

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Samira Ali Wisata

1. Sejarah Berdirinya PT. Samira Ali Wisata

Berdirinya PT. Samira Ali Wisata berawal dari rumah kediaman Ustadz H. Fauzi Wahyu Muntoro, yang juga menjadi tempat berdirinya kantor pertama Dini Group Indonesia. Pada 24 Agustus 2016, dari rumah Ustadz Fauzi, Samira Travel mulai dirintis. Pada tanggal 24 Agustus 2016, PT. Samira Ali Wisata yang didirikan oleh Ustadz H. Fauzi Wahyu Muntoro secara resmi terdaftar sebagai PPIU berdasarkan izin dari Kementerian Agama RI dengan no. 137 tahun 2020.

Berawal dari pengalaman Ustadz H. Fauzi Wahyu Muntoro yang menjadi pendamping jemaah disebuah biro perjalanan umrah, dalam perannya tersebut beliau tidak sependapat dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) yang diterapkan oleh biro perjalanan umrah tersebut. Karena menurutnya sistem tersebut menyebabkan biaya yang terlalu tinggi bagi para jemaah. Sebagai bentuk respons, Ustad H. Fauzi Wahyu Muntoro mendirikan Dini Group Indonesia, yang kemudian berubah nama menjadi PT. Samira Ali Wisata. Pada tahun 2017, PT. Samira Ali Wisata menghadapi tantangan besar dalam menarik minat calon jemaah. Hal ini disebabkan oleh menurunnya kepercayaan masyarakat akibat kasus penipuan dan kegagalan pemberangkatan jemaah yang dilakukan oleh beberapa biro perjalanan umrah.

Pada tahun 2017, Ustadz H. Fauzi terdorong untuk membuktikan berbagai tuduhan dan pertanyaan seputar perjalanan umroh pada waktu itu. Di tahun tersebut, Ustadz H. Fauzi melalui program inovatif bernama “umroh dulu bayar belakangan,” dengan program tersebut Ustadz H. Fauzi berhasil memulihkan kepercayaan umat Islam terhadap biro perjalanan umroh yang ada di Indonesia. Perkembangan pesat PT. Samira Ali Wisata menjadikannya contoh bagi biro perjalanan umrah lain.

Pada awal kiprahnya di industri biro perjalanan umrah, PT. Samira Ali Wisata menjalin kemitraan dengan Amitra Syariah untuk membangun kepercayaan dikalangan calon jemaah. Kolaborasi ini memberikan rasa aman karena menawarkan sistem pembayaran setelah pelaksanaan ibadah umrah. Amitra Syariah sendiri telah memperoleh izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan berada di bawah pengawasan Dewan Pengawas Syariah (DPS). Keberhasilan kerja sama ini turut meningkatkan daya tarik PT. Samira Ali Wisata di mata berbagai lembaga keuangan syariah lainnya, yang menganggap kemitraan tersebut sebagai nilai tambah tersendiri dan menjadikan PT. Samira Ali Wisata ini unggul di bidangnya.

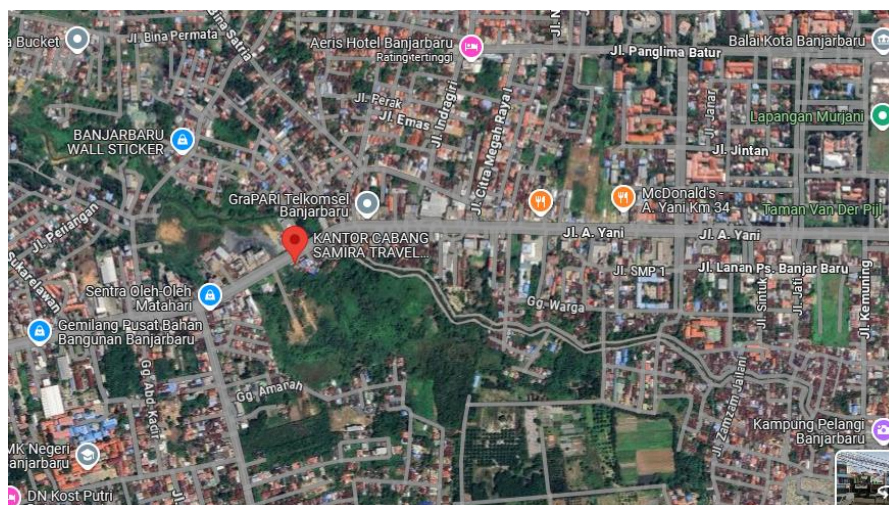
PT. Samira Ali Wisata telah memperluas jaringan kantor cabangnya ke berbagai wilayah di Indonesia, termasuk di Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Adapun kantor pusat PT. Samira Ali Wisata Tour & Travel beralamat di Jalan Malaka Merah No. 7/6, RT 10, RW 01, Pondok Kopi, Duren Sawit, Jakarta Timur, DKI Jakarta. Perusahaan ini bergerak di bidang biro perjalanan umrah dengan prioritas utama memberikan pelayanan terbaik bagi para jemaah, mulai

dari proses pendaftaran, pengurusan dokumen, keberangkatan, pelaksanaan ibadah umrah, hingga kepulangan ke daerah asal.

PT. Samira Ali Wisata selalu mengutamakan kenyamanan jemaah dalam menjalankan ibadah. Untuk mendukung hal tersebut, PT. Samira Ali Wisata ini menyediakan berbagai fasilitas, seperti pelaksanaan manasik dua minggu sebelum keberangkatan, serta akomodasi di hotel berbintang empat dan lima. Selain itu, demi kemudahan jemaah, koper akan langsung diantarkan ke kamar hotel setibanya di bandara oleh petugas *handling* yang siap membantu selama 24 jam penuh. PT. Samira Ali Wisata juga menjalin kerja sama kontrak dengan para muthawif, sehingga jemaah memiliki fleksibilitas untuk melakukan thawaf sebanyak yang mereka inginkan. Sementara itu, makanan yang disajikan di hotel diprioritaskan dari segi kualitas, bukan makanan katering dengan sistem antrian bernomor.

2. Letak Lokasi Penelitian

Gambar 4. 1 Lokasi Penelitian



Sumber: Google Maps: <https://maps.app.goo.gl/VLDkg9nSUo5Rzjid7>

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan berada di Kota Banjarbaru, provinsi Kalimantan Selatan. Tepatnya di Jl. A. Yani No. Km 33, RT.01/RW.01, Loktabat Utara, Kec. Landasan Ulin, Kota Banjar Baru, Kalimantan Selatan 70714.

3. Visi dan Misi PT. Samira Ali Wisata

a. Visi

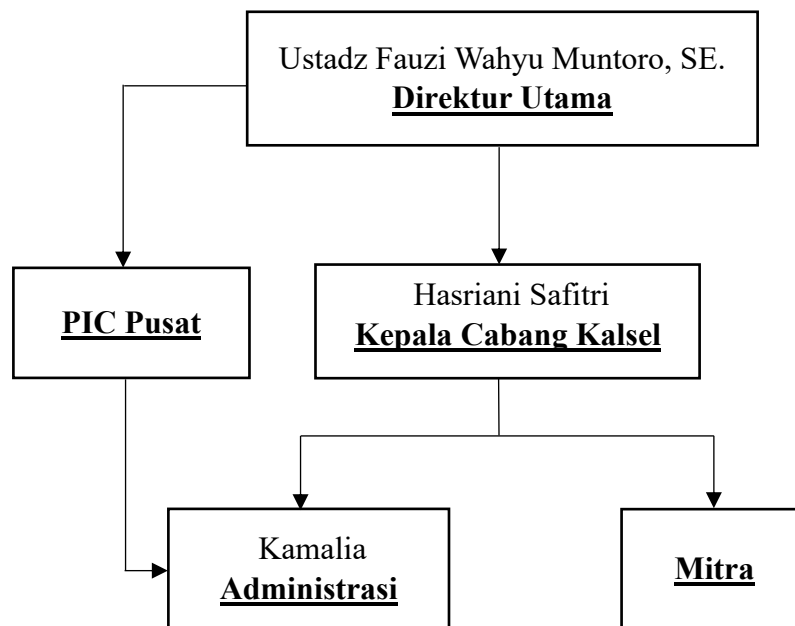
PT. Samira Ali Wisata Tour & Travel memiliki visi untuk menjadi penyelenggara perjalanan Umrah terdepan yang mengutamakan kenyamanan dan keamanan dalam beribadah. Kenyamanan yang ditawarkan tercermin melalui pelayanan maksimal kepada jemaah serta penyediaan fasilitas yang memadai. Sementara itu, aspek keamanan diwujudkan dalam bentuk kepastian keberangkatan serta perlindungan jemaah selama menjalankan ibadah umrah di tanah suci.

b. Misi

PT. Samira Ali Wisata memiliki sejumlah misi atau langkah strategis untuk mewujudkan visinya dalam mengemban kepercayaan jemaah. Misi tersebut meliputi: pertama, mengajak serta memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya melaksanakan ibadah umrah. Kedua, menyelenggarakan layanan umrah yang berkualitas dan sesuai dengan tuntunan sunnah. Ketiga, menjalin kerja sama dengan mitra yang dapat dipercaya. Keempat, berperan dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat menuju kebahagiaan di akhirat.

4. Struktur Organisasi

Berikut ini adalah bentuk struktur organisasi dari PT. Samira Ali Wisata Cabang Kalimantan Selatan:



Mitra: Pihak yang bertugas dalam memasarkan produk paket umrah

5. Keunggulan PT. Samira Ali Wisata

a. Praktis

Calon jemaah dapat dengan mudah mendaftar atau memperoleh informasi dari PT. Samira Ali Wisata melalui berbagai media, seperti call center, situs web, dan aplikasi khusus. Selain itu, mereka juga berkesempatan mengikuti seminar gratis yang diadakan di berbagai kota. Seminar ini terbuka untuk umum dan bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai layanan yang ditawarkan oleh PT. Samira Ali Wisata.

b. Uang muka terjangkau

PT. Samira Ali Wisata memfasilitasi calon jemaah umrah dengan menawarkan kemudahan berupa pembayaran uang muka sebesar Rp. 5.000.000. Jumlah tersebut sudah mencukupi sebagai syarat awal untuk keberangkatan ke tanah suci.

c. Sistem pembayaran fleksibel

PT. Samira Ali Wisata menyediakan skema pembayaran yang memudahkan calon jemaah, yakni dengan menabung sebelum berangkat serta opsi pembayaran setelah pulang dari umrah. Program ini bekerja sama dengan lembaga atau bank syariah guna memberikan kemudahan dalam pembiayaan ibadah umrah.

d. Bisa diangsur hingga tiga tahun

Calon jemaah memiliki opsi pembiayaan umrah dengan sistem pembayaran cicilan setelah keberangkatan, yang dapat diangsur dalam jangka waktu satu sampai tiga tahun. Simulasi pembayarannya dapat dibicarakan langsung dengan tim dari Amitra Syariah.

e. Fasilitasi jasa travel

PT. Samira Ali Wisata menunjukkan kepedulian terhadap kenyamanan jemaah dengan menyediakan koper berbahan fiber ringan dan awet. Layanan handling mereka juga siap membantu mencari dan mengantarkan koper sampai ke depan kamar, menciptakan pengalaman ibadah yang menyenangkan dan berkesan.

- f. Menggunakan *receiver* untuk pelaksanaan umrah dan pemaknaan Mekkah dan Madinah

Di PT. Samira Ali Wisata terdapat jemaah yang sudah berusia lanjut dan mengalami kendala dalam membaca buku panduan, menghafal bacaan, serta memahami manasik. Untuk mengatasi hal tersebut, disediakan alat *receiver* yang sangat membantu dalam menjalankan ibadah. Alat ini berfungsi sebagai alternatif pengganti buku panduan. Meski begitu, buku panduan tetap diberikan sebagai pilihan tambahan.

- g. Menggunakan maskapai terbaik

Untuk menjamin kenyamanan perjalanan para jemaah, PT. Samira Ali Wisata secara selektif memilih maskapai penerbangan yang dikenal memberikan layanan terbaik. Beberapa maskapai yang kerap digunakan antara lain Saudi Airlines, Lion Air, Batik Air, dan Turkish Airlines.

- h. Pelayanan bimbingan ibadah umrah 24 jam

PT. Samira Ali Wisata menyediakan layanan bimbingan ibadah yang tersedia kapan saja. Melalui sistem kontrak penuh antara muthawif dan PT. Samira Ali Wisata, tidak diterapkan pembatasan waktu dalam pendampingan jemaah. Hal ini memungkinkan jemaah untuk berinteraksi dengan muthawif secara fleksibel, tidak hanya saat thawaf atau sa'i, tetapi juga dalam kegiatan ibadah harian seperti thawaf sunnah, shalat dhuha, tahajud, serta kunjungan ke Multazam, Hijir Ismail, dan makam Nabi Muhammad SAW. Selain itu, jemaah juga dapat mengajukan permintaan khusus untuk melakukan ibadah tertentu bersama muthawif.

i. Legalitas Izin PPIU Kemenag RI

PT. Samira Ali Wisata secara resmi telah memperoleh izin dari Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai penyelenggara perjalanan umrah, dengan nomor izin 137 tahun 2020 atas nama PT. Samira Ali Wisata.

j. Muthawif dan muthawifah berpengalaman

Muthawif dan muthawifah PT. Samira Ali Wisata merupakan warga negara Indonesia yang tinggal di Arab Saudi dan bertugas mengelola seluruh kebutuhan ibadah jemaah. Mereka memiliki pengalaman yang mendalam dan berikat dalam kontrak tahunan dengan PT. Samira Ali Wisata. Evaluasi kinerja dilakukan setiap malam untuk memastikan peningkatan kualitas layanan bimbingan mereka.

k. Satu bus satu muthawif dan satu *tour leader*

Untuk menjamin kenyamanan jemaah, PT. Samira Ali Wisata menyiapkan satu bus yang didampingi oleh seorang *tour leader* dan seorang muthawif yang telah memiliki sertifikat. Jemaah juga dapat dengan mudah menghubungi keduanya apabila membutuhkan bantuan pribadi selama berada di perjalanan.

6. Produk Paket Umrah PT. Samira Ali Wisata

a. Paket Safara (hemat)

Paket Safara ditawarkan mulai dari harga Rp35.276.000, dengan transportasi udara menggunakan Lion Air. Untuk akomodasi, jemaah akan menginap di hotel Bakkan Al Salah, Dorat Al Salah, atau Al Ayam di Mekkah, dan di Plaza Inn Ohud atau Emaar Taiba di Madinah. Jarak hotel dengan

Masjidil Haram sekitar 15 menit berjalan kaki dan jarak hotel ke masjid Nabawi di Madinah sekitar 5 menit.

b. Paket Safawi (reguler)

Paket Safawi memiliki kisaran harga mulai dari Rp37.976.000, menggunakan penerbangan dengan Lion Air. Akomodasi di Mekkah akan menginap di hotel Le Meridien Tower/sekelasnya, dan di Madinah di Jewar Al Saqefah Hotel atau yang sekelasnya. Penentuan harga dipengaruhi oleh lama perjalanan, jenis transportasi udara, serta kota keberangkatan jemaah. Jarak hotel dengan Masjidil Haram sekitar 10 menit berjalan kaki jarak hotel ke masjid Nabawi di Madinah sekitar 3 menit.

c. Paker Sukari (VIP)

Paket Sukari memiliki kisaran harga mulai dari Rp43.976.000, menggunakan Lion Air untuk transportasi udaranya. Di kota Mekkah, pilihan hotel mencakup Marriot (sekitar 200 meter dari masjid), Anjum, Ajyad Makarim, dan DarAlEiman Grand. Untuk akomodasi di Madinah, tersedia hotel Jawer Saqefah atau Grand Plaza yang berlokasi sekitar 200meter dari tempat-tempat ibadah. Jarak hotel dengan Masjidil Haram sekitar 5 menit berjalan kaki dan jarak hotel ke masjid Nabawi di Madinah sekitar 2 menit.

d. Paket Majol (VVIP)

Paket Majol ditawarkan dengan harga mulai dari Rp50.976.000, dengan penginapan di Royal Dar Al Eiman atau Zam-Zam Tower di Mekkah, yang berjarak kurang lebih 50 meter dari Masjidil Haram. Sementara di Madinah, pilihan hotel meliputi Maden, Rawdh Royal Inn, atau Taliba Front, yang

terletak sekitar 150 meter dari Masjid Nabawi. Jarak hotel dengan Masjidil Haram sekitar 1 menit berjalan kaki dan jarak hotel ke masjid Nabawi di Madinah dibawah 1 menit, letak hotelnya di pelataran Masjid.

7. Harga Termasuk Fasilitas (*Include*)

a. Tiket Internasional Pulang-Pergi

Harga paket umrah dari PT. Samira Ali Wisata sudah termasuk tiket pesawat pulang-pergi kelas ekonomi. Pemilihan kelas ini dilakukan agar biaya perjalanan tetap terjangkau. Meski menggunakan kelas ekonomi, jemaah tetap mendapatkan fasilitas yang nyaman dan aman selama penerbangan.

b. Hotel di Mekkah dan Madinah

Untuk kenyamanan jemaah, PT. Samira Ali Wisata menyediakan penginapan di hotel berbintang empat dan lima yang berada tidak jauh dari masjid utama di Mekkah maupun Madinah.

c. Transportasi sesuai *Itinerary*

Dalam paket umrah yang disediakan PT. Samira Ali Wisata, layanan transportasi telah diatur berdasarkan jadwal kegiatan. Namun, bila jemaah membutuhkan transportasi di luar jadwal tersebut, akan ada biaya tambahan yang dikenakan.

d. Air Zam-zam lima liter

Setiap paket yang ditawarkan oleh PT. Samira Ali Wisata sudah termasuk air zam-zam sebanyak 5 liter untuk setiap jemaah. Harga air zam-zam sekitar 3,25 riyal per galon (sekitar Rp12.500), lebih murah dibandingkan dengan harga di bandara Jeddah dan Madinah yang bisa mencapai 7,5 riyal atau

Rp30.000. Selisih harga ini disebabkan oleh biaya tambahan untuk kemasan plastik dan kardus.

e. Makan tiga kali sehari

PT. Samira Ali Wisata menyediakan tiga kali makan setiap hari bagi jemaah, di mana seluruh hidangan disiapkan langsung oleh pihak hotel, bukan oleh jasa katering.

f. Muthawif atau Muthawifah profesional

PT. Samira Ali Wisata tidak hanya menyediakan muthawif sebagai pembimbing ibadah, tetapi juga menjalin kerja sama dengan muthawifah khusus untuk jemaah perempuan. Hal ini bertujuan agar jemaah perempuan merasa lebih nyaman dalam menyampaikan pertanyaan atau kebutuhan mereka selama di tanah suci. Layanan bimbingan dari muthawif dan muthawifah tersebut sudah termasuk dalam harga paket yang ditawarkan.

g. Visa umrah

Harga paket yang ditawarkan oleh PT. Samira Ali Wisata sudah mencakup biaya visa umrah, yang berada dalam kisaran antara Rp1.200.000 hingga Rp2.000.000.

h. *City tour* Mekkah dan Madinah

Paket umrah dari PT. Samira Ali Wisata turut mencakup city tour, tanpa biaya tambahan. Dalam agenda ini, jemaah akan diajak untuk melihat langsung Museum Asmaul Husna dan Museum Masjid Nabawi di Madinah.

i. *Tour leader* (TL)

Tour Leader dari PT. Samira Ali Wisata adalah mitra yang telah dibekali pelatihan dan pembinaan sesuai dengan standar Kementerian Agama RI untuk mendapatkan sertifikasi nasional. Untuk mendukung kompetensi mereka, perusahaan menyelenggarakan pelatihan bertingkat: di tingkat wilayah, tingkat nasional, dan tingkat internasional.

j. Bimbingan manasik umrah

PT. Samira Ali Wisata menyediakan bimbingan manasik umrah bagi para jemaah, yang biasanya dilaksanakan sekitar dua minggu sebelum keberangkatan. Dalam kegiatan ini, jemaah diberikan penjelasan mengenai prosedur naik pesawat, penggunaan toilet, tata cara tayamum, shalat dalam perjalanan, serta pelaksanaan ibadah umrah dengan benar. Informasi teknis mengenai perjalanan juga disampaikan selama sesi ini.

8. Harga Belum Termasuk (*Exclude*)

a. Paspor dan vaksin meningitis

Untuk menjalankan ibadah umrah, calon jemaah diwajibkan memiliki paspor. Pakte umrah yang disediakan PT. Samira Ali Wisata tidak mencakup biaya pembuatan paspor maupun vaksin meningitis dalam paket yang ditawarkan. Biaya tersebut menjadi tanggung jawab pribadi jemaah. Namun, saat ini vaksin meningitis tidak lagi menjadi syarat, sehingga hanya paspor yang diperlukan.

b. Kursi roda, *loundry*, telepon dan lainnya

Untuk hal-hal bersifat pribadi seperti penggunaan kursi roda, layanan cuci pakaian, dan panggilan telepon, para jemaah akan dikenakan biaya tambahan sesuai kebutuhan masing-masing.

B. Hasil Penelitian

1. *Segmenting* Pada Produk Paket Umrah PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan

Pasar umrah di negara ini memiliki cakupan yang sangat luas, dengan masyarakat yang terdiri dari berbagai tingkatan ekonomi, latar belakang budaya, tingkat pendidikan, kebutuhan, serta pola pembelian barang dan jasa yang sangat beragam. Meski demikian, tidak menutup kemungkinan adanya kelompok calon jemaah yang memiliki kesamaan dalam beberapa aspek tertentu, baik dari segi preferensi, perilaku, maupun kebutuhan. Kondisi ini menjadi tantangan bagi biro perjalanan umrah, karena tidaklah mudah bagi satu entitas bisnis untuk melayani seluruh pasar secara merata dan efektif. Oleh karena itu, biro perjalanan umrah perlu melakukan segmentasi pasar secara cermat, yaitu dengan cara mengidentifikasi kelompok calon jemaah yang memiliki karakteristik serupa dan berpotensi untuk dilayani secara optimal.

Strategi segmentasi merupakan tahap pertama yang perlu dijalankan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan sebelum melanjutkan ke aktivitas pemasaran atau promosi yang lebih jauh. Langkah pertama yang dimaksud adalah proses pengelompokan calon jemaah yang beragam ke dalam

segmen-segmen tertentu. Dalam proses segmentasinya, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melakukan pengelompokan calon jemaah setelah produk paket umrah muncul. Hal ini disebabkan karena produk paket umrah yang dijual merupakan turunan langsung dari PT. Samira Ali Wisata pusat, yang bertanggung jawab penuh dalam merancang dan membuat beragam jenis paket umrah. Dengan demikian, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan berfungsi sebagai penerima dan pemasar paket-paket yang telah ada disediakan oleh PT. Samira Ali Wisata pusat.¹ Dalam menentukan segmen-segmen calon jemaah, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan membaginya ke dalam beberapa variabel yaitu:

a. Segmentasi Geografis

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan secara cermat melakukan segmentasi pasar berdasarkan wilayah. Proses ini melihat pada daerah-daerah yang menunjukkan potensi dan minat tinggi terhadap perjalanan umrah. Penentuan minat calon jemaah pada suatu daerah dilakukan dengan melihat pembelian paket umrah oleh jemaah sebelumnya, yaitu dengan melihat dari wilayah mana saja jemaah yang paling banyak melakukan pembelian di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Dalam menjangkau calon jemaah umrah PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan menggunakan pemasar yaitu pihak mitra yang

¹ Hasil wawancara dengan Ibu Hasriani sebagai kepala cabang, 26 April 2025 bertempat di kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

tersebar diberbagai wilayah. Dari mitra kami tahu daerah-daerah mana saja yang jumlah jemaahnya paling banyak. Ketika sudah tahu daerah-daerah yang mempunyai jemaah paling banyak, maka PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan memfokuskan pemasaran di daerah-daerah tersebut. Dalam pemasaran paket umrahnya, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan biasanya melakukan strategi seperti promosi, menyebar informasi, dan kegiatan penjualan yang nantinya akan diutamakan di daerah-daerah yang mempunyai minat umrah yang tinggi.²

Pengelompokkan wilayah pemasaran produk paket umrah PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan tidak hanya terbatas pada melihat wilayah secara umum, melainkan juga diperdalam dengan membedakan antara area perkotaan dan pedesaan. Pengelompokan ini nantinya menjadi dasar paket apa yang ditawarkan di antara wilayah perkotaan dan pedesaan berdasarkan potensi paket yang ingin dibeli dan kemampuan biaya dari calon jemaah untuk membeli paket yang tersedia. Seperti paket safara (hemar) yang harganya paling murah ditawarkan kepada masyarakat pedesaan dan paket majol (fVVVIP) ditawarkan kepada masyarakat perkotaan.³

b. Segmentasi Demografis

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Halimah, bahwa PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan mempertimbangkan usia

² Hasil wawancara dengan Ibu Hasriani sebagai kepala cabang, 26 April 2025 bertempat di kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

³ Hasil wawancara dengan Ibu Kamalia sebagai admin, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

calon jemaah dalam menawarkan produk paket umrahnya. PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melihat setiap jenis usia mempunyai kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. PT. Samira Ali Wisata juga melihat bahwa jemaah-jemaah sebelumnya ada dari berbagai kalangan seperti kalangan anak-anak, anak muda, yang sudah berkeluarga, dan lanjut usia. Yang paling banyak menggunakan jasa layanan umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dari kalangan yang sudah berkeluarga.

Di lapangan, ada usia dan kalangan rentan yang tidak bisa jalan terlalu jauh sehingga membutuhkan akomodasi (hotel) yang dekat dengan Masjidil Haram. Ada juga calon jemaah dengan usia atau kalangan tertentu yang memilih paket dengan jarak hotel yang lumayan jauh dengan tujuan ingin menikmati perjalanan menuju Masjidil Haram. Seperti paket majol dengan fasilitas hotel yang paling dekat dengan Masjidil Haram biasanya ditawarkan pada jemaah lanjut usia atau anak-anak, karena jarak hotel dibutuhkan oleh kelompok seperti mereka. Dengan demikian, melihat dari hal itu PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melakukan pengelompokkan usia dan kalangan tertentu untuk dapat menyesuaikan paket umrah mana yang ditawarkan kepada calon jemaah.⁴

Dalam penerapan strategi segmentasi pasar, salah satu variabel yang turut memberikan pengaruh adalah tingkat pendapatan. Hal tersebut

⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Halimah sebagai mitra, 26 April 2025 di kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

sesuai dengan penjelasan dari Ibu Wardah, bahwa beliau melihat setiap calon jemaah ini memiliki pendapatan atau penghasilan yang berbeda-beda tingkatannya. Pengelompokan berdasarkan tingkatan pendapatan ini menjadi hal yang penting bagi PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan untuk memahami kemampuan biaya dari calon jemaahnya. Dengan pemahaman mendalam tentang tingkatan pendapatan ini, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dapat menyesuaikan dan mengoptimalkan penawaran paket umrahnya. Seperti masyarakat yang mempunyai pendapatan menengah ke bawah yang biasanya ditawarkan paket paling murah yaitu paket safara, masyarakat dengan pendapatan menengah ditawarkan paket safawi (reguler), lalu paket sukari (VIP) dan majol (VVIP) ditawarkan pada pendapatan menengah ke atas.⁵

Pilihan untuk membeli paket yang mana diserahkan sepenuhnya kepada calon jemaah. Di lapangan, tidak jarang calon jemaah dari kalangan pendapatan rendah justru memilih paket dengan fasilitas lebih tinggi demi kenyamanan dan kelancaran ibadah mereka. Sebaliknya, ada pula calon jemaah dari kalangan pendapatan tinggi yang memilih paket ekonomis karena pertimbangan menghemat biaya atau untuk kebutuhan pribadi. Artinya pilihan paket umrah yang tersedia dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan masing-masing calon jemaah.⁶

⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Wardah sebagai mitra, 14 Juni 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Hasriani sebagai kepala cabang, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

c. Segmentasi Psikografis

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Halimah, beliau menjelaskan bahwa di Kalimantan Selatan ini banyak tersebar berbagai perkumpulan atau komunitas masyarakat. Yang masing-masing komunitas itu berkumpul karena persamaan hobi maupun minat mereka untuk berkumpul. Menurut beliau, komunitas atau perkumpulan tersebut dapat dimanfaatkan untuk menjadi tempat syiar dalam menyebarkan dan menawarkan paket umrah dengan lebih luas dan cepat, tidak seperti perorangan yang lebih lama penyebarannya.⁷

Gambar 4. 2 Seminar Umrah



Sumber: Arsip Dokumentasi PT. Samira Ali Wisata

Dari hasil observasi, pihak PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan mengundang berbagai komunitas atau perkumpulan untuk menghadiri acara yang diadakannya sebagai ruang dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dalam mempromosikan dan

⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Halimah sebagai mitra, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan

menawarkan produk paket umrahnya.⁸ Melihat hal inilah PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melakukan pembagian kelompok yang berdasar pada adanya kesamaan pada hobi dan minat yang terwujud pada komunitas atau perkumpulan masyarakat.⁹

d. Segmentasi Perilaku

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Kamalia, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan mengamati adanya kebiasaan tertentu di kalangan calon jemaah umrah mereka dari pengalaman sebelumnya. Kebiasaan tersebut memberikan pengaruh pada paket mana yang menjadi pilihan untuk perjalanan umrah mereka. Contohnya makanan, di paket itu ada hotel yang menyediakan khusus makanan Indonesia seperti ayam goreng, rendang, opor, sayur sop, sayur capcai, tumis-tumisan dan makanan Indonesia lainnya, biasanya ini dipaket safara (hemat) dan paket safawi (reguler). Ada juga hotel yang menyediakan makanan Go-Internasional seperti daging-dagingan, ikan salmon, salad, sup jagung, kebab, roti-rotian dan lainnya, ini tersedia dipaket sukari (VIP) dan majol (VVIP). Dengan adanya hal itu, calon jemaah biasanya menyesuaikan dengan selera mereka, ada yang tidak bisa makan makanan luar Indonesia maka memilih paket safara atau safawi, ada juga yang mau makan makanan internasional dan mahal maka memilih paket sukari atau majol.

⁸ Hasil observasi, 25 Februari 2025 di Gedung NU Kab. Banjar.

⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Halimah sebagai mitra, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Dalam melihat hal tersebut, PT. Samira Ali Wisata membagi kelompok calon jemaahnya dengan berdasar pada pola perilaku kebiasaan tertentu.

Selanjutnya, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan secara aktif melakukan pengamatan terhadap permasalahan-permasalahan yang ada di pasar umrah. Pengamatan ini mengungkapkan bahwa adanya berbagai situasi dan kondisi tertentu yang seringkali menjadi kendala bagi calon jemaah dalam mewujudkan niat suci mereka untuk berangkat umrah. Salah satu kendalanya adalah keterbatasan biaya bagi calon jemaah untuk menunaikan ibadah umrah. Dengan memahami kendala ini, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan berupaya mengembangkan solusi terhadap permasalahan yang ada. Dalam hal itu meluncurkan program “Umrah Dulu Bayar Belakangan” pada paket umrahnya dengan sistem pembayaran yang lebih fleksibel. Maka melihat dari hal itu, PT. Samira Ali Wisata melakukan pembagian kelompok tertentu dengan dasar pada kondisi dari calon jemaah.¹⁰

2. *Targeting* Pada Produk Paket Umrah PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan

Setelah menentukan segmen-segmen, maka selanjutnya melakukan penentuan target segmen mana yang menjadi fokus pemasaran paket umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Langkah ini berfungsi sebagai panduan arah strategi pemasaran yang akan dijalankan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Oleh karena itu, sangat penting

¹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Kamalia sebagai admin, 22 Februari 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

bagi PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan untuk memahami segmen pasar mana yang memiliki potensi besar, agar upaya promosi dapat dilakukan secara lebih efektif dan tepat sasaran. Target pasar yang dipilih harus disesuaikan dengan kebutuhan calon jemaah, tingkat daya beli mereka, serta keterbatasan yang dimiliki oleh masing-masing segmen.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hasriani bahwa ada wilayah potensial yang menjadi target pemasaran paket umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Wilayah yang menjadi target utama dalam pemasaran paket umrah PT. Samira Ali Wisata mencakup beberapa daerah di Kalimantan Selatan, yakni Banjarmasin, Batulicin, Amuntai, dan Kandangan baik itu kotanya maupun pedesaannya.¹¹

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melihat bahwa jemaah sebelumnya yang berangkat menggunakan biro perjalanan ini banyak berasal dari wilayah seperti kota Banjarmasin, Batulicin, Amuntai, dan Kandangan. Mereka melihat bahwa potensi jemaah untuk umrah di wilayah tersebut lebih banyak dibandingkan dengan daerah lain. Sehingga dengan potensi tadi, wilayah-wilayah tersebut dijadikan sebagai wilayah pasar sasaran dalam menyebarkan dan menawarkan paket umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.¹²

Dari hasil observasi di kantor cabang PT. Samira Ali Wisata Kalimantan Selatan, terdapat satu orang yang usianya sekitar 50 tahunan

¹¹ Hasil wawancara dengan Ibu Hasriani sebagai kepala cabang, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

¹² Hasil wawancara dengan Ibu Hasriani sebagai kepala cabang, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

berasal dari kota Banjarmasin mengunjungi dan bertanya-tanya terkait paket umrah yang ada di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Dalam percakapannya, dari Ibu Kamalia sebagai admin menjelaskan terkait variasi paket umrah yang ada, beliau menawarkan terlebih dahulu paket Majol yang punya fasilitas lebih nyaman untuk calon jemaah yang sudah berusia 50 tahunan. Tentunya paket Majol ini selalu ditargetkan untuk ditawarkan terlebih dahulu, terutama calon jemaah yang berasal dari perkotaan. Alasan lainnya kenapa paket paling mahal yang ditawarkan terlebih dahulu karena keuntungan/*ujrah* yang didapat juga lebih besar bagi PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.¹³

Tidak hanya di kota dari keempat wilayah tersebut yang jadi sasaran, melainkan di pedesaannya juga menjadi sasaran untuk memasarkan paket umrah. PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan sebelumnya melihat bahwa terdapat perbedaan dalam pembelian jenis paket umrah dan kemampuan biaya antara calon jemaah yang tinggal di perkotaan dan pedesaan. Di area perkotaan, jemaah lebih banyak memilih paket sukari (VIP) atau majol (VVIP) karena mengutamakan kenyamanan dan juga keinginan langsung jemaah. Melihat hal itu, kalau menawarkan paket umrah di perkotaan, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan lebih menawarkan terlebih dahulu paket dengan fasilitas yang lebih nyaman seperti paket sukari (VIP) dan majol (VVIP). Kalau untuk area pedesaan, jemaahnya

¹³ Hasil observasi, 26 April 2025 di Kantor cabang PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

lebih banyak memilih paket safara (hemat). Pendapatan menjadi pertimbangan utama bagi masyarakat desa, sebagian mungkin tidak punya pendapatan tetap dan pendapatannya tidak terlalu tinggi, sehingga PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan biasanya menyesuaikan penawaran dengan paket yang lebih terjangkau harganya seperti paket safara (hemat).¹⁴

Selain itu, Ibu Jamilah menjelaskan bahwa pasar umrah ini bukan pasar seperti jual beli barang yang bisa membuat target untuk masyarakat tingkat pendapatan yang mana. Di dalam pasar umrah terdapat calon jemaah yang mempunyai latar belakang ekonomi yang berbeda-beda seperti pendapatan menengah ke bawah, menengah, dan menengah ke atas. Artinya karena umrah ini untuk ibadah, jadi kita tidak membatasi calon jemaah tingkatan mana yang bisa menikmati dan memakai jasa pelayanan umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Dengan adanya tingkatan pendapatan yang ada di pasar umrah, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan memfokuskan layanannya untuk semua tingkatan pendapatan baik itu pendapatan menengah ke bawah, menengah maupun menengah ke atas.

Perwujudan dari tingkatan pendapatan itu ada pada segi paketnya yang mempunyai harga yang berbeda-beda. Dari harga yang paling mahal seperti paket sukari (VIP) dan majol (VVIP) ditujukan untuk calon jemaah yang berpendapatan menengah ke atas. Calon jemaah pendapatan menengah lebih

¹⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Kamalia sebagai admin, 22 Februari 2025 bertempat di kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

ditawarkan paket safawi (reguler). Calon jemaah yang berpendapatan menengah ke bawah ditawarkan paket umrah dengan harga yang paling murah di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan yaitu paket safara (hemat).¹⁵

Adapun menurut Ibu Wardah, beliau menargetkan calon jemaah yang berada pada tingkatan pendapatan menengah ke bawah dengan menawarkan paket yang harganya paling murah di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan yaitu paket safara (hemat). Dari empat paket yang tersedia di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan, beliau hanya mengambil paket safara (hemat) untuk ditawarkan dan dipasarkan kepada masyarakat. Beliau berpendapat bahwa paket safara ini paling sesuai untuk calon jemaah dengan pendapatan menengah ke bawah karena harganya lebih cocok dengan segmen tersebut. Maka dari itu, beliau menargetkan calon jemaah dengan pendapatan menengah ke bawah untuk penawaran paket safara (hemat).¹⁶

Di Kalimantan Selatan potensi komunitas atau perkumpulan masyarakat sangatlah banyak. Hal itu memberikan peluang bagi PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan untuk menjadikan komunitas atau perkumpulan tersebut sebagai tempat dalam mempromosikan paket umrahnya. Ibu Halimah melihat bahwa komunitas atau perkumpulan ibu-ibu lebih banyak dan mudah ditemui oleh beliau seperti perkumpulan arisan, perkumpulan ibu-ibu PKK, dan pengajian ibu-ibu, baik itu tempatnya di

¹⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Jamilah sebagai mitra, 22 Februari 2025 bertempat di kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

¹⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Wardah sebagai mitra, 22 Februari 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

komplek, kampung, maupun kota. Di lapangan, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan selalu memfokuskan syiar penawaran paket umrahnya kepada komunitas atau perkumpulan yang diadakan ibu-ibu. Secara singkatnya, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan saat ini membidik pasar komunitas atau perkumpulan ibu-ibu sebagai tempat menawarkan dan mempromosikan paket umrahnya.¹⁷

3. *Positioning* pada Produk Paket Umrah PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan

Setelah pasar berhasil disegmentasi sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dan sasaran pasar telah ditentukan dengan jelas, langkah selanjutnya yang harus dilakukan oleh PT. samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan adalah merancang strategi *positioning* pada produk paket umrah. Strategi *positioning* merupakan pendekatan yang digunakan perusahaan untuk menanamkan citra dan persepsi positif produk paket umrah di benak masyarakat yang telah menjadi target utama. Hal ini penting terutama dalam industri perjalanan umrah yang bersifat kompetitif, di mana calon jemaah sangat mempertimbangkan reputasi, kenyamanan, dan kredibilitas penyedia layanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Hasriani, bahwa banyak permasalahan yang terjadi antara biro perjalanan umrah dengan calon jemaah seperti calon jemaah yang keberangkatannya selalu tertunda, jadwal keberangkatannya selalu diundur, dan hotel yang tidak pasti pada saat di

¹⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Halimah sebagai mitra, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Mekkah dan Madinah. Hal itu mengartikan bahwa banyak ketidakpastian yang dialami oleh calon jemaah untuk berangkat umrah. Beliau melihat masih ada biro perjalanan umrah yang tidak memberikan kepastian secara konsisten untuk jadwal keberangkatan dan hotel bagi jemaahnya. Maka dari itu, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan selalu menyampaