

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Singkat PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru**

PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru atau yang di kenal dengan sebutan Redho tour adalah perusahaan penyedia jasa yang berada pada ranah keberangkatan perjalanan Wisata Banjarbaru atau travel, khususnya dalam perjalanan umrah. PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru (Redho tour) merupakan salah satu cabang perusahaan travel yang memegang area Kalimantan selatan. PT. Redho Illahi Wisata Banjarbaru ialah sebuah biro perjalanan Wisata Islami termasuk umrah yang dibangun pada 20 february 2008.

Berawal dari penyelenggaraan acara pameran yang dilaksanakan oleh bank syariah mandiri dan kemudian terjadi perbincangan yang mengarah pada bisnis ini dari situ lah awal mulanya dan kemudian pendiri PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru bertekad dan memutuskan untuk mendirikan perusahaannya yang memiliki kantor pusat di tangerang selatan tepatnya di jalan pahlawan raya VI No. 97 Rt 001/009 rempoa ciputat timur tangerang selatan-banten. Dan memiliki salah satu kantor cabang di kalimantan selatan tepatnya di kecamatan Landasan Ulin kota Banjarbaru Jalan. A.Yani Km.29/04 Kelurahan. Guntung Manggis Kecamatan. Landasan Ulin kota Banjarbaru-Kalimantan Selatan.

Beliau menyadari akan potensi perjalanan umrah di Indonesia sangat diminati oleh kaum muslimin. Yang artinya biro perjalanan Wisata haji dan umrah memiliki peluang yang sangat besar dan sangat menjanjikan yang mengutamakan pelayanan dan kepuasan bagi pelanggannya serta keunggulan-keunggulan yang ditawarkan dibanding dengan travel yang lain sehingga Dengan adanya perusahaan ini dapat mempermudah para jemaah dalam melaksanakan ibadah umrah.

Di samping itu PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru juga memiliki karyawan yang sangat profesional di bidangnya sehingga sangat menguasai bidangnya masing-masing, berbekal dengan legalitas yang dimilikinya, yaitu izin perjalanan haji dan umrah oleh pemerintah nomor 539 tahun 2019 tanggal 26-06-2019. Yang menandakan bahwa PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru adalah perusahaan biro jasa travel yang legal dan dapat dipercaya dan Mereka selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya agar para pelanggan merasa puas dan dapat kembali menggunakan jasa mereka.

Mereka berdiri sejak tahun 2008 sehingga sudah cukup kuat dan dikenal oleh publik sehingga jangkauan mereka sudah sangat luas dan relasi yang mereka bangun sudah sangat banyak sehingga dapat kepercayaan untuk merangkul banyak Jemaah dan hubungan yang mereka jalin dengan masyarakat dengan baik Dengan ini mereka dapat

dengan rutin melakukan keberangkatan dua sampai tiga kali dalam setiap bulannya.

Berikut dilampirkan tabel jumlah jemaah dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2022

TABEL 4.1 Jumlah Keberangkatan Jemaah Tahun 2017

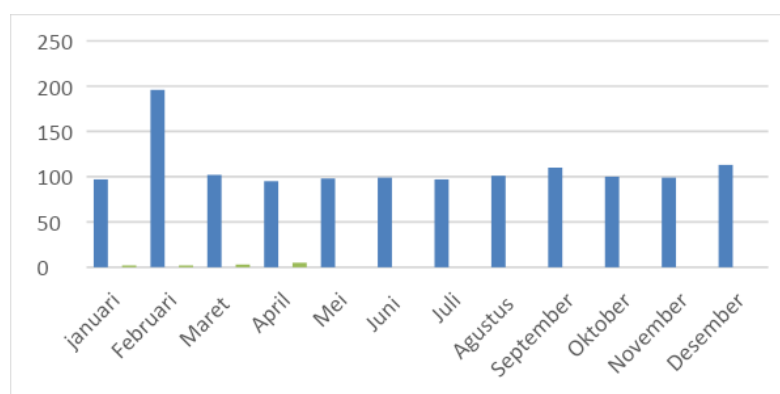
No	Bulan	Jumlah jemaah	Keterangan
1	januari	97	Berangkat
2	Februari	196	Berangkat
3	Maret	102	Berangkat
4	April	95	Berangkat
5	Mei	98	Berangkat
6	Juni	99	Berangkat
7	Juli	97	Berangkat
8	Agustus	101	Berangkat
9	September	110	Berangkat
10	Oktober	100	Berangkat
11	November	99	Berangkat
12	Desember	113	Berangkat

Total	1.307 jemaah
-------	--------------

Sumber: Company Profile PT Redho Illahi

Tabel di atas menunjukkan data jumlah keberangkatan jemaah yang dilakukan oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru pada setiap bulannya yang mana setiap bulannya ada dua sampai tiga kali keberangkatan di tahun 2017 dan dari table ini kita dapat mengamati jumlah kenaikan dan penurunan atau stabilitas jemaahnya setiap bulannya dalam jangka waktu selama satu tahun.

GAMBAR 4.1 Grafik Jumlah Jemaah setiap bulannya pada tahun 2017



Sumber: Company Profile PT Redho Illahi

Gambar di atas merupakan gambar grafik dari table sebelumnya yang menunjukkan grafik kenaikan dan penurunan jumlah jemaah setiap bulannya dalam waktu satu tahun di tahun 2017.

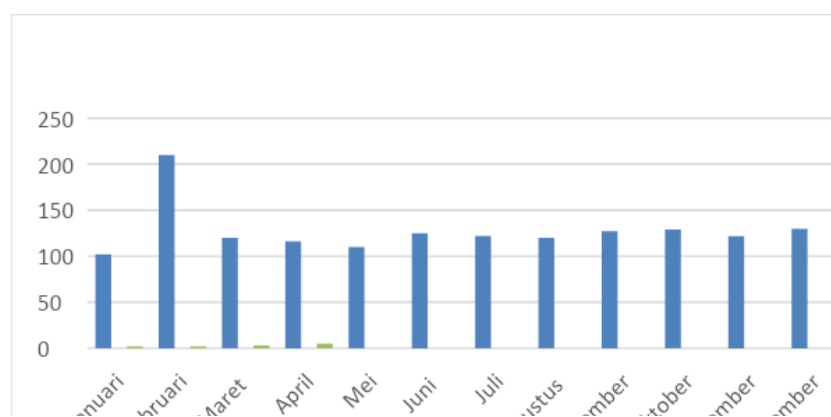
TABEL 4.2 Jumlah Keberangkatan Jemaah Tahun 2018

No	Bulan	Jumlah jemaah	keterangan
1	januari	102	Berangkat
2	Februari	210	Berangkat
3	Maret	120	Berangkat
4	April	116	Berangkat
5	Mei	110	Berangkat
6	Juni	125	Berangkat
7	Juli	122	Berangkat
8	Agustus	120	Berangkat
9	SePTember	127	Berangkat
10	Oktober	129	Berangkat
11	November	122	Berangkat
12	Desember	130	Berangkat
	Total	1.533 jemaah	

Sumber: Company Profile PT Redho Illahi

Table di atas menunjukkan data jumlah keberangkatan jemaah yang dilakukan oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru pada setiap bulannya yang mana dalam satu bulan ada yang melakukan dua keberangkatan dan ada yang tiga kali keberangkatan di tahun 2018 dan dari table ini kita dapat mengamati jumlah kenaikan, penurunan dan stabilitas jemaahnya setiap bulannya dalam jangka waktu selama satu tahun.

GAMBAR 4.2 Grafik jumlah jemaah setiap bulannya pada tahun 2018



Sumber: Company Profile PT Redho Illahi

Gambar di atas merupakan gambar grafik dari table sebelumnya yang menunjukkan grafik kenaikan dan penurunan jumlah jemaah setiap bulannya dalam waktu satu tahun di tahun 2018.

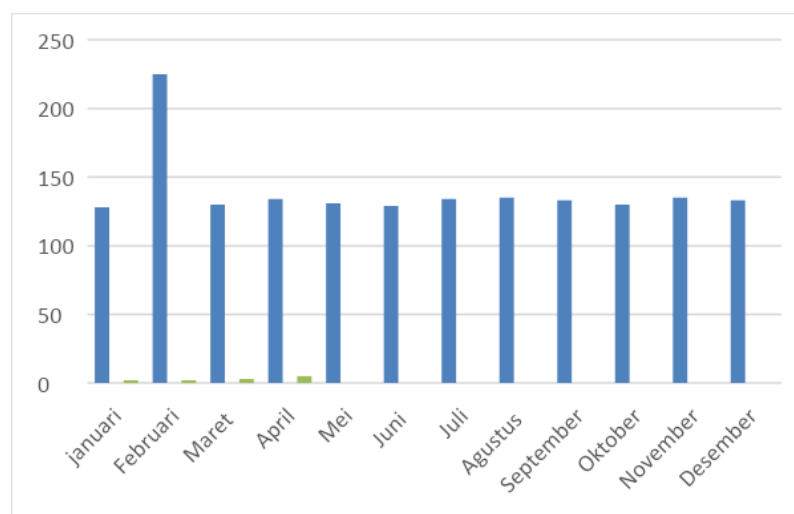
TABEL 4.3 Jumlah Keberangkatan Jemaah tahun 2019

No	Bulan	Jumlah jemaah	keterangan
1	januari	128	Berangkat
2	Februari	225	Berangkat
3	Maret	130	Berangkat
4	April	134	Berangkat
5	Mei	131	Berangkat
6	Juni	129	Berangkat
7	Juli	134	Berangkat
8	Agustus	135	Berangkat
9	SePTember	133	Berangkat
10	Oktober	130	Berangkat
11	November	135	Berangkat
12	Desember	133	Berangkat
		1.677 jemaah	

Sumber: Company Profile PT Redho Illahi

Table di atas menunjukkan data jumlah keberangkatan jemaah yang dilakukan oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru pada setiap bulannya di tahun 2019 dan dari table ini kita dapat mengamati jumlah kenaikan dan penurunan jemaahnya setiap bulannya selama setahun.

GAMBAR 4.3 Grafik Jumlah jemaah setiap bulannya pada tahun 2017



Sumber: Company Profile PT Redho Illahi

Gambar di atas merupakan gambar grafik dari table sebelumnya yang menunjukkan grafik kenaikan, penurunan dan stabilitas jumlah jemaah setiap bulannya dalam waktu satu tahun di tahun 2019 yang mana dalam sebulannya melakukan keberangkatan dua sampai tiga kali.

pada penelitian ini tidak memberikan tabel keberangkatan pada tahun 2020-2021 sebab pada tahun tersebut terjadi covid-19 sehingga tidak adanya dilakukan keberangkatan baik haji maupun umrah.



Setelah bencana covid telah usai maka pada Januari 2022, diberlakukan kembali umrah. Berikut data keberangkatan pada tahun 2022.

TABEL 4.4 Jumlah Keberangkatan Jemaah tahun 2022

No	Bulan	Jumlah jemaah	keterangan
1	Februari	324	Berangkat
3	Maret	242	Berangkat
4	April	276	Berangkat
5	Mei	233	Berangkat
6	Juni	197	Berangkat
7	Juli	212	Berangkat
8	Agustus	223	Berangkat
9	SePTember	254	Berangkat
10	Oktober	250	Berangkat
11	November	211	Berangkat
12	Desember	230	Berangkat
		2.652 jemaah	

Berdasarkan tiga tabel dan grafik di atas PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru mampu melakukan keberangkatan jemaah 90 sampai dengan 200 jemaah setiap bulannya dengan dua sampai dengan tiga kali keberangkatan dan terjadi peningkatan jemaah hingga 2 kali lipat dari bulan bulan yang lain di setiap hari milad PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru yaitu setiap bulan februari, karna mereka melakukan promosi besar besaran untuk meningkatkan ketertarikan jemaah dan menggeratkan para agensi yang bekerja sama demi menjalin hubungan baik dan kerjasama yang baik untuk meningkatkan jemaah.

a. Produk PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru

Dalam pelaksanaan kegiatan umrah PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru memiliki pilihan produk perjalanan ibadah umrah dan beberapa paket perjalanan Islam yang ditawarkan dalam setiap produknya dibedakan dengan program program yang memiliki konsep sendiri dan dapat disesuaikan dengan keinginan calon jemaah atau Wisatawan. Sebelum jemaah diberangkatkan ada beberapa paket penawaran yang ditawarkan kepada jemaah, sehingga jemaah dapat menyesuaikan dengan kemampuannya dan tidak merasa terbebani dengan biaya biaya yang tidak mereka harapkan hal ini tentunya disesuaikan dengan kemampuan setiap jemaah umrah.

Pada paket pertama PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru menawarkan paket hemat, dimana pada paket ini hotel yang

ditawarkan di kota madinah ialah hotel Sham province/concorde al-khair yang berjarak 4 menit dengan berjalan kaki menuju masjid Nabawi dan dari hotel ini sekitar 19 KM untuk sampai ke bandara *prince* Muhammad bin Abdul Aziz.

Kemudian di Mekkah, jamaah akan diantar ke hotel Ajyad Makarem yang memiliki waktu tempuh sekitar 4 menit untuk sampai ke gerbang King Abdul Aziz, kemudian untuk sampai ke masjidil Haram dan Kaabah waktu yang ditempuh sekitar 10 menit dengan berjalan kaki. Pada paket ini juga mereka menawarkan 3 tipe pilihan kamar, yaitu paket double dengan kapasitas 2 orang seharga IDR 37.000.000, kemudian paket triple dengan kapasitas 3 orang seharga IDR 35.000.000 dan yang terakhir paket quard dengan kapasitas 4 orang seharga IDR 33.000.000, sesuai dengan tabel dibawah ini.

TABEL 4.5 Produk yang ditawarkan oleh PT Redho Illahi Wisata  
Banjarbaru

Paket	Hotel		Harga	Ket
Hemat	Madinah	Makkah	IDR 37.000.000	Double
			IDR 35.000.000	Triple

	Sham province/con corde al-khair	Ajyad makarem/anjum hotel	IDR 33.000.000	Quard
--	--	---------------------------------	-------------------	-------

Pada paket kedua PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru menawarkan paket silver, dimana pada paket ini hotel yang ditawarkan di kota madinah ialah hotel Nakhbah royal inn yang berjarak 100 M dari *al haram* dan hotel ini juga berjarak hanya 650 m dari pusat kota Madinah.

Kemudian di Mekkah, jamaah akan diantar ke hotel Movenpick/zamzam hotel memiliki waktu tempuh sekitar 9 menit atau sekitar 400 m untuk sampai ke masjidil Haram dan Kaabah. Pada paket ini juga mereka menawarkan 3 tipe pilihan kamar, yaitu paket double dengan kapasitas 2 orang seharga IDR 39.000.000, kemudian paket triple dengan kapasitas 3 orang seharga IDR 38.000.000 dan yang terakhir paket quard dengan kapasitas 4 orang seharga IDR 37.000.000, sesuai dengan tabel dibawah ini.

Paket	Hotel		Harga	Ket
	Madinah	Makkah	IDR 39.000.000	Double

Silver	Nakhbah royal inn/rawdah royal inn	Movenpick/zam- zam hotel	IDR 38.000.000	Triple
			IDR 37.000.000	Quard

Sumber: Company Profile PT Redho Illahi

Dalam pelaksanaan kegiatan umrah mereka menawarkan beberapa paket keberangkatan. Dalam setiap paket dibedakan atas waktu fasilitas dan harga, harga sewaktu waktu dapat berubah menyesuaikan kondisi, seperti kurs dollar harga tiket dan lain lain.

Harga di atas sudah termasuk

- 1) Tiket pesawat PP JKT-JED-JKT
- 2) Tiket pesawat domestik PP
- 3) Akomodasi hotel sesuai program
- 4) Visa umrah, bis, mutawwif
- 5) Snack, nasi box, dan handling
- 6) Perlengkapan umrah
- 7) Asuransi perjalanan
- 8) Air zam zam (jika diizinkan)

Biaya biaya yang belum termasuk

- 1) Biaya pembuatan paspor
- 2) Biaya vaksin meningitis
- 3) Kelebihan bagasi

4) Biaya biaya yang bersifat pribadi<sup>1</sup>

b. Visi perusahaan dan Misi Perusahaan

Visi perusahaan adalah menjadi suatu perusahaan kebanggaan sebagai pilihan utama masyarakat indonesia menciptakan sumber daya manusia profesional, dan menciPTakan jaringan internasional untuk usaha perjalanan tour and travel.

Misi dari biro ini adalah:

- 1) Menjadikan jasa perjalanan Wisata terbaik bagi pelanggan dengan harga yang relatif kompetitif.
- 2) Menjadikan lingkungan kerja sebagai tempat berkarir dan tempat menempa profesionalisme dalam bekerja..
- 3) Menyelenggarakan dan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melaksanakan perjalanan ibadah umrah dengan kualitas layanan prima dalam mencapai kemabruran ibadah.
- 4) Inovatif progresif dan bekerja keras untuk memberikan pelayanan terbaik sesuai kebutuhan konsumen.

c. Tujuan Berdirinya PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru

Adapun didirikannya PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru adalah untuk syiar Islam bagaimana bagian syi'ar Islam itu bisa semakin meluas dan menyentuh kepada kalangan eksekutif yang

---

<sup>1</sup> Brosur penawaran PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru

minim akan pengetahuan agama sehingga dapat menciptakan suasana syiar yang penuh kedamaian, kesamaa, kekeluargaan dan saling memperhatikan satu dengan yang lainnya.

#### d. Struktur Organisasi

Setiap organisasi ataupun perusahaan pasti memiliki struktur organisasinya, yang merupakan susunan dan urutan antara tiap tiap posisi atau jabatan yang dipegang untuk mengetahui wewenang dan tanggungjawab. Begitu juga dengan PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru, mereka juga memiliki struktur organisasi yang dipimpin oleh direktur utama yang menaungi semua bawahannya, dan berikut dilampirkan strukturnya:

GAMBAR 4.4 Struktur organisasi PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru



## **2. Strategi *Public Relation* PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru dalam Merekrut Jemaah Umrah**

Strategi *Public Relation* PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru dalam upaya merekrut jemaah umrah :

### **a. Perumusan Strategi *Public Relation* PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru**

Perumusan strategi merupakan langkah awal dalam sebuah organisasi ataupun perusahaan untuk menjalankan dan mencapai misinya, dalam hal ini mereka menjalankan strategi *Public Relation* dengan melakukan pendekatan pendekatan tertentu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak M.Luthfi selaku wakil kepala cabang beliau menjelaskan bahwa Sebelum kenal dengan para guru pada awalnya ada jemaah yang mengenalkan kami kepada seorang guru kemudian kami tindaklanjuti dengan mendatangi beliau atau berkunjung ke pondok pesantren beliau kemudian kami jalin komunikasi kemudian kami berangkatkan beliau secara gratis dan bahkan setiap beliau berangkat kami gratiskan dan sekaligus menjadi pendamping tetap keberangkatan umrah.

Selanjutnya beliau menjelaskan bahwa biro ini berusaha menjalin hubungan baik dengan para tokoh agama, pimpinan pondok, atau ulama yang memiliki majelis. selanjutnya pemilik instansi, seperti sekolahan atau yayasan, dan sejenisnya yang telah menjalin hubungan



yang baik dengan biro ini pun memberikan *feedback* kami yaitu mereka mengajak masa atau jemaah untuk berumrah melalui kami.

Strategi dengan melakukan hubungan baik dengan para tokoh agama, pimpinan pondok atau ulama ini memang sudah direncanakan oleh PT Redho Illahi yang ditujukan untuk peningkatan jemaah tapi tidak ada bagian atau staf khusus dalam hal ini, jadi dari seluruh karyawan bekerjasama dalam membangun *Public Relation* ini.<sup>2</sup>

b. Implementasi Strategi *Public Relation* PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru

Implementasi strategi yaitu penerapan atau pelaksanaan dari perumusan sebelumnya, implementasi disini yaitu penerapan dari strategi pelayanan umrah oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru yang telah direncanakan sebelumnya. Dalam hal ini mereka melakukan kegiatan atau program program khusus yang secara langsung ditujukan untuk terus menjalin hubungan baik dengan publik

1) Mengkaji dan menjalin komunikasi dengan calon jemaah

Redho tour pada awalnya mengkaji dan menjalin komunikasi dengan calon jemaah. Dengan melakukan komunikasi dengan calon jemaah melalui ruang lingkup tersebut dengan tujuan untuk mengetahui apa keinginan dan harapan jemaah terhadap travel umrah yang belum terpenuhi

---

<sup>2</sup> M.luthfi, Wawancara dengan wakil Kepala Cabang PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru 02 juli 2021.

dan kemudian mengkaji keadaan dalam dan luar perusahaan. Dari awal berdirinya PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru hanya dilakukan *mouth to mouth* dan *closh network* atau dari mulut ke mulut seperti keluarga, teman teman dekat dan orang orang yang kenal baik. Kemudian seiring berjalannya waktu Redho tour memperluas lagi jangkauannya dengan melakukan komunikasi kepada komunitas-komunitas kecil, kelompok pengajian, kelompok pendidikan hingga instansi besar seperti pondok pesantren dan pemerintahan. Seperti yang dikatakan oleh bapak M. Luthfi beliau mengatakan bahwa:

“Dulu awal berdirinya travel ini tahun 2008 pada bulan februari yang pada saat itu waktu di acara pameran bank Syariah, para pendiri travel ini melakukan komunikasi terkait kendala dan kekurang yang diinginkan jemaah dan beliau memutuskan untuk membuka rendho tour ini. Dan dulunya kami dari keluarga keluarga saja belum seluas ini.”

“Untuk menjalin hubungan baik ini kami terlebih dulu situ kami tawarkan untuk membawa jemaahnya berumrah melalui travel kami, dan sampai saat ini strategi itu yang kami lakukan untuk terus menambah dan memperluas hubungan kami kepada mereka, dan kami juga melakukan kunjungan kunjungan setiap bulannya atau juga di hari hari tertentu. Biasanya kami juga menyalurkan bantuan bantuan misalkan pembangunan gedung asrama pondok pesantren dan lain lain supaya kami tetap berhubungan baik, gitu...”<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> M. Luthfi, Wawancara dengan Wakil kepala cabang PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru 02 juli 2021.

2) Merencanakan Program Terkait Penemuan Data di awal Berdirinya Perusahaan

Untuk meyakinkan calon jemaah dan mempertahankan jemaah yang ada berdasarkan temuan data sebelumnya PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru mengawalinya dengan terus melakukan layanan yang terbaik dan konsisten terhadap apa yang sudah di tawarkan dan di janjikan terhadap calon jemaah karena Redho tour tidak memiliki banyak pilihan untuk membuat sebuah promosi kecuali hanya dengan menjaga nama baik dan konsisten terhadap layanannya.

Seiring berjalannya waktu PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru melakukan sebuah program di mana mereka yang sudah pernah menjadi jemaah akan di pelihara dengan baik agar jemaah menjadi loyal terhadap perusahaan. Karna PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru tidak ingin jemaahnya jenuh dan hanya melakukan ibadah semata tanpa m,mendapatkan pengalaman yang baru dan menarik maka PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru memiliki produk yang fleksible, di dalam artian ada paket paket tertentu seperti bulan ramadhan, tahun baru Islam, hari kemerdekaan, milad perusahaan dan lain lain yang memiliki kelebihan kelebihan tertentu yang menarik untuk calon jemaah.

“kalo produk kami kurang lebih sama kaya travel travel yang lain tapi kami biasanya supaya jemaah tuh gak

bosan gitu gitu aja kami biasanya melakukan keberangkatan spesial misalnya milad perusahaan, bulan ramadhan, hari raya Islam dan hari hari besar lain jadi di situ kami mengadakan promo trus ada ke tempat tempat yang baru dll sesuai kondisi dan tren yang baru”<sup>4</sup>

### 3) Mengkomunikasikan Informasi terkait Perusahaan

Untuk menyebarkan informasi terkait perusahaan PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru memulai dengan dua pendekatan melakukan sosialisasi kepada komunitas dan melalui media. Mensosialisasikan melalui komunitas sudah dilakukan oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru sejak awal berdirinya perusahaan ini mereka masuk ke beberapa komunitas kecil, kelompok pengajian, hingga komunitas besar seperti pondok pesantren hingga instansi pemerintahan.

Sedangkan untuk media yang digunakan yaitu brosur, Baner, Website, Instagram dan Facebook, namun saat ini yang berjalan secara baik dan rutin digunakan melalui brosur, websaitdan instagram. Mengkomunikasikan produk kepada komunitas secara perorangan maka mereka akan secara langsung mencari dan menelusuri PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru melalui media sosial untuk meyakinkan diri mereka terhadap perusahaan. Seperti yang dikatakan oleh bapak muhammad luthfi bahwa:

---

<sup>4</sup> Muhammad Muhlisin, Wawancara dengan staf divisi haji PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru 02 juli 2021.

“Di kantor kami ini yang datang secara langsung ke kantor hanya sedikit sekali bisa di bilang Cuma 5% saja dan 95% nya lagi dari guru guru. Tapi bukan berarti instagram itu gak berguna karena calon jemaah itu pasti ngecek juga perusahaan kami melalui instagram dan website karna di situ ada data data bukti legalitas kami dan dokumentasi dokumentasi keberangkatan kami yang mungkin membantu untuk meyakinkan calon jemaah wahwa kami bukan travel bodong”<sup>5</sup>

#### 4) Mengevaluasi Tahapan Strategi Yang Sudah Dilewati

PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru melakukan evaluasi yang mana dengan ini dapat mengetahui kekurangan kekurangan terhadap strategi yang dilakukan dan pelayanan yang sudah diberikan juga termasuk menganalisa kondisi luar perusahaan untuk merumuskan strategi baru kedepannya dan untuk meminimalisir kesalahan yang berulang.

Seperti yang dikatakan oleh bapak M. Luthfi beliau mengatakan bahwa:

“untuk menjalin hubungan baik ini dilakukan secara langsung oleh semuanya dari direktur sampai karyawan jadi Kami melakukan kunjungan setiap bulan melakukan kegiatan rutin untuk melakukan kunjungan ke tempat guru guru, pondok pesantren, dan semuanya itu selain kami mengadakan kegiatan dan lain lain salah satunya untuk minta masukan saran dan evaluasi juga terhadap layanan kami dan kami juga melakukan evaluasi tersendiri setelah itu kami melakukan rapat terkait masukan masukan yang kami dapat setelah kunjungan ke tempat guru guru gitu, gitu terus setiap bulannya alhamdulillah bisa konsisten dan hasilnya bagus”.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> H. Yogi, Wawancara dengan staf marketing PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru 02 juli 2021

<sup>6</sup> M. Luthfi, Wawancara dengan Wakil kepala cabang PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru 02 juli 2021.

### **3. Pengaruh *Public Relations* Dalam Merekrut Jemaah Umrah Di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru**

Melalui hasil wawancara peneliti bersama bapak Kusno Leo bahwa ada beberapa dampak yang ditimbulkan dari menjalankan hubungan baik yaitu mampu membantu biro dalam merekrut jemaah, kemudian dengan adanya hubungan baik juga mampu mempermudah dalam peningkatan kualitas dari segi fasilitas dalam pelayanan jemaah, memudahkan dalam proses perekrutan jemaah dan proses manasik haji.

Melalui wawancara yang dilakukan peneliti dengan bapak Kusno Leo dikatakan bahwa dampak yang ditimbulkan dari penerapan strategi *Public Relation* ini adalah

“Dengan seiring bertambahnya orang orang yang berhubungan baik dengan kami jumlah jemaah setiap tahunnya alhamdulillah selalu meningkat dan setidaknya dalam setiap bulannya kami dapat konsisten memberangkatkan jemaah dua kali dalam satu bulan”.<sup>7</sup>

Selain itu beliau juga menambahkan dampak dari penerapan publik relation tidak hanya dalam merekrut jemaah, tetapi juga berdampak pada peningkatan kualitas dari segi fasilitas dalam pelayanan jemaah, serta kemudahan dalam proses rekrutmen jemaah dan proses manasik haji.

## **B. PEMBAHASAN**

---

<sup>7</sup> Kusno Leo, Wawancara dengan salah satu staf PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru 02 juli 2021.

Setelah dilakukannya penelitian, maka langkah selanjutnya ialah penyajian data yang dilakukan oleh penulis. Kemudian penulis menganalisis data tersebut, untuk menjawab rumusan masalah pada bab 1 mengenai strategi *Public Relation* PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru dalam merekrut jemaah umrah yaitu dari segi penerapan *Public Relation* dalam hal menjalin hubungan baik dan kepada siapa saja hubungan baik itu dijalin. Kemudian juga membahas terkait dampak dari penerapan strategi tersebut terhadap tingkat perekrutan jemaah umrah dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2019.

*Public Relation* merupakan bagian penting dalam sebuah organisasi ataupun perusahaan untuk kesuksesan manajemennya. *International Public Relations Associations* (IPRA) mendefinisikan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen dari ciri yang berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (umum) untuk mendapatkan pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada kaitannya dengan penelitian pendapat publik diantara mereka.<sup>8</sup>

Selain strategi *Public Relation*, citra juga merupakan hal yang penting dalam kesuksesan perusahaan terutama pada perusahaan pada ranah travel haji dan umrah dan Wisata Islam, karena sering terjadinya kasus yang dilakukan oleh oknum biro yang tidak amanah kepada calon jemaah atau Wisatawan. PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru menerapkan

---

<sup>8</sup> Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto, "Dasar-Dasar *Public Relation*" (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2003), 14

beberapa strategi untuk menjalin komunikasi dan hubungan baik dengan publik dengan menerapkan pelayanan yang baik dan konsisten terhadap penawaran yang dilakukan .

### **1. Penerapan Strategi *Public Relation* dalam Perekrutan Jemaah**

Berdasarkan penelitian di lapangan peneliti memperoleh informasi bahwasannya strategi *Public Relation* yang diterapkan pada biro ini adalah berupa usaha dalam menjalin hubungan baik dengan orang-orang yang berpotensi dalam kesuksesan manajemen mereka seperti para tokoh agama, pimpinan pondok pesantren, pengasuh majelis ta'lim, instansi pemerintahan dan orang-orang yang berpotensi memiliki masa untuk dapat diajak menjadi calon jemaah mereka.

Seperti pada wawancara yang dilakukan dengan bapak M. Luthfi bahwa langkah awal yang dilakukan agar dapat menjalin hubungan baik ialah mencoba menawarkan perjalanan umrah secara gratis atau memfasilitasi.

Menurut analisis peneliti hal ini dilakukan untuk menunjukkan dan memperlihatkan kualitas pelayanan dari PT Redho Illahi kepada para tokoh agama dan orang-orang yang terlibat dalam merekrut jemaah, dengan ini harapannya orang-orang yang diberangkatkan ini merasa nyaman dan percaya kemudian bersedia untuk bekerjasama dalam merekomendasikan kepada para jemaahnya yang ingin melaksanakan ibadah umrah untuk dapat mendaftarkan diri mereka



kepada PT Redho Illahi dan beliau akan sekaligus menjadi pendamping dengan di geratiskan keberangkatannya.

Selanjutnya Untuk tetap mempertahankan hubungan baik yang telah dibangun maka PT Redho Illahi melakukan kunjungan atau pertemuan dan kegiatan positif bersama orang orang yang sudah berhubungan baik dan telah menjalin kerjasama, selain itu PT Redho Illahi juga menyalurkan bantuan bantuan untuk instansi seperti pembangunan kegiatan penyuluhan atau pelatihan terkait umrah, di pondok pesantren dan lain lain demi menjaga hubungan baik tersebut.

Maka menurut penulis dengan strategi inilah mereka berhasil merekrut jemaahnya setiap tahunnya dan selalu konsisten dalam melakukan keberangkatan. Bukan hanya itu mereka juga mendapat kemudahan dalam beberapa hal diantaranya seperti penyediaan hotel, transportasi, bimbingan manasik hingga pendampingan jemaah dari berangkat hingga pulang kembali ke tanah air, karna mereka berhubungan baik dengan guru-guru yang tentunya berkompeten dalam bidang ini.

Setelah menjalankan strategi membangun hubungan baik seperti yang dikatakan bapak M. Luthfi, PT Redho Illahi berusaha menjaga dan memelihara hubungan tersebut dengan.

Seperti yang dikatakan oleh bapak H. Yogi selaku staf marketing mengatakan bahwa: Dari banyaknya calon jemaah umrah yang mempercayakan kepada mereka hampir 95% didapat melalui agent

dan hanya 5% yang datang secara langsung ke kantor atau secara langsung menghubungi kontak kantor<sup>9</sup>.

Strategi yang telah diterapkan oleh PT Redho Illahi ini sesuai dengan definisi dari *Public Relation* yang dikatakan oleh Frank, dimana dia mengatakan bahwa *Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam organisasi maupun keluar organisasi, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya yang bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan yang mengarah, yang berlandaskan pada saling pengertian.”Dan Konsep *Public Relations* pada dasarnya berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut akan timbul perubahan yang berdampak.

Maka bentuk komunikasi yang diterapkan oleh organisasi guna mencapai tujuan seperti yang disampaikan oleh Frank telah diimplementasikan PT Redho Illahi dengan menjalin hubungan baiknya kepada para alim ulama dan orang-orang terkait, dimana PT Redho Illahi memiliki tujuan untuk merekrut para jemaahnya. Maka menurut penulis juga strategi yang telah diterapkan ini memiliki dampak yang sangat besar terhadap kesuksesan tujuan manajemen.

Selanjutnya setelah konsep membangun hubungan baik telah dilakukan maka langkah berikutnya adalah memelihara hubungan baik

---

<sup>9</sup> H. Yogi, Wawancara dengan staf marketing PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru 02 juli 2021.

tersebut. Maka langkah atau kegiatan yang dilakukan oleh PT Redho Illahi dalam memelihara hubungan baik tersebut dengan selalu melakukan kunjungan setiap bulan atau pada hari hari tertentu.

Selain itu PT Redho Illahi juga melakukan kegiatan sosial diantaranya menyalurkan bantuan kepada yayasan pondok pesantren, lembaga pendidikan, lembaga pemerintahan dan juga kepada pengasuh majelis ta'lim. Bahkan mereka secara langsung bersilaturahmi secara pribadi ke kerdiman para guru guru agama untuk memelihara hubungan baik mereka agar dapat terus bekerjasama dalam penyelenggaraan kegiatan umrah

Hal ini dilakukan agar PT Redho Illahi mampu merekrut calon jemaah umrah dan memberangkatkan jemaah dengan layanan yang telah di sediakan oleh PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik yaitu biro mampu merekrut jemaah umrah.

Melalui kegiatan yang telah diterapkan oleh PT Redho Illahi tersebut sudah sangat sesuai dengan pendapat *The Liang Gie* bahwa praktek dari *Human relation* yaitu adanya suatu interaksi bukan hanya sekedar relasi atau hubungan yang pasif, melainkan suatu aktivitas yang merupakan '*Action oriented*' untuk mengembangkan hasil yang lebih produktif dan memuaskan. Artinya bukan hanya sekedar membangun hubungan tetapi berusaha untuk terus membangun sebuah

relasi yang terus menerus sehingga menghasilkan sesuatu yang memuaskan bagi perusahaan

Sehingga timbul suatu kegiatan yang timbal balik antara institusi *Public Relations* tersebut dengan publiknya dan semua bentuk komunikasi yang tersusun antara suatu organisasi dengan khalayaknya. Timbal balik berarti tidak hanya dari pihak *Public Relations* saja yang melakukan kegiatan untuk publik, namun publiknya juga memberikan *feedback* atau melakukan kegiatan kepada institusi *Public Relations* tersebut, sehingga terwujudlah sebuah hubungan dan pengertian bersama untuk meraih kepentingan bersama.

Menurut Cutlip, proses *Public Relation* mengacu pada pendekatan manajerial proses perencanaan strategi dalam *Public Relation* terdiri dari *fact finding*, *planing*, *communication* dan *evaluation*<sup>10</sup>

a. *Fact finding*

PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru menganalisis dan mengkaji permasalahan dan hal hal yang terjadi terkait dengan perusahaan dan layanan yang sudah di berikan juga dari jemaah yang melakukan keberangkatan dengan jasa lain yang di dapat bahwa publik menginginkan layanan yang

---

<sup>10</sup> Scott M.Cutlip dan allen H. Center Effective *Public Relation* (jakarta prenada media Group 2006) h, 6

fleksibel yang sesuai dengan keinginan dan kemampuannya dimana calon jemaah yang memiliki status sosial yang tinggi menginginkan fasilitas yang lebih baik dan lebih tertutup seperti bimbingan manasik dan lain sebagainya . PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru juga tak lupa menganalisa kondisi luar dan dalam perusahaan.

*b. Planing*

Melihat dari fakta yang ada di lapangan PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru kemudian mengambil langkah untuk menyikapi fakta yang ada yaitu mereka menyusun program untuk memenuhi permintaan publik dengan memaksimalkan pelayanan sesuai yang diinginkan oleh jemaah yaitu bimbingan manasik VIP yang dilaksanakan di dalam hotel sehingga lebih terjaga privasinya kemudian transportasi khusus dengan transportasi sesuai dengan permintaan jemaah VIP, tak hanya itu PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru juga memberikan layanan VIP secara langsung kepada komunitas yang bekerjasama untuk membawa jemaahnya untuk terus menjaga hubungan baik.

*c. Communication*

Langkah selanjutnya PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru merealisasikan atau menyampaikan terkait apa yang telah direncanakan melalui komunikasi secara langsung kepada

komunitas yang bekerja sama melalui kunjungan bulanan yang dilakukan ke rumah para guru ataupun ke kantor instansi maupun pondok pesantren dan kemudian disebarluaskan melalui media sosial, website dan instagram. Dan selalu menjalin komunikasi dan hubungan yang baik terhadap komunitas dan calon jemaah umrah.

d. Evaluasi

PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru melakukan kegiatan evaluasi yang dapat mengetahui kekurangan dan kesalahan yang dilakukan dari serangkaian strategi yang sudah diterapkan juga dapat membandingkan dengan travel yang lain untuk terus meningkatkan kualitas perusahaan dan meminimalisir kesalahan terjadi kembali.

Meski tidak ada divisi *Public Relation* secara khusus di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru namun keberadaan *Public Relation* yang dijalankan secara konsisten dapat berperan baik dalam membangun dan menjaga hubungan juga dalam membina hubungan baik dengan pihak internal maupun eksternal. *Public Relation* memiliki peran sebagaimana penunjang manajemen dan membina hubungan baik dengan publik, dan di sini keberadaan *Public Relation* telah berperan baik dalam menjaga nama baik perusahaan serta meningkatkan jemaah.

Kegiatan *Public Relation* yang ada di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru melakukan perannya sesuai dengan teori yang penulis kemukakan di bab sebelumnya yaitu:

- a. Sebagai komunikator, Staf PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru melakukan hubungan timbal balik dengan publik, yang mana mereka menerima setiap kritik dan saran secara langsung maupun melalui media, dan bukan hanya itu mereka juga melakukan kegiatan kunjungan secara khusus untuk menjalin silaturahmi dalam rangka berkomunikasi untuk terus menjaga hubungan baik dan itu mereka lakukan setiap bulannya.
- b. Membina hubungan baik dengan publik dan jemaahnya. Menjalinkan hubungan baik serta saling menguntungkan adalah mereka dalam menjalankan kegiatan *Public Relation*
- c. Berperan sebagai *backup* management dimana *Public Relation* dapat pula menjadi bagian pendukung cadangan dalam fungsi manajemen khususnya di bidang pelayanan dan marketing untuk peningkatan jemaah umrah.
- d. Berperan membentuk citra positif perusahaan terhadap publik dan berperan sebagai fasilitator dan stabilisator saat mengalami kendala atau keadaan yang tidak diinginkan terjadi.

Terbentuknya hubungan baik perusahaan merupakan hasil dari praktek *Public Relation* yang dilakukan di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru oleh seluruh staf di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru, mereka semua berhasil menjalankan dengan baik kegiatan *Public Relation* sehingga menjadi kekuatan besar dalam kesuksesan manajemen terkhusus dalam upaya merekrut jemaah umrah.

Dalam manajemen *Public Relation* selain menjalin hubungan baik dalam lingkungan eksternal, dikatakan bahwa departemen *Public Relation* juga harus menjalin hubungan baik secara internal. Hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Dalam PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru, hubungan internal yang dilakukan kepada karyawannya ialah memberikan kesempatan umrah gratis kepada setiap karyawannya di setiap keberangkatan secara bergilir. Selain itu adanya keuntungan yang diberikan perusahaan kepada karyawannya ketika mereka mampu mengajak jemaah untuk mendaftarkan diri ke PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru.

Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan peneliti pada bab sebelumnya, bahwa salah satu bentuk hubungan internal yang dapat dilakukan ialah menjalin hubungan baik dengan seluruh karyawan sehingga mampu membangun kerjasama dan kepercayaan dari pegawai. Sehingga akan memudahkan perusahaan dalam membimbing, mengarahkan dan menjaga.



## 2. Pengaruh *Public Relation* Dalam Perekrutan Jemaah Umrah

Terkait dengan dampak yang ditimbulkan oleh adanya kegiatan *Public Relation* di PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru, menurut hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa setelah mereka menjalin hubungan baik dengan publik dan kemudian menjalin kerjasama, mereka sangat terbantu dalam hal perekrutan jemaah dan peningkatan fasilitas pelayanan, dan tentunya juga membantu mereka dalam mencapai tujuan mereka yaitu merekrut jemaah umrah. Dan seperti yang dikatakan oleh bapak H. Yogi selaku staf marketing bahwa: Dari banyaknya calon jemaah umrah hampir 95% jemaah didapat melalui Agent atau beberapa hubungan yang telah dijalin dengan eksternal dan hanya 5% yang datang secara langsung ke kantor atau secara langsung menghubungi kontak kantor<sup>11</sup>.

Berikut data jemaah yang dapat kita lihat pada tabel/grafik di bawah yang meningkat di setiap tahunnya.

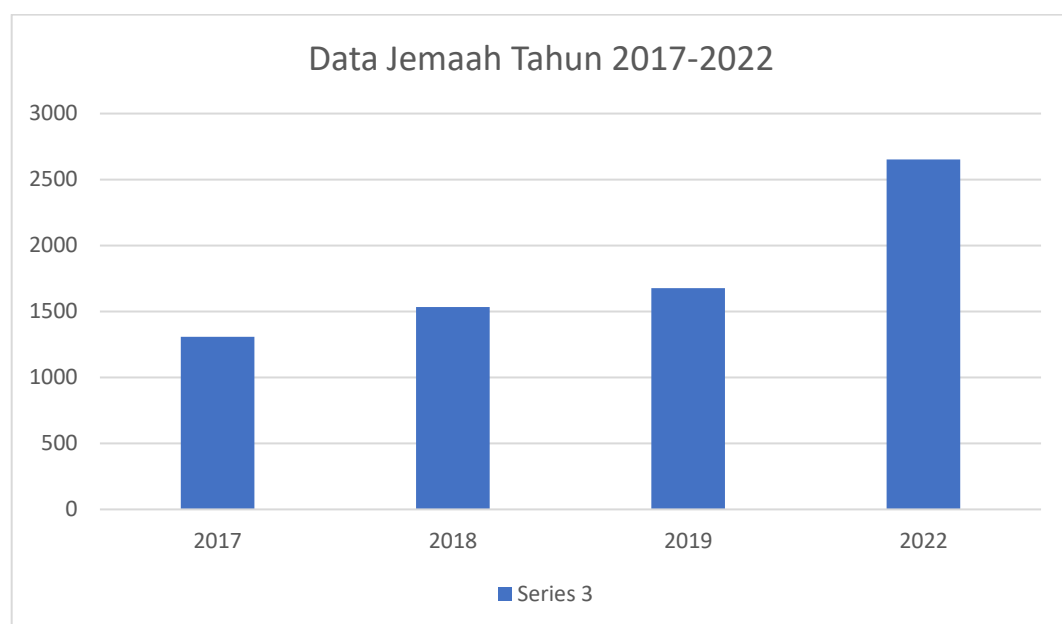
TABEL 4.6 Jumlah Keberangkatan Jemaah tahun 2017 - 2022

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah jemaah</b>	<b>Keterangan</b>
2017	1307 jemaah	Berangkat
2018	1.533 jemaah	Berangkat
2019	1.677 jemaah	Berangkat

<sup>11</sup> M.luthfi, Wawancara dengan wakil Kepala Cabang PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru 02 juli 2021

2020	-	Covid-19
2021	-	Covid-19
2022	2.652 jemaah	Berangkat

GAMBAR 4.5 Grafik Kenaikan Jumlah Jemaah setiap tahunnya dari tahun 2017-2022



Tabel di atas merupakan data jemaah yang melakukan keberangkatan mulai tahun 2017-2022, dari data tersebut dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan jumlah jemaah setiap tahunnya, terhitung dari tahun 2017 tercatat ada 1.307 jemaah yang berangkat melalui PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru mulai bulan januari hingga desember kemudian di tahun berikutnya pada tahun 2018 terhitung jumlah jemaah yang berangkat menggunakan jasa PT Redho

Illahi Wisata Banjarbaru sebanyak 1533 jemaah kemudian di tahun selanjutnya pada tahun 2019 tercatat ada 1577 jemaah yang melakukan keberangkatan menggunakan jasa PT Redho Illahi Wisata Banjarbaru. Kemudian tidak dilampirkan data pada tahun 2020-2021 sebab adanya pandemi covid-19. Kemudian dilanjutkan data pada Januari 2022.

Dari tabel diatas disimpulkan bahwa ada peningkatan jumlah jemaah yang cukup banyak dari tahun ke tahunnya yaitu pada tahun 2017 ke 2018 dimana jumlah awal jemaah sebanyak 1307 naik menjadi 1533 sehingga terjadi peningkatan jumlah jemaah sebanyak 226 jemaah dan pada tahun selanjutnya di tahun 2018 ke 2019 dimana jumlah awal jemaah sebanyak 1533 naik menjadi 1677 terjadi peningkatan sebanyak 144. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah jemaah selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dalam upaya perekrutan jemaah umrah ini bukan hanya dengan strategi *Public Relation* saja namun mereka juga menggunakan media media seperti instagram, website dan penawaran penawaran melalui selebaran/ brosur.