

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT Maali Wisata

1. Sejarah Berdirinya PT Maali Wisata

Indonesia merupakan salah satu penyumbang banyaknya jamaah ibadah haji maupun umrah di setiap tahunnya. Karena, mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam. Adanya kuota yang ditetapkan oleh pemerintah Arab Saudi dalam pemberangkatan jamaah ibadah haji dan umrah menyebabkan terjadinya daftar tunggu yang setiap tahunnya semakin meningkat dan memiliki jangka waktu yang relatif lama. Kemudian, munculnya perusahaan yang menawarkan layanan perjalanan haji dan umrah.

PT Maali Wisata atau dengan nama lain yaitu Abu Walad adalah salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang pelayanan penyelenggara perjalanan Haji dan umrah. perusahaan jasa yang melayani segala kebutuhan jamaah dalam beribadah baik haji ataupun umrah. Merupakan sebuah biro yang terus berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik untuk mendampingi tamu Allah yang akan pergi ke Baitullah. Biro penyelenggara perjalanan ibadah umrah PT. Maali Wisata telah memiliki SK izin penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah: 691 Tahun 2017 sehingga jamaah aman selama Proses pengurusan perjalanan dan dalam ibadah yang dilakukan. PT Maali Wisata telah resmi didirikan di Banjarmasin pada 25 September 2013. Dengan paket umrah yang beragam seperti: produk umrah reguler, produk umrah plus (umrah dengan tambahan

jalan-jalan ke kota yang kita inginkan seperti Dubai, turki, yaman, atau Mesir). Selain umrah mereka juga menyediakan produk Haji tanpa jangka waktu tunggu yang sangat lama.

PT Maali Wisata bertempat di Banjarmasin dengan alamat km 11 Pesona Modern, Gatot Subroto, Martapura. Direktur utama PT Maali Wisata yaitu ustadz H.Muhammad Irhami ,Lc. Memiliki karyawan yang bertugas di kantor sebanyak 17 orang yang masing-masing memiliki tugas dan perannya masing-masing. Selain itu PT Maali Wisata juga sudah terdaftar secara resmi di kementerian agama.

Di antara banyaknya pesaing dalam pasar jasa yang bergerak dalam pelayanan haji dan umrah. PT Maali Wisata yang terbilang baru berdiri selama sepuluh tahun dari 2013-2023 cukup mampu bersaing dalam pasar. Keterlibatan para Ustadz sebagai pembimbing dalam pemberangkatan jemaah membuat para jemaah menaruh kepercayaan kepada PT Maali Wisata dan tentu ini menjadi keuntungan tersendiri.

2. Visi dan Misi Travel Haji Dan Umrah PT. Maali Wisata

1. Visi dan Misi

Visi dari PT Maali Wisata adalah menjadi travel haji maupun umrah yang profesional serta amanah, sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan as-sunah.

Misi PT Maali Wisata yaitu:

- a. Syiar tentang ibadah haji dan umrah
- b. Memberikan bimbingan intensif kepada tamu Allah dalam melaksanakan ibadah sesuai dengan tuntunan syariat (Al-Qur'an & As-Sunnah)

- c. Berperilaku bisnis syar'i dengan tetap menjaga kesejahteraan karyawan.
- d. Perlindungan karyawan untuk selalu melayani jemaah secara profesional dan amanah

Membuktikan ukhuwah islamiyah, silaturahmi, ta'awanu 'alal birri wat taqwa mencapai kehidupan yang rahmatan lil 'alamin.

2. Tujuan didirikan

Tujuan dari mendirikan PT Maali Wisata sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang jasa adalah mengelola usaha penyelenggaraan perjalanan ibadah yang berdimensi dua kebaikan, dunia dan akhirat, lalu menjadi salah satu sumber pendapatan yang halal- thayyibah, dan menjadi pintu masuk untuk mengembangkan berbagai usaha lain yang berkaitan.

3. Moto

PT Maali Wisata sebagai lembaga biro perjalanan haji dan umrah dengan moto “Melayani Anda Adalah Kebanggaan Kami”. maka, fokus utama yaitu pelayanan dan kepuasan konsumen atau pelanggan PT Maali Wisata dalam perjalanan ibadah yang dilakukan.

4. Komitmen PT Maali Wisata

Terus berupaya meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan serta bimbingan kepada semua tamu Allah dan tamu Rasulullah. Terdapat tim-tim handal yang selalu siap melayani calon jamaah, dimanapun serta kenyamanan dalam beribadah adalah prioritas utama.

Menjadi partner perjalanan ibadah haji dan Umroh dengan pelayanan maksimal dan profesional juga menjunjung dengan sepenuh hati.

Mendapatkan hukum biro perjalanan agar menjamin keberangkatan tersebut sah-sah atau secara legal. Agar perjalanan ibadah umrah terjamin keamanan serta kenyamanannya.

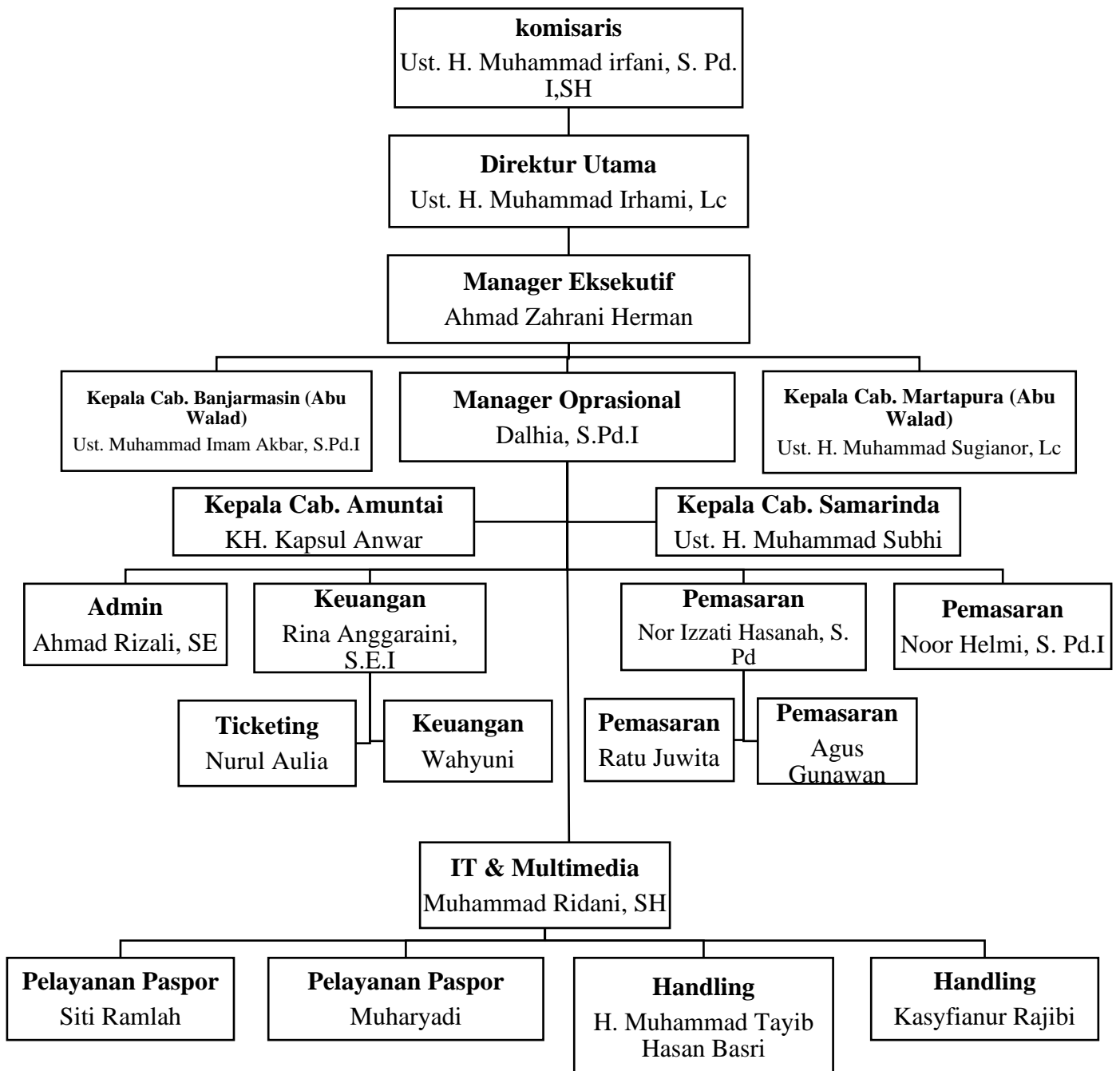
5. Kualitas pelayanan

PT Maali Wisata selalu berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik dalam setiap perjalanan ibadah umrah yang dilaksanakan. Dengan layanan yang terbaik demi kenyamanan dan kekhusyukan jemaah dalam beribadah. Dengan beragam permintaan tentang makanan yang mana memang kurang cocok pada masyarakat Indonesia, juga ditangani oleh biro perjalanan haji dan umrah PT Maali Wisata. Selain itu, pemeriksaan kesehatan dan persediaan obat-obatan sebagai pertolongan pertama juga disediakan. Ada pula pelatihan sebelum pemberangkatan, serta pemilihan hotel yang sesuai dengan standar bintangnya. Dengan dua pilihan maskapai terbaik dan terpercaya membawa para jemaah sampai ke tanah suci, Mekkah. Dengan rute perjalanan *landing* di Madinah.

