tidak kalah penting yang menunjang dari penentuan produk dan pemilihan harga yang tepat. PT. Ipah Mandiri Utama telah melaksanakan berbagai macam promosi yang menarik, baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Hal ini menurut peneliti sejalan dengan pendapat *kotler* mengenai tujuan dari promosi yaitu untuk memberikan

pengenalan terhadap informasi produk yang ditawarkan dari perusahaan kepada konsumen. Yang menjadi menarik disini adalah, PT. Ipah Mandiri Utama mampu mempromosikan produk-produk mereka kepada para calon jamaah dengan halus dan selalu mengutamakan kenyamanan. Hal ini dapat terlihat Ketika mereka rutin mengadakan agenda-agenda keagamaan seperti buka puasa Bersama, *majlis ta'lim* atau pengajian rutin, acara santunan anak yatim dan lain sebagainya.

Kegiatan promosi dengan mendalami apa yang biasanya konsumen lakukan tentunya akan menambah kepercayaan dan loyalitas dari konsumen. Hal ini menurut peneliti sangat baik sehingga sebuah perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana supaya terus mendapatkan keuntungan, melainkan juga bagaimana bisa membersamai konsumen dengan kegiatan-kegiatan yang biasa mereka lakukan.

Selain promosi dalam bentuk *personal selling*, PT. Ipah Mandiri Utama juga rutin menggunakan jejaring media sosial akan menghemat pengeluaran terhadap biaya periklanan, hal ini menurut peneliti sejalan dengan pendapat *Kotler* mengenai elemen pemasukan dan elemen pengeluaran yang mana kedua elemen tersebut akan menentukan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Dari pengamatan peneliti, bapak Rusbani Arifin sangat teliti terhadap pemasukan dan pengeluaran. beliau terjun langsung untuk mengelola pengeluaran dan pemasukan perusahaan. Hal ini baik, akan tetapi juga akan menghambat kinerja seorang direktur perusahaan yang mana mengharuskan beliau untuk memikirkan dan menganalisa kesempatan baru dalam persaingan pasar.

Menurut peneliti, seorang direktur perusahaan hendaknya fokus terhadap meningkatkan kualitas produk dan kepuasan konsumen, dengan meningkatnya kepuasan konsumen maka penjualan tentunya akan meningkat. Menurut peneliti, PT. Ipah Mandiri Utama harus dapat membagi proporsi pekerjaan lebih profesional dan direktur harus dapat merekrut tim promosi yang ahli di bidangnya masing-masing sehingga segala pekerjaan dapat terlaksana dengan baik.

People menurut *Kotler* adalah semua hal yang terlibat di dalam proses penjualan dan pemasaran. Semua yang terlibat berarti terkait dengan staff, sales, direktur dan pihak ketiga. PT. Ipah Mandiri Utama menurut peneliti telah berusaha dalam meningkatkan kualitas SDM mereka. di awal tahun 2018, PT Ipah Mandiri Utama juga sempat mengadakan pelatihan untuk mengembangkan mental dan perilaku para staff mereka agar lebih sigap dan handal dalam melakukan komunikasi dengan para konsumen. Pelatihan ini diadakan bapak Rusbani Arifin dengan mengundang para pembicara dari alim ulama setempat yang khusus diadakan untuk para pegawai PT. Ipah Mandiri Utama sebagai bentuk komitmen mereka terhadap pelayanan jasa travel haji dan umrah yang berkualitas.

Memberikan fasilitas pelatihan kepada para pegawai ini lah yang menjadikan peneliti bertanya lebih mendalam kepada bapak Rusbani Arifin tentang hal apa saja yang berkaitan dengan strategi pemasaran mereka. Menurut beliau, pelatihan ini dalam rangka mempersiapkan para staff bagian pemasaran yang akan terjun langsung dalam berkomunikasi dengan para

jamaah yang baru dan yang lama. Beberapa diantara pegawai ini menurut beliau ada yang masih baru dalam melakukan komunikasi pemasaran, maka hal awal yang ingin ditanamkan beliau adalah menyamakan perilaku dan akhlak dengan akhlak mulia yang telah diajarkan oleh baginda nabi Muhammad SAW.

Menurut bapak Rusbani Arifin, membentuk kepribadian yang berakhlak mulia sangat penting bagi mereka yang ingin berkomunikasi langsung dengan para konsumen. Kepribadian yang baik tentunya akan meninggalkan bekas dan kesan yang mendalam di hati tiap konsumen yang kita temui, karena tidak semua orang ingin membeli sebuah produk yang dipasarkan dengan cara yang tidak nyaman dan tidak beradab. Hal ini lah yang ditekan bapak Rusbani Arifin kepada peneliti sendiri untuk tetap menjaga kualitas perilaku dan akhlak mulia dalam setiap komunikasi kita dengan sesama.

Menurut bapak Rusbani Arifin, hal yang utama adalah menjaga kepercayaan calon jamaah, hal ini akan memudahkan kita dalam mempromosikan produk yang ada dalam penjualan. Kepercayaan yang tinggi dari para jamaah PT. Ipah Mandiri Utama merupakan aset penting dalam memudahkan komunikasi kepada calon jamaah baru yang ingin bertanya mengenai fasilitas dan kemudahan apa saja yang akan ditawarkan oleh perusahaan. Tentunya hal ini akan menjadi pembanding dan persaingan bagi PT. Ipah Mandiri Utama dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang yang sama. Hal yang disampaikan di atas tentunya berkaitan dengan

manajemen dalam *marketing mix* yang lebih mendominasi kepada bagaimana menjaga pelayanan yang memuaskan kepada para konsumen.

Pelayanan yang ramah dan tanggap merupakan kunci utama keberhasilan dalam menjaga kepercayaan dari jamaah di PT. Ipah Mandiri Utama. Menurut bapak Rusbani Arifin, pelayanan dan servis dari perusahaan kepada konsumen merupakan hal yang harus digali mendalam sehingga kita dapat mengetahui karakter masing-masing dari konsumen tersebut, maka jika kita dapat mengambil hati mereka Ketika sedang berkomunikasi dan menjaling silaturahmi, hal ini akan memudahkan kita dalam melakukan penjualan.

Physical Evidence atau sarana fisik menurut *Kotler* adalah sarana fisik atau bukti fisik yang akan menunjang semua point di dalam strategi *marketing mix* yang akan diterapkan oleh perusahaan. Bukti fisik ini juga dapat berbentuk dokumentasi respon balik kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. PT. Ipah Mandiri Utama di kantornya banyak sekali menyimpan dokumen-dokumen fisik di setiap kegiatan yang mana itu semua akan membantu strategi promosi dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen baru.

Sarana fisik berarti juga adalah lingkungan fisik tempat segala kegiatan perusahaan dalam melaksanakan transaksi jual beli dan produksi. Peneliti melihat, sarana fisik terutama untuk bangunan kantor PT. Ipah Mandiri Utama memang benar-benar diatur sedemikian rupa agar lebih ramah dan

nyaman bagi konsumen. Saran dari peneliti kepada PT. Ipah Mandiri Utama agar suatu saat bangunan kantor dapat diperluas, supaya di kantor dapat mengadakan kegiatan keagamaan langsung disana.

Penulis mengamati, Ketika akan mendekati bulan suci Ramadhan PT. Ipah Mandiri Utama beserta seluruh *staff* mulai mendekor kantor dengan tema Ramadhan dan mempersiapkan kantor untuk kedatangan tamu pasca lebaran nanti. Hal ini menurut peneliti, sejalan dengan konsep dari *Physical Evidence* yang mana segala bukti fisik atau sarana fisik di dalam lingkungan perusahaan akan turut membangun persepsi konsumen. Persepsi yang baik tentunya akan membawa kepada nilai lebih dari konsumen terhadap perusahaan.

Menurut bapak Rusbani Arifin, PT. Ipah Mandiri Utama berhasil mempertahankan kepercayaan para konsumen mereka dengan selalu melakukan komunikasi dan pemberitahuan yang rutin kepada para konsumen atau jamaah mereka. Jamaah yang baru tentunya akan diberikan pelayanan berupa fasilitas call servis selama 12 jam kerja, dan Jamaah yang lama juga dapat fasilitas untuk mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan yang dilaksanakan oleh PT. Ipah Mandiri Utama secara gratis.