3. Struktur Organisasi PT Maali Wisata

PT Maali Wisata memiliki struktur organisasi yang mana bertujuan untuk mengatur dan mempermudah para staf atau karyawan dalam melakukan tanggung jawab dan bisa saling bekerja sama untuk mencapai tujuan PT Maali Wisata. Struktur organisasi di dalam PT Maali Wisata sebagai berikut

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Maali Wisata tahun 2023



Sumber: Bidang marketing PT Maali Wisata Banjarmasin

3. Tugas-tugas karyawan PT Maali Wisata

a. Direktur utama

- 1) Mengawasi kinerja karyawan
- 2) Mengawasi hasil kinerja karyawan

b. Manajer operasional

- 1) Memonitor seluruh staf kantor
- 2) Mengkoordinasikan kepada karyawan *handle* saudi mengenai keberangkatan, hotel dan *muthawif*
- 3) Mengurus persiapan manasik
- 4) Mengkoordinasikan info umrah kepada para jamaah
- 5) Memesan hotel untuk manasik umrah
- 6) Mengatur barang yang perlu disiapkan untuk manasik umrah
- 7) Memonitor cabang yang ada di Banjarmasin
- 8) Meningkatkan produktivitas karyawan
- 9) Mengamati perkembangan staf *marketing*
- 10) Memberi izin keluar masuk keuangan
- 11) Evaluasi atau rapat
- 12) Memikirkan inovasi baru demi kemajuan perusahaan.

c. Manajer keuangan

- 1) Mengatur pekerjaan yang berkaitan dengan keuangan
- 2) Pembayaran setoran umrah
- 3) Pembayaran paspor dan suntik meningitis, pembayaran hotel, ekspedisi, *id card*, kain, dan lain-lain.

- 4) Pengeluaran kantor seperti ATK.
- 5) Membuat kwitansi
- 6) Menghitung uang masuk
- 7) Asuransi jemaah dan karyawan
- 8) Mengeluarkan dana untuk gaji karyawan dan dana untuk *handle* bandara
- 9) Membuat laporan keuangan setiap 3 hari sekali di *update*
- 10) Mengkoordinir ekspedisi, kain seragam, syal, mukena dan kain ihram jamaah.

d. Admin

- 1) Membuat barkot jemaah umrah
- 2) Menempelkan foto barkot
- 3) Memfotocopy paspor jemaah umrah dan menempelkan foto paspor
- 4) Menempelkan buku kuning di paspor
- 5) Membuat data jemaah umrah, seperti persyaratan umrah, data kover bagasi, data bus, dan data kamar.
- 6) Mencatat setiap perlengkapan umrah yang keluar dan masuk.
- 7) Mengantar dan mengambil rekomendasi kemenag
- 8) Mengirim barang ke Tiki

e. *Marketing*

- 1) Memperhatikan segala hal yang berkaitan dengan promosi
- 2) Mengatur spanduk ketika berangkat umrah dan ketika manasik
- 3) Mengkoordinir brosur dan stiker
- 4) Mengatur spanduk dan diperbaharui

- 5) *Update* status di sosial media
- 6) Membantu *check in* tiket dan mengurus keberangkatan umroh
- 7) Membuat *slide power* untuk manasik umrah
- 8) Memasang ide koper jemaah.

f. *Ticketing*

- 1) Mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan tiket (cek nama-nama di tiket, dan mencetak tiket)
- 2) Membuat jadwal keberangkatan dan kedatangan
- 3) Membuat gambaran perjalanan
- 4) Membuat id *card* dan id koper
- 5) Memperhatikan kelengkapan ATK
- 6) Mengurus visa *plus* Mesir, Turki, Dubai, Aqso dan Yaman. Selain itu, menscan paspor dan mengkoordinasikan kepengurusan.

g. Pelayanan proposal

- 1) Membuat rekom kemenag dan rekom travel
- 2) Mengkoordinasikan pembuatan paspor dengan petugas lapangan dengan (PKL)
- 3) Meneliti berkas jemaah
- 4) Menghandle ketika keberangkatan dan kedatangan jemaah
- 5) Mengeluarkan surat izin cuti
- 6) Membantu mengerjakan id *card* dan id koper

4. Legalitas

Legalitas Perusahaan

Nama perusahaan	: PT Maali Wisata
Bidang Usaha	: Biro Perjalanan Wisata Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah, Layanan Perjalanan Ibadah Haji Plus
Alamat	: WATER BOOM Jl.A. Yani KM 11 komp. Pesona Modern Ruko No. 7 Banjarmasin Kalimantan Selatan
No. Telephone	: 0511-4221124
Mobile	: 088115131888
E-Mail	: maali_wisata@yahoo.co.id
Komisaris	: H. Muhammad Irfani, S.Pd.I, SH
Direktur Utama	: H. Muhammad Irhami, Lc
ITUP Parawisata	: 556/37/DISBUDPARPORA/WST/BPW/V/2014
SK. Menteri Hukum dan Ham	: AHU-59171.AH.0101.Tahun 2013
Nomor Induk Berusaha (NIB)	: 0220000280876
IATA	: Sertifikat Akreditasi 2019 HE 15334115
Akta	: No. 43 Tanggal 25 September 2013
SK. Terdaftar	: S-59111KT/WPJ.29/KP.0103/2014
NPWP	: 66.981.77.4-731.00
Izin Umrah	: 440/2020

Izin Haji : 606/2021

5. Domisili Perusahaan

PT Maali Wisata berkantor di alamat Jl. Gatot Subroto No. 10D Banjarmasin.

Email : maali_wisata@yahoo.com

Website : www.maaliwisata.com

Facebook : maali wisata

Instagram : @pt_maali_wisata

Youtube : maali chanel

No. tlp : (+62) 8115-1318-88

6. Pusat Informasi (agen)

PT. Maali Wisata memiliki beberapa agen yang mana menjadi bawah tangan dari PT. Maali Wisata. Biasanya menjadi pusat informasi sekaligus menjadi relasi dalam berbisnis. Pusat informasi merupakan ustadz dan para jamaahnya ingin berangkat ketanah suci dan di bantu oleh PT. Maali Wisata dalam perjalanan ibadah para jamaah. Para pusat informasi sudah memiliki perjanjian. Yang pasti amanah dan bisa dipercaya serta bertanggung jawab.

7. Strategi Bauran Pemasaran PT Maali Wisata

Dalam melakukan strategi pemasaran PT Maali Wisata menggunakan berbagai cara agar bisa dikenal oleh masyarakat luas. Seperti adanya agensi tanpa bangunan. Artinya, membuat relasi dengan para tokoh masyarakat yang akan menjadi bawah tangan dari PT Maali Wisata. Dengan begitu, memudahkan para jemaah yang berada

jauh dari kantor pusat PT Maali Wisata untuk mendaftar ibadah umrah dengan mudah melalui agensi yang ada di desa atau daerahnya masing-masing. Selain itu, agensi juga bekerja efektif untuk mengurangi adanya biaya tambahan seperti transportasi, dan tenaga. Dengan adanya pusat dari informasi lain memudahkan perusahaan dalam menjangkau kebutuhan pasar secara langsung. Selain itu, memudahkan perusahaan dalam mendapatkan jemaah dari pusat informasi. Pusat informasi atau agensi menjamin keamanan dan kenyamanan serta amanah agar jemaah merasa aman saat melakukan perjalanan ibadah yang dilakukan.

Agensi dari PT Maali Wisata juga menjual produk-produk yang sama dengan yang ada di kantor pusat PT Maali Wisata. Baik produk umrah maupun pelayanan yang akan dimiliki oleh para calon jemaah umrah.¹ Kemudian, strategi pemasaran lainnya yaitu dengan Media cetak. Juga dilakukan oleh PT Maali Wisata Seperti penyebaran brosur yang berisi informasi tentang PT Maali Wisata dan produk-produknya. Lalu, menggunakan spanduk yang juga disebar di berbagai tempat. PT Maali juga Memanfaatkan kemajuan dalam bidang internet. Media pemasaran online yang digunakan adalah melalui *website, instagram, facebook, dan youtube*. Kemudian, strategi pemasaran yang lainnya adalah menggunakan *brand* ambassador yaitu ceng Ridho.

Bauran pemasaran memiliki unsur-unsur terdiri dalam 7P yaitu: *Product, price, place, promotion, people, precess, physical evidence* (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik). Berikut merupakan unsur-unsur bauran pemasaran di PT Maali Wisata

¹ Nur Izzati Hasanah (staf Marketing), *hasil Wawancara Pribadi*, Banjarmasin Selasa, 31 Januari 2023, pukul 03.00 wita

1. *Product* atau Produk

Barang atau jasa merupakan produk yang dijual di pasar untuk menarik minat, permintaan, atau pemakaian yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan pasar atau selera konsumen.² PT Maali Wisata memiliki berbagai macam produk umrah yang bisa menjadi pilihan para jemaah yang ingin pergi beribadah umrah ke Makkah dengan target pemasaran dari yang menengah ke bawah (ekonomis) dan menengah ke atas, beberapa produk yaitu:

a. Umrah Reguler

Produk umrah reguler merupakan produk ibadah umrah dengan harga yang terjangkau. Dengan menggunakan dua pilihan pesawat yaitu Lion air dan Garuda Indonesia, *landing* pesawat umrah reguler adalah Jeddah atau Madinah. Hotel yang digunakan saat di Makkah yaitu, Snood Ajyad dan saat di Madinah hotel Abraj Thabrah. Dengan berbagai durasi waktu perjalanan mulai dari 13 hari sampai 18 hari.

b. Umrah Request

Umrah request merupakan perjalanan ibadah umrah yang diminta langsung dari jemaah. Artinya, jemaah yang menentukan pelayanan dan fasilitas seperti yang diinginkan dalam perjalanan ibadah umrahnya. Mulai dari hotel, pesawat maupun lama perjalanan ibadah.

Permintaan biasanya terjadi apabila jemaah memiliki keinginan berbeda dengan apa yang sudah disiapkan oleh PT Maali Wisata. Dalam hal ini, perusahaan berusaha agar memenuhi permintaan jemaah. Seperti, permintaan hotel dengan bintang yang berbeda dan lama perjalanan yang diinginkan.

² M. Fuad and Dkk.

c. Umrah Arbain

Paket produk umrah arbain merupakan salah satu paket umrah yang banyak digemari oleh jamaah. Paket ini menggunakan pesawat Garuda Indonesia, *landing* di Madinah dan lama perjalanan sekitar 18 hari. Sebagaimana keutamaannya disebutkan dalam hadits dan juga menjadi alasan mengapa paket ini menjadi salah satu paket ibadah umrah yang digemari oleh masyarakat, yaitu:

مَنْ صَلَّى فِي مَسْجِدِي أَرْبَعِينَ صَلَاةً لَا تَعُوْثُهُ صَلَاةٌ كُتِبَ لَهُ بَرَاءَةٌ مِنَ النَّارِ وَ بَرَاءَةٌ مِنَ الْعَذَابِ وَ بَرِيءٌ مِنَ النَّفَاقِ

Artinya: *"Barang siapa Shalat di masjidku 40 Shalat tanpa ketinggalan sekalipun, dicatatkan baginya kebebasan dari neraka, keselamatan dari siksaan dan ia bebas dari kemunafikan."* (HR Ahmad).

لَا تُؤْتِي مَسْجِدِي هَذَا أَفْضَلُ مِنْ أَلْفِ صَلَاةٍ فِيْمَا سِوَاهُ إِلَّا الْمَسْجِدَ الْحَرَامَ

Artinya: *"Shalat di masjidku ini lebih utama dari 1000 kali Shalat di masjid selainnya, kecuali Masjidil Al-Haram."* (HR. Bukhari dan Muslim)

Dengan adanya hadits di atas membuat para jamaah tertarik pada produk umrah arbain. Pada akhirnya produk menjadi produk yang banyak digemari oleh para jamaah umrah reguler.

d. Umrah Ramadhan

Produk umrah ramadhan adalah perjalanan ibadah umrah yang dilakukan hanya pada bulan ramadhan saja. Dilakukan di awal ramadhan, pertengahan, atau akhir ramadhan. Namun, juga bisa dilakukan pada sebulan penuh ramadhan.

Pada bulan ramadhan yang mana memang terdapat program umrah yang beragam seperti: program produk umrah pada akhir Sya 'ban sampai awal ramadhan, ini bertujuan untuk para jamaah yang ingin puasa pertama ramadhannya berada di tanah

suci, pertengahan ramadhan sampai hampir akhir ramadhan, paket ini bertujuan untuk jemaah yang ingin bertemu dengan malam pertama Lailatul qadarnya di tanah suci mekkah, kemudian ada pula paket umrah akhir ramadhan sampai Syawal, bagi para jemaah yang akan menghabiskan malam-malam terakhir bulan ramadhan atau lailatul qadar sampai bertemu Syawal.

e. Umrah Plus

Umrah plus yaitu perjalanan ibadah umrah plus berwisata ke kota-kota yang penuh makna. Dengan menggunakan pesawat Garuda Indonesia dan *landing* di Madinah. Paket umrah plus berbeda dengan umrah reguler dari lama perjalanan, rute perjalanan, dan harga. Sebagai pelengkap destinasi perjalanan ibadah umrah. Ada berbagai macam umrah plus yaitu:

1) Ibadah umrah plus Yaman Mesir

Umrah plus Yaman Mesir merupakan perjalanan ibadah umrah dan jalan-jalan ke kota Yaman maupun Mesir dengan waktu perjalanan 21 hari.

2) Ibadah umrah plus Aqsha

Ibadah umrah dengan tambahan perjalanan ke Aqsha untuk sekedar jalan-jalan atau melihat sejarah yang ada di Aqsha. Lama perjalanan ibadah umrah plus Aqsha adalah 16 hari.

3) Ibadah umrah plus Turki

Perjalanan umrah dengan adanya tambahan jalan-jalan ke kota Turki menjadi produk umrah plus yang paling banyak digemari dan menjadi favorit para jemaah.

Daya tarik yang ada di Turki adalah destinasi wisata balon udara di Cappadocia.³ Dengan waktu perjalanan ibadah umrah tambah jalan-jalan di kota Turki selama 16 hari.

4) Ibadah umrah plus Mesir

Berbagai pilihan perjalanan umrah termasuk dengan pilihan jalan-jalan di kota Mesir dengan menikmati kota serta sejarah yang ada di dalamnya. Dengan durasi perjalanan ibadah dan berwisata selama 16 hari.

5) Ibadah umrah plus Uzbekistan

Perjalanan ibadah umrah tambah ke kota Uzbekistan sama halnya dengan perjalanan ibadah lainnya. Yang mana, menikmati kota dan berwisata selama beberapa hari di kota tersebut.

6) Wisata halal

Wisata halal atau biasa disebut dengan perjalanan ke kota Thoif. Para jemaah di ajak ke kota Thoif untuk berwisata dan melihat bagaimana kota yang biasa disebut dengan kota halal.

2. *Price* atau harga

Pemasaran melibatkan harga, yang berdampak langsung pada persepsi pelanggan, permintaan, dan penawaran. Harga juga dapat mempengaruhi pada pencapaian sasaran tujuan perusahaan. Berdasarkan harga yang ditentukan oleh PT Maali Wisata ada beberapa golongan seperti: program umrah reguler dengan menggunakan pesawat Garuda Indonesia dan Lion Air, program umrah plus, dan

³ Muhammad Haikal, (costumer service), *Hasil wawancara pribadi*, Banjarmasin Selasa 31 Januari 2017, pukul 01.55 wita

program umrah wisata halal. Harga juga dipengaruhi oleh lamanya perjalanan dan waktu keberangkatan apakah awal, pertengahan atau di akhir.

Berikut harga produk umrah di PT Maali Wisata:

a. Produk Umrah Reguler

Paket umrah reguler menggunakan pesawat Garuda Indonesia⁴

Tabel 4.1 Produk Umrah Reguler PT Maali Wisata

Waktu keberangkatan		Hari	Harga
04 September 2023	18 shafar	13 hari	34,6 juta
13 September 2023	27 shafar	13 hari	34,6 juta
18 September 2023	2 rabiul awal	13 hari	35 juta
25 September 2023	9 rabiul awal	13 hari	35 juta
04 Oktober 2023	18 rabiul awal	13 hari	34,6 juta
18 Oktober 2023	3 rabiul akhir	13 hari	34,6 juta
01 November 2023	17 rabiul akhir	13 hari	34,6 juta
15 November 2023	1 jumadil awal	13 hari	34,6 juta
06 Desember 2023	22 jumadil awal	13 hari	35,1 juta
14 Desember 2023	1 jumadil akhir	13 hari	35,6 juta
20 Desember 2023	7 jumadil akhir	13 hari	37,6 juta

Sumber: brosur PT Maali wisata Banjarmasin

⁴ Tim Maali, *Brosur PT Maali Wisata* (Banjarmasin, PT Maali Wisata 2023)

Produk umrah reguler dengan menggunakan pesawat Lion Air

Tabel 4.2 Produk Umrah Reguler PT Maali Wisata Banjarmasin

Waktu keberangkatan		Hari	Harga
08 September 2023	22 shafar	16 hari	35 juta
20 September 2023	4 rabiul awal	16 hari	35,4 juta
26 September 2023	10 rabiul awal	16 hari	35,4 juta
13 Oktober 2023	27 rabiul awal	16 hari	35 juta
17 Oktober 2023	2 rabiul akhir	16 hari	35 juta
27 Oktober 2023	12 rabiul akhir	16 hari	35 juta
14 November 2023	30 rabiul akhir	16 hari	35 juta
25 November 2023	11 jumadil awal	16 hari	35 juta
09 Desember 2023	25 jumadil awal	16 hari	36 juta
16 Desember 2023	3 jumadil akhir	16 hari	38 juta
24 Desember 2023	11 jumadil akhir	16 hari	38 juta

Sumber: brosur PT Maali wisata Banjarmasin

b. Umrah Plus

Tabel 4.3 Produk Umrah Plus PT Maali Wisata Banjarmasin

Paket Umrah	Hari	Harga

Umrah Plus Turki	18 hari	41 juta
Umrah Plus Mesir	16 Hari	39 juta
Umrah Plus Yaman Mesir	21 hari	52 juta
Umrah Plus Aqsho	16 hari	52 juta

Sumber: brosur PT Maali wisata Banjarmasin

c. Wisata halal

Tabel 4.4 Produk Wisata Halal PT Maali Wisata Banjarmasin

Paket Umrah	Hari	Harga
Umrah plus Kota Thoif (wisata halal)	13 hari	46,7 juta

Sumber: brosur PT Maali wisata Banjarmasin

Harga pada produk-produk di atas dapat berubah sewaktu-waktu tergantung dengan nilai dolar. Apabila terdapat kenaikan pada nilai dolar maka harga produk juga berubah. Akan tetapi, suatu harga yang telah ditetapkan dan sudah tertera pada brosur maupun dalam pasar tidak akan berubah sampai waktu keberangkatan para jemaah sampai kembali ke tanah air. Perusahaan sudah menanggung apabila terdapat kerugian dalam harga yang sudah ditetapkan.

Jika terdapat pembatalan paket umrah maka terdapat ketentuan sebagai berikut:

- a. Pembatalan 2 bulan sebelum keberangkatan dikenakan biaya 25% dari harga paket.

- b. Pembatalan 1 bulan sebelum keberangkatan dikenakan biaya 50% dari harga paket
- c. Pembatalan 2 minggu sebelum keberangkatan dikenakan biaya 75% dari harga paket
- d. Pembatalan 1-6 hari sebelum keberangkatan maka biaya paket tidak dapat dikembalikan sepenuhnya.
Dengan catatan: sejak pendaftaran jemaah umrah dianggap telah setuju dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, harga yang sudah ditetapkan sudah termasuk fasilitas sebagai berikut:

- a. Tiket pesawat ekonomi Banjarmasin-Jakarta-Jeddah-Jakarta-Banjarmasin
- b. Akomodasi atau hotel (selama di Arab Saudi)
- c. Perlengkapan umrah (koper, tas tenteng, tas paspor, mukena atau ihram, kain seragam, buku manasik, dan syal)
- d. Visa umrah
- e. Transportasi bus ber AC
- f. Konsumsi (3x sehari)
- g. Mutawif berbahasa Indonesia
- h. Air zam-zam 5 liter (apabila memungkinkan)
- i. Asuransi (termasuk asuransi covid)
- j. Manasik umrah 1 kali

Terdapat juga fasilitas yang tidak termasuk harga, seperti:

- a. Paspor

- b. Suntik meningitis
- c. Kelebihan bagasi (maksimal 30 kg)
- d. Keperluan pribadi lainnya⁵

3. *Place* atau tempat

Tempat menurut kotler “*Place under marketing mix involves all company activities that make the product available to the targeted customer*”⁶ yaitu tempat merupakan hal yang melibatkan semua yang ada di perusahaan dalam kegiatan dan setiap aktivitasnya dan pembuatan produk yang sesuai dengan pangsa pasar.

Tempat atau distribusi menghubungkan antara produk dan jasa agar bisa sampai kepada konsumen. PT Maali Wisata bertempat di Banjarmasin dengan alamat jalan. Gatot Subroto, kelurahan kuripan No. 10 D. PT Maali Wisata meningkatkan jemaah dengan jemaah baru atau alumni jemaah yang sudah pernah mengikuti perjalanan ibadah umrah bersama PT Maali. Selain itu, PT Maali Wisata juga memiliki agen yang mana memudahkan para jemaah untuk mendapatkan informasi mengenai produk-produk yang dijual di PT Maali Wisata.

4. *Promotion* atau promosi

Promosi menurut Gitosudarmo merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk membuat pelanggan tertarik pada barang yang dijual oleh perusahaan.⁷ Sehingga menggunakan barang atau jasa yang telah disediakan.

Setiap perusahaan memiliki cara promosi yang beragam. Sebab memiliki produk yang berbeda di setiap perusahaan. PT Maali Wisata sebagai biro perjalanan haji dan

⁵ Brosur PT Maali Wisata *Tour and Travel* Banjarmasin

⁶ Ogunnaike and others.

⁷ Dewi Eka Hamardji and Dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*.

umrah juga memiliki cara tersendiri untuk mempromosikan produk. Melakukan sosialisasi dengan masyarakat melalui pamflet yang dibagikan kepada jemaah dan spanduk yang dipasang di pasang di berbagai tempat yang terlihat oleh masyarakat.

Selain itu, PT Maali Wisata juga pernah menggunakan *brand* ambassador yaitu ceng Ridho yang mana pada saat itu menjadi selebriti Instagram populer yang ada di Banjarmasin. Dengan menggunakan *brand* ambassador, target PT Maali Wisata untuk dapat diketahui oleh masyarakat luas dapat tercapai dengan baik melalui kepopuleran ceng Ridho. Juga dengan citra yang baik dari PT Maali Wisata maupun Ceng Ridho dapat membuat masyarakat percaya untuk menggunakan jasa dari PT Maali. Sehingga, selain dikenal cepat oleh masyarakat luas juga meningkatkan jumlah jemaah dalam satu waktu.

1) *Advertising* (iklan)

Advertising merupakan komunikasi “non personal” disertai dengan beberapa biaya yang dikeluarkan dari berbagai media (televisi, media cetak, sosial media, radio, dan lainnya). Dengan adanya promosi menggunakan iklan bersifat sementara dan memiliki jangkauan yang luas. Dengan perkembangan teknologi sekarang promosi yang digunakan PT Maali Wisata berupa media cetak dan sosial media.

a. Brosur

Brosur yang memberikan sejumlah informasi produk dan penawaran kepada konsumen. Brosur terdiri dari produk umrah, harga produk umrah, hotel yang akan digunakan saat di Madinah atau di Mekkah, persyaratan dan ketentuan umrah dan syarat pembuatan paspor, pembatalan, fasilitas yang didapat, dan surat

keterangan umrah maupun haji sebagai bukti bahwa sebuah biro yang sah. Penggunaan brosur hanya dalam jangka waktu pendek karena brosur akan terus diperbaiki dan diperbaharui untuk lebih menarik perhatian jamaah.



Gambar 4.2 Brosur PT Maali Wisata Banjarmasin

Sumber: PT Maali wisata Banjarmasin

b. Website

PT Maali Wisata mempunyai website www.maaliwisata.com yang bertujuan untuk mempromosikan perusahaan dan produk kepada masyarakat luas. Penggunaan website bersifat jangka waktu lama.



Gambar 4.3 Website PT Maali Wisata Banjarmasin

Sumber: website PT Maali wisata Banjarmasin

c. Instagram



Gambar 4.4 Instagram PT Maali Wisata Banjarmasin

Sumber: Instagram PT Maali wisata Banjarmasin

d. Youtube



Gambar 4.5 Youtube PT Maali Wisata Banjarmasin

Sumber: Youtube PT Maali wisata Banjarmasin

e. Tiktok



Gambar 4.6 Tiktok PT Maali Wisata

Sumber: PT Maali wisata Banjarmasin

5. *People* atau orang

Lupiyoadi dan Hamdani menyatakan bahwa *people* merupakan hal penting dalam penyediaan jasa mengenai kualitas jasa yang akan diberikan. Sedangkan, Hurriyati memaparkan bahwa *people* dalam jasa merupakan orang atau karyawan yang langsung terlibat dalam melakukan segala kegiatan yang dilakukan perusahaan dan berperan penting dalam organisasi.⁸

PT Maali Wisata memiliki banyak karyawan di antaranya terbagi menjadi dua karyawan bertugas di lapangan dan karyawan yang bertugas di dalam kantor. Karyawan yang bertugas di kantor berjumlah 17 orang yang terdiri dari beberapa bagian, seperti: direktur, manajer eksekutif, kepala cabang, manajer operasional,

⁸ Ujang Muhyidin, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta Di Jawa Barat', *Kajian Multi Disiplin Ilmu Untuk Mewujudkan Proses Maritim Dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat*.

admin, keuangan, pemasaran, *ticketing*, *handling*, pelayanan paspor, IT dan multimedia.

6. *Process* atau proses

Proses dalam bauran pemasaran menurut Lupiyoadi yaitu gabungan serangkaian kegiatan dari awal sampai selesai yang biasanya termasuk juga prosedur, jadwal, pekerjaan, aktivitas, atau hal-hal lainnya, yang biasa dilakukan dalam jasa.⁹ Proses perjalanan ibadah umrah mulai dari pendaftaran, perjalanan yang bisa menggunakan dua pesawat pilihan. Berikut merupakan proses perjalanan ibadah umrah di PT Maali Wisata. Proses mulai pendaftaran yang harus dipenuhi merupakan persyaratan umrah sebagai, berikut:

- a. Paspor dengan 2 suku kata
- b. Buku vaksin meningitis
- c. Fotocopy KTP 3 lembar
- d. Fotocopy kartu keluarga 3 lembar
- e. Sebanyak 4 lembar foto ukuran 4x6 (latar hitam putih fokus wajah 80%)
- f. Sertifikat vaksin covid-19 dosis (file jpg atau gambar)
- g. Pembayaran uang muka Rp. 10.000.000
- h. Pelunasan paling lambat 3 minggu sebelum keberangkatan

Jemaah yang mendaftar dan mengurus administrasi dilayani dengan baik oleh karyawan PT Maali Wisata sampai menyelesaikan administrasi. Kemudian, diperbolehkan untuk mengambil perlengkapan umrah. lalu, jemaah akan diberitahu jadwal untuk manasik umrah. jemaah yang mendaftar akan dilayani

⁹ Hamardji and Dkk.

sampai selesai dan diberangkatkan ke tanah suci untuk melakukan perjalanan ibadah untuk umrah.

Selanjutnya terdapat syarat pembuatan paspor bagi para jemaah yang belum memiliki paspor pembuatan dapat dibantu oleh PT Maali wisata, kemudian syarat suntik meningitis, syarat perpanjangan paspor, dan syarat mendapatkan rekomendasi kemenag.

Data pokok syarat pembuatan paspor

- a. KTP asli dan fotocopy
- b. KK asli dan fotocopy
- c. Akta kelahiran atau buku nikah atau ijazah asli dan fotocopy
- d. Semua data harus sinkron

Data pendukung

- a. Rekomendasi imigrasi dari *travel*
- b. Rekomendasi kemenag domisili

Data pokok syarat perpanjangan paspor

- a. Paspor lama
- b. Kartu tanda penduduk (KTP) asli dan fotocopy

Data pendukung

- a. Rekomendasi imigrasi dari *travel*
- b. Rekomendasi kemenag domisili

Syarat mendapatkan rekomendasi kemenag

- a. Fotocopy KTP dan KK
- b. Fotocopy akta kelahiran atau buku nikah atau ijazah
- c. Surat pengantar rekomendasi kemenag dan travel

Syarat suntik vaksin meningitis

- a. Fotocopy paspor
- b. Fotocopy kartu tanda penduduk (KTP)
- c. Sertifikat vaksin covid-19 dosis terakhir

Gambar 4.7 Syarat Dan Ketentuan Umrah PT Maali Wisata Banjarmasin



Sumber: brosur PT Maali wisata Banjarmasin

Tabel 4.5 gambaran proses perjalanan ibadah Umrah PT Maali

Hari	Tanggal	Waktu	Gambaran perjalanan
------	---------	-------	---------------------

1	25 Februari 2023	03.00 06.00 06.15 09.10 16.10	Banjarmasin-Surabaya-Jeddah Berkumpul di bandara Syamsudin Noor Menuju Surabaya (Lion Air JT 311) Tiba di Surabaya Menuju Jeddah (Lion Air JT 100) Tiba di Jeddah dan menuju Madinah
2	26 Februari 2023		Madinah-berkegiatan masing-masing
3	27 Februari 2023		Madinah-berkegiatan masing-masing
4	28 Februari 2023	08.00	Ziarah ke masjid Quba,Sab'ah, Masjid Qiblatain, jabal uhud, dan pasar kurma
5	01 Maret 2023		Madinah-berkegiatan masing-masing
6	02 Maret 2023	14.00 20.00	Menuju Mekkah dan mengambil miqat umrah Cek in hotel Melaksanakan ibadah umrah
7	03 Maret 2023		Mekkah-berkegiatan masing-masing
8	04 Maret 2023		Mekkah-berkegiatan masing-masing
9	05 Maret 2023	08.00 12.00	Ziarah ke padang Arafah , Jabal Rahmah, Mina, Muzdhalifah, Jabal Tsur Mengambil Miqat di ja'ronah Sholat zuhur di masjidil Haram Melaksanakan ibadah umrah
10	06 Maret 2023		Mekkah-berkegiatan masing-masing
11	07 Maret 2023		Mekkah-berkegiatan masing-masing
12	08 Maret 2023		Mekkah-berkegiatan masing-masing

13	09 Maret 2023		Mekkah-berkegiatan masing-masing
14	10 Maret 2023		Mekkah-berkegiatan masing-masing
15	11 Maret 2023	08.00 12.00 18.00	Mekkah-Jeddah-Surabaya Thawaf Wada Cek hotel menuju bandara Menuju Surabaya (Lion Air JT100)
16	12 Maret 2023	09.00 14.05 16.15	Surabaya-Banjarmasin Tiba di Surabaya Menuju Banjarmasin (Super Airjet IU636) Tiba di Banjarmasin

Sumber: bagian pemasaran PT Maali wisata Banjarmasin

7. Sarana Fisik (*physical evidence*)

Sarana fisik (*physical evidence*) merupakan bagian dari pertimbangan konsumen dalam memutuskan membeli dan menggunakan barang, mereka dapat mempertimbangkan bukti fisik maupun jasa dari sebuah perusahaan.¹⁰ *Physical evidence* meliputi seperti lingkungan, bangunan fisik atau kantor, peralatan maupaun perlengkapan, logo, warna serta barang lainnya yang disediakan oleh perusahaan berupa jasa maupun produk perusahaan. Pada produk jasa tahu penyedia jasa yang menjadi penilaian adalah pelayanan yang mana tak kasat mata, tercium atau bisa diraba. Akan tetapi pelayanan dapat dirasakan dan dapat dilihat

¹⁰ Devi Noviyanti, 'Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji Dan Umrah', *Ilmu Dakwah*, 14 (2015), 28.

lewat mata melalui alat atau perlengkapan serta karyawan dari segi penampilan maupun sikap dalam melayani.

sarana fisik di PT Maali Wisata seperti alat perlengkapan jasa dalam beribadah umrah, seperti:

1. Koper
2. Tas tenteng
3. Tas paspor
4. Mukena atau kain ihram
5. Kain seragam
6. Buku manasik
7. Syal

Selain itu, terdapat bukti fisik seperti logo PT Maali Wisata yang menjadi lambang bagi perusahaan tersebut.

Gambar 4.8

Logo PT

Maali

Wisata

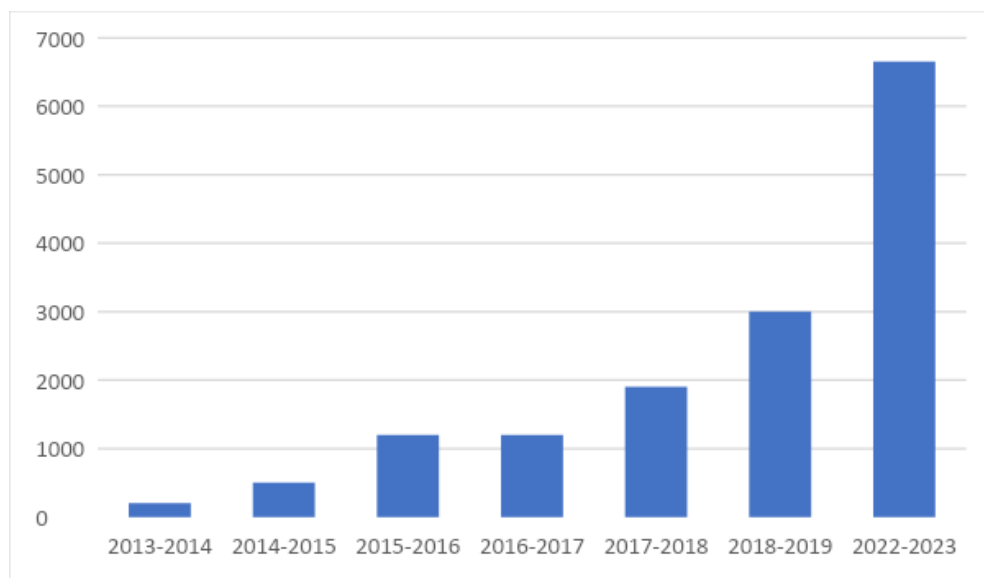


Banjarmasin

Sumber: PT Maali Wisata Banjarmasin

9. Jumlah Jemaah Di PT Maali Wisata dari Tahun 2013 Sampai 2023

Grafik 4.1 Jumlah Jemaah PT Maali Wisata Tahun 2013-2023

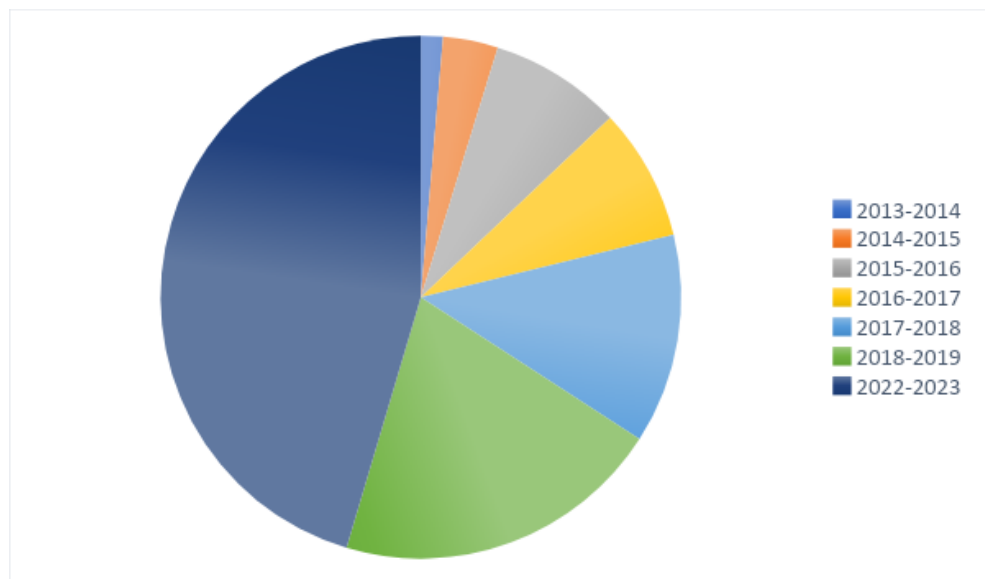


Sumber: data jemaah PT Maali Wisata Banjarmasin

Berdasarkan Tabel di atas telah menunjukkan perbandingan jumlah anggota jemaah dari 2013 hingga 2023. Terjadi perbedaan yang di setiap tahunnya yaitu peningkatan jemaah yang semakin banyak. Total jemaah pada 2013-2014 yaitu 200 jemaah, dan di tahun 2014-2015 total jemaah ada 500 orang jemaah, kemudian di tahun 2015-2016 ada 1200 jemaah, begitu juga pada tahun 2016-

2017 terdapat 1200 jamaah, setelah itu tahun 2017-2018 terdapat 1900 jamaah, dan di tahun 2018-2019 terdapat 3000 jamaah.¹¹

Diagram Lingkaran 4.1 Jumlah Jamaah PT Maali Wisata



Sumber: diolah dari daftar jumlah jemaah PT Maali Wisata

B. Analisis Data

1. Strategi Bauran Pemasaran Di PT Maali Wisata Terhadap Peningkatan Jamaah Umrah

Berdasarkan penelitian dan pengamatan mengenai strategi bauran pemasaran PT Maali Wisata. Maka, bauran pemasaran yang digunakan oleh PT Maali Wisata menggunakan 7P yaitu: *Product, price, place, promotion, people, precess, physical evidence* (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik). Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Maali Wisata dengan teknik internal adalah

¹¹ Tim PT Maali Wisata, data jumlah jemaah tahun 2013-2019 dan 2023

mengenalkan *brand* dan jasa mereka kepada jemaah melalui agen yang ada di Banjarmasin maupun di luar kota.

a. *Product* (produk)

PT Maali Wisata merupakan biro perjalanan ibadah umrah yang menawarkan produk berupa jasa bagi masyarakat dalam perjalanan ibadah umrah. PT Maali Wisata dikategorikan dalam sebuah jasa berdasarkan karakteristik jasa yaitu:

1) *Intangibility* atau tidak berwujud

PT Maali Wisata adalah sebuah perusahaan jasa yang menawarkan perjalanan ibadah umrah. PT Maali Wisata menawarkan kinerja yang tidak dapat dimiliki, tidak dapat dilihat, dirasa, atau diraba.

2) *Variability* atau bervariasi

PT Maali Wisata menawarkan berbagai macam perjalanan ibadah seperti perjalanan ibadah umrah plus dan reguler, kemudian perjalanan ibadah haji dan ibadah haji khusus.

3) *Inseparability* atau tidak terpisahkan

PT Maali Wisata merupakan jasa perjalanan umrah dan haji yang disertai dengan produk fisik berupa, syal, koper, kain seragam, kain ihram, tas, *id card* berupa produk yang selalu menyertai perjalanan ibadah umrah maupun haji.

4) *Perishability* atau tidak bertahan lama

PT Maali Wisata menyediakan jasa perjalanan ibadah umrah dan hanya dapat digunakan sekali tidak dapat dijual kembali atau dikembalikan kepada perusahaan.

Dari karakteristik jasa, maka PT Maali Wisata merupakan jasa yang menawarkan perjalanan ibadah umrah. dengan menggunakan strategi pemasaran pada jasa yaitu: 7P *Product, price, place, promotion, people, precess, physical evidence* (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik).

PT Maali Wisata sebagai perusahaan yang menjual jasa (*service*) perjalanan ibadah haji maupun umrah. Perjalanan ibadah umrah tersedia dengan berbagai macam produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kesanggupan calon jamaah. PT Maali Wisata menyediakan produk umrah reguler, umrah plus, umrah khusus yang bisa dipesan secara khusus sesuai dengan keinginan calon jamaah, terdapat juga umrah pada bulan-bulan khusus seperti bulan Syawal dan Ramadhan. Selain itu, PT Maali Wisata menyediakan akomodasi hotel bintang 3 dan 4 lengkap dengan makan sebanyak tiga kali sehari, dan makanan khas Banjar agar sesuai dengan lidah para jemaah yang kadang bosan dan tidak cocok dengan makanan khas Timur Tengah . Produk di PT Maali Wisata juga menyediakan dua pilihan pesawat yaitu pesawat Garuda Indonesia dan pesawat Lion Air.

Dari hasil penelitian wawancara mendapatkan bahwa produk PT Maali Wisata tidak berkembang sejak 10 tahun dari tahun 2013 sampai 2023 yaitu: berawal dari produk Haji, bertambah ke produk Umrah puls dan reguler, artinya produk di PT Maali Wisata menyesuaikan dengan kebutuhan serta minat para jemaah. Menurut hasil penelitian dikaitkan dengan teori tentang produk menurut Philip kotler bahwa PT Ma'ali Wisata merupakan salah satu dari tiga golongan produk yang diklasifikasikan oleh Philip kotler yaitu produk jasa (*service*) adalah

tindakan maupun kinerja oleh satu pihak kepada pihak lain seperti produk pelayanan atau menyediakan jasa pengantaran. Sedangkan, menurut Lupiyoadi dan A. Hamdani tentang konsep total produk disimpulkan berdasarkan:

- 1) Produk inti (*core product*) dari PT Maali Wisata adalah ibadah haji dan umrah.
- 2) Produk tambahan (*augment product*) dari PT Maali Wisata yaitu produk umrah plus yaitu produk umrah dengan tambahan jalan ke kota yang ada di Arab.

b. *Price* (harga)

Merupakan salah satu faktor pertimbangan untuk menarik minat para jamaah. Maka, PT Maali Wisata juga menempatkan harga produk yang sesuai dengan standar pasar. Menurut hasil penelitian wawancara bahwa harga yang ditawarkan oleh PT Maali Wisata beragam mulai dari harga rendah, standar, dan tinggi. Harga dari produk juga akan berubah tergantung pada produk umrah yang diinginkan, lama perjalanan ibadah, pesawat serta hotel yang disediakan. Harga sudah termasuk hotel, makan 3 kali, penerbangan, peralatan umrah, mukena bagi perempuan dan kain ihram bagi laki-laki, baju seragam, syal, buku panduan. Dari hasil penelitian tersebut yang dikaitkan dengan kajian teori menurut Berry dan Yadav mengenai strategi pemasaran dalam menetapkan harga yang digunakan oleh PT Maali Wisata adalah sebagai berikut:

- 1) *satisfaction-based pricing*

Dalam menetapkan harga PT Maali Wisata mengutamakan kepuasan konsumen. Dalam strategi penetapan strategi ini bertujuan untuk mengurangi ketidakpastian yang dapat terjadi. Untuk menanggulangi risiko ketidakpastian seperti risiko sosial ataupun keamanan. PT Maali Wisata menetapkan harga secara jelas dan beragam sesuai dengan kemampuan konsumen, tujuannya agar konsumen dapat memilih paket dengan harga yang diinginkan. Sehingga konsumen tidak terbebani dengan harga yang terlampau tinggi.

a) *Flat-rate pricing* (harga tetap)

PT Maali Wisata menggunakan strategi penetapan harga dengan harga tetap agar menanggulangi risiko biaya tambahan yang terjadi pada konsumen dan membuat pelanggan mengetahui harga dari produk secara jelas. Selama pembayaran administrasi selesai dan sesuai harga yang telah ditentukan oleh perusahaan PT Maali Wisata maka para jemaah tidak akan khawatir akan adanya biaya tambahan dalam perjalanan umrah. Karena, harga yang sudah ditetapkan tidak akan berubah atau terdapat tambahan sampai ibadah umrah yang dilakukan selesai. Jika ada kesalahan dalam penetapan harga maka perusahaan PT Maali Wisata yang akan menanggung segala risiko tanpa mengurangi fasilitas para jamaah.

b) *Benefit-driven pricing* (penetapan harga atas manfaat)

PT Maali Wisata menetapkan harga secara jelas yang tercantum pada brosur yang disebarakan lewat media sosial atau media cetak dan diberikan kepada para jemaah yang datang ke kantor PT Maali Wisata. Harga yang tercantum dalam brosur adalah harga yang akan dibayarkan oleh calon

jemaah ketika ingin berangkat untuk melaksanakan ibadah umrah tanpa dikenakan biaya tambahan lainnya. Sebagai biro dalam perjalanan ibadah haji maupun umrah PT Maali Wisata memberikan harga yang jelas atas jasa yang langsung dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Setiap paket perjalanan ibadah umrah di PT Maali Wisata memiliki harga yang berbeda menurut nilai tambah yang tersedia dan manfaat yang ada.

2. Relationship pricing

Penetapan harga di PT Maali Wisata juga berbasis hubungan. Dengan begitu PT Maali Wisata akan mempertahankan pelanggan lama yang mana lebih mudah daripada menarik pelanggan baru. Hasil penelitian membuktikan dari pelanggan lama kemudian PT Maali Wisata lebih banyak mendapat pelanggan baru. Dalam teori strategi yang digunakan PT Maali Wisata sebagai berikut:

a) Long term contracts

PT Maali Wisata menggunakan kontrak dalam jangka panjang kepada para Ustadz yang membawa jemaahnya untuk umrah atau para Habib maupun Ustadz yang menjadi pembimbing dalam perjalanan umrah. Dalam hal tersebut PT Maali Wisata memberikan harga yang lebih murah bahkan non harga. Selain dengan para Ustadz jemaah yang berlangganan di PT Maali Wisata juga diberikan harga yang berbeda atau diskon dari harga asli.

b) Price bundling

Penghematan biaya dapat terjadi dengan menjual dua barang dalam satu paket. Dari hasil penelitian PT Maali Wisata menggunakan strategi harga tersebut dalam penjualan produk umrah. Yang mana, terdapat paket produk umrah yaitu umrah plus. Umrah dengan tambahan wisata ke kota-kota yang ada di Arab seperti, Dubai, Mesir, Yaman, dan Turki. Dengan adanya paket tersebut dapat mengoptimalkan pengeluaran biaya berlebih yang dapat terjadi. Pengeluaran biaya akan jauh lebih rendah dengan pengambilan paket satu per satu Selain itu dapat menghemat waktu. Itulah mengapa PT Maali Wisata menyediakan Produk plus dengan harga yang murah agar konsumen dapat pergi beribadah dan berwisata mengunjungi kota yang ada di Arab.

Penetapan harga di PT Maali Wisata sejak tahun 2013 sampai 2023 tentu berubah-ubah seiring dengan perubahan harga yang terjadi dalam pasar. Faktor yang mempengaruhi perubahan harga adalah dolar, tiket pesawat maupun hotel dan perlengkapan yang digunakan. Akan tetapi, dalam menetapkan harga PT Maali Wisata memiliki beragam pilihan harga mulai dari tingkat rendah, sedang dan tinggi. Berdasarkan hasil wawancara, harga merupakan salah satu pertimbangan pengambilan keputusan dalam pembelian produk atau jasa PT Maali Wisata. Sedangkan, menurut Philip Kotler harga adalah uang yang ditanggung dalam membeli atau menggunakan barang maupun jasa tersebut.

c. *Place* (tempat)

Tempat merupakan bagian penting dalam menjalankan suatu bisnis terlebih jika itu bisnis jasa. Tempat akan menjadi pertemuan antara konsumen dengan penyedia jasa atau penjual. Tempat yang strategis juga membantu konsumen untuk lebih muda dalam berkomunikasi secara langsung. PT Ma'ali Wisata tepat berada di tengah kota Banjarmasin yaitu di Jl. Gatot Subroto. Terdapat dua lantai yang terdiri dari: parkir yang luas, ruang tamu, satu ruang penyimpanan barang, lantai dua di untuk tempat mengurus paspor dan kantor karyawan lainnya. PT Maali Wisata pusat berada di Jl. Ahmad Yani KM 11, Komplek. Pesona Modern (*waterboom*) dan anak perusahaan berada di Jl. Gatot Subroto menjadi tempat lebih strategis.

Tidak banyak perubahan yang terjadi akibat pemindahan tepat. Kecuali, lokasi yang lebih strategis yang mana sangat dekat dengan jalan raya sehingga mudah ditemukan, kemudian bangunan perusahaan yang jauh lebih besar sehingga dapat menampung perlengkapan ibadah para jamaah. Tetapi, tempat merupakan bagian penting dari perusahaan yang menjadi bukti fisik dari perusahaan PT Maali Wisata. Tempat juga menjadi pertimbangan bagi calon jemaah untuk menggunakan jasa suatu perusahaan. Dalam hal ini, peningkatan jemaah yang terjadi di PT Maali Wisata dapat disebabkan oleh tempat yang lebih strategis dari tempat awal. Sehingga, memudahkan jemaah menemukan tempat tersebut, kemudian kenyamanan yang dirasakan para jemaah dan terdapat bukti fisik yaitu bangunan yang dapat menambah keyakinan calon jemaah.

Jadi, hasil dari penelitian wawancara bahwa tempat menjadi peran yang peting dalam memasarkan suatu produk maupun jasa dan untuk menarik minat para jemaah. Jika ditinjau dari teori, maka para jemaah PT Maali Wisata mendatangi penyedia jasa

yaitu tempat perusahaan PT Maali Wisata berdiri di Banjarmasin. Terjadinya pemindahan tempat perusahaan pusat semakin mempermudah dijangkau dan ditemukan oleh masyarakat.

d. *Promotion* (promosi)

Bauran pemasaran promosi merupakan komponen yang penting dalam memasarkan produk. Promosi berperan dalam pengenalan produk kepada masyarakat. PT Maali Wisata promosi menggunakan iklan, penjualan perorangan, hubungan di masyarakat dan melalui mulut ke mulut. Bertujuan untuk mengenalkan produk dalam jangkauan yang lebih luas. PT Maali Wisata menggunakan Promosi iklan di media sosial seperti *Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube, dan whatsapp*. Selain itu juga menggunakan media tulis seperti brosur dan spanduk yang disebar di jalan maupun di bagikan kepada masyarakat, dan menggunakan *Brand* ambassador yaitu ceng Ridho. Pada tahun 2013 PT Maali Wisata masih menggunakan promosi penjualan perorangan yang dilaksanakan pada saat acara pengajian rutin sambil membagikan brosur produk kepada para jemaah di acara pengajian tersebut.

Sedangkan, tahun 2023 PT Maali Wisata tidak lagi membagikan brosur kepada masyarakat akan tetapi menggunakan media sosial sebagai wadah promosi seperti membagikan brosur harga dan informasi lainnya terkait ibadah umrah. PT Maali Wisata memaksimalkan penggunaan media sosial seperti *live* di *Instagram, Tiktok*, dan menggunakan *whatsapp* untuk berkomunikasi *online* dengan lebih intensif. Perbedaan cara mempromosikan suatu produk di tahun 2013 dan tahun 2023 menjadi faktor dalam meningkatnya jemaah. Karena, pada tahun 2013 PT Maali Wisata

membagikan brosur produk secara langsung kepada masyarakat sehingga jangkauan yang diperoleh tidak luas. Sedangkan, tahun 2023 hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sehingga PT Maali Wisata mengambil peluang dalam mempromosikan produk lewat media sosial yang memiliki jangkauan pasar yang sangat luas. Sehingga, memudahkan PT Maali Wisata dalam mengenalkan produk kepada masyarakat.

Terjadinya wabah covid-19 yang berlangsung lama di Indonesia menyebabkan banyak perusahaan dalam berbagai bidang tidak dapat beroperasi atau tutup. PT Maali Wisata menggunakan strategi promosi dengan menggunakan *brand* ambasador untuk menghindari penutupan perusahaan. Sampai saat ini, PT Maali Wisata masih menggunakan *brand* ambasador dalam mempromosikan perusahaan dan produk yang tersedia di PT Maali Wisata.

Promosi lainnya yang digunakan oleh PT Maali Wisata adalah menjaga hubungan antara staf di perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan. Sebab dari masyarakat perusahaan dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Kemudian, menggunakan promosi dari *mouth of word* oleh jemaah. Promosi dari mulut ke mulut terjadi atas kepuasan jemaah terhadap jasa PT Maali Wisata. Para jemaah yang sudah merasakan pelayanan dari PT Maali Wisata merekomendasikan kepada teman dan keluarganya untuk menggunakan jasa di PT Maali Wisata karena kepuasan atas jasa maupun pelayanan yang diberikan.

Dari hasil penelitian wawancara bahwa para jemaah PT Maali Wisata dengan sukarela akan mempromosikan perusahaan PT Maali Wisata atas jasa maupun

pelayanan yang diberikan dengan menggunakan promosi dari mulut kepada yang lainnya, membawa serta masyarakat dan saudaranya untuk menggunakan jasa PT Maali Wisata dalam perjalanan ibadah umrah. Maka, promosi dari tersebut menjadi efektif di PT Maali Wisata dalam menarik minat jemaah juga tidak perlu mengeluarkan biaya dalam penerapannya.

e. *People* (orang)

Merupakan semua pelaku yang terlibat dalam jual beli. Setiap karyawan harus melayani dengan baik kepada setiap calon jemaah. PT Maali Wisata bekerja sama dengan berbagai ustadz dalam menemani perjalanan umrah para jemaah seperti KH. Saifuddin Juhri dan ustadz H. Muhammad Irfani. Selain itu, agar dapat meningkatkan kepercayaan jemaah untuk memilih PT Maali Wisata sebagai biro perjalanan ibadah umrah yang akan dilaksanakan. Berkat adanya kerja sama terhadap para guru-guru dan ustadz maka banyak dari para jemaah yang datang untuk mempercayai perjalanan ibadah umrah di bawah naungan PT Maali Wisata.

PT Maali Wisata menaungi banyak orang yang bekerja di perusahaan tersebut. Maka karyawan atau orang merupakan salah satu bagian dari strategi bauran pemasaran. Menurut hasil penelitian di PT Ma'ali Wisata karyawan harus memiliki kemampuan (*skill*). Akan tetapi, tidak ada syarat tertulis tentang kewajiban kemampuan karyawan meskipun tidak tertulis karyawan PT Maali Wisata yang ingin bekerja di perusahaan harus melewati sesi wawancara dengan direktur perusahaan, dan melalui beliaulah menilai secara langsung kemampuan berkomunikasi yang baik, sikap yang sopan dan berperilaku yang baik. Dalam penelitian observasi yang dilakukan, karyawan memberikan pelayanan yang baik terhadap calon jemaah yang

datang baik sekedar bertanya maupun yang hendak mendaftar ibadah umrah, semua diberikan pelayanan yang baik. PT Maali Wisata juga memberikan pelayanan secara *online* melalui siaran langsung lewat aplikasi *tiktok* atau lewat *instagram* terbuka untuk masyarakat umum yang ingin bertanya mengenai ibadah umrah atau yang lainnya berkaitan dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi.

Selain itu, PT Maali Wisata bergerak dalam industri jasa yang memberikan pelayanan langsung terhadap para jemaah. Karena adanya interaksi secara langsung maupun tidak langsung mengharuskan karyawan agar memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, perilaku yang baik, dan pengetahuan dalam bidang pelayanan yang diberikan agar dapat memberikan pelayanan yang sesuai kepada konsumen. Orang atau karyawan juga menjadi pertimbangan penting bagi para calon jemaah dalam minat menggunakan jasa sebuah perusahaan, karena karyawan sebagai pemberi pelayanan langsung kepada jemaah dapat memberi kesan baik atau tidak suatu jasa lewat pelayanan yang telah diberikan.

f. *Proses* (proses)

Serangkaian aktivitas yang dilakukan mulai dari pendaftaran, penerbangan sampai kembali lagi ke Indonesia. Dari temuan di lapangan bahwa Moto PT Maali Wisata adalah “Melayani Anda Adalah Kebanggaan Kami”. Dalam proses pelayanan yang dilakukan oleh PT Maali Wisata selalu mencoba untuk memberikan pelayanan yang terbaik terhadap jemaah, baik *customer service*, *tour leader* atau *mutawif* maupun staf yang lain semua melayani dengan sepenuh hati, bersikap sopan dan juga santun. Sehingga, jasa dan pelayanan yang dilakukan dapat menarik kepercayaan serta kesan yang baik terhadap PT Maali Wisata. PT Maali Wisata

berupaya agar memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada para jemaah dan menjadi jasa yang amanah untuk menemani para ibadah para tamu Allah. Dampak dari pelayanan yang baik adalah terjadinya promosi mulut ke mulut yang dilakukan oleh jemaah telah menggunakan jasa PT Maali Wisata.

Banyak perubahan yang terjadi dalam proses pelayanan di PT Maali Wisata dari tahun 2013 sampai 2023, sekarang waktu perjalanan ibadah umrah menjadi lebih terstruktur dari 10 tahun yang lalu. Pada tahun 2013 perusahaan menentukan tanggal keberangkatan dengan asal tergantung jemaah yang hendak berangkat sedangkan sekarang di tahun 2023 para pihak perusahaan PT Maali Wisata sudah terlebih dulu menentukan tanggal keberangkatan. Sehingga memudahkan jemaah untuk memilih tanggal keberangkatan yang sudah tersedia. Perbedaan juga terjadi dalam proses penerbangan yaitu pada tahun 2013 pihak PT Maali Wisata akan membeli tiket pesawat apabila terdapat jemaah yang hendak berangkat untuk umrah dan di tahun yang sama yaitu 2013 perusahaan PT Maali Wisata masih mencari dulu hotel yang akan ditempati para jemaah ketika di Arab Saudi atau tidak berlanggan pada hotel mana pun. Sedangkan pada tahun 2023 PT Maali Wisata mempunyai peningkatan dari sistem penerbangan, dan hotel. Dalam sistem penerbangan PT Maali Wisata sudah bekerja sama dengan pesawat Lion Air dan Garuda Indonesia. PT Maali Wisata memesan tiket penerbangan domestik dan internasional dalam jumlah yang signifikan selama periode waktu yang lama dengan dua pesawat tersebut. Sama halnya dengan hotel, PT Maali Wisata juga sudah bekerja sama dengan pihak hotel yang ada di Arab Saudi. Perbedaan-perbedaan strategi menjadi dampak yang baik terhadap perusahaan.

Dari hasil penelitian observasi bahwa PT Maali Wisata akan memberikan gambaran serangkaian proses perjalanan mulai dari keberangkatan, kegiatan apa saja yang dilakukan, waktu pelaksanaan kegiatan dan waktu istirahat, kemudian proses pemulangan. Dengan adanya gambaran tersebut dapat terlaksana dengan baik, kecuali terdapat kendala salah satunya adalah kendala dalam penerbangan. Lupiyoadi berpendapat bahwa proses yang baik adalah proses yang tersusun dan terjadwal dari kegiatan dan pelaksanaannya.

g. *Physical evidence* (sarana atau bukti fisik)

Berbagai bukti fisik yang sudah lengkap di PT Maali Wisata baik berupa bangunan, logo serta perlengkapan lain seperti komputer, dan segala perlengkapan keberangkatan jemaah seperti tas, syal, kain ihram, batik yang memang sengaja ditaruh sebagai pajangan. Menandakan bahwa PT Maali Wisata benar sebagai biro perjalanan yang resmi. Selain itu, dengan adanya bukti fisik dapat menambah keyakinan masyarakat terhadap PT Maali. Peningkatan bukti fisik dalam peralatan umrah seperti koper yang awalnya berbahan kain berganti menjadi fiber yaitu dengan bahan yang lebih kuat, kemudian tambahan perlengkapan seperti syal.

Pelayanan yang dilakukan dalam perusahaan seperti promosi yang banyak menggunakan media sosial, pengaturan jadwal yang terstruktur, tempat yang lebih strategis, dan perlengkapan dan alat-alat umrah yang lebih baik dari tahun 2013. Selain itu peningkatan terhadap pelayanan di Arab Saudi juga ditingkatkan dari hotel yang lebih dekat dan lebih baik, kemudian tim dari PT Maali Wisata yang mengatur pelayanan juga semakin bertambah. Dengan adanya inovasi-inovasi baru terhadap 7P maka PT Maali Wisata mendapatkan peningkatan jemaah di setiap tahunnya. Yang

mana, berawal dari 2013-2014 hanya ada 200 orang jemaah yang pergi untuk melaksanakan ibadah umrah. Sekarang, di tahun 2022-2023 yaitu antara bulan Agustus 2022 sampai Juli 2023 tercatat ada 6.650 orang jemaah yang berangkat.

Dari hasil penelitian wawancara dari beberapa jemaah bahwa jemaah menerima bukti fisik yang sudah dijanjikan seperti Koper, Tas tengeng, Tas paspor, Mukena atau kain ihram, Kain seragam, Buku manasik, Syal. Sedangkan, menurut teori sesuai seperti yang dinyatakan oleh Lovelock bahwa terdapat bukti fisik yang strategis salah satunya adalah yang digunakan dalam pertemuan wisata menggunakan lambang atau penanda untuk memberi informasi kepada pelanggan tentang kualitas produk mereka dan PT melalui wisata menggunakan brand ambassador sebagai cara untuk memperlihatkan kualitas produk ataupun jasa kepada konsumen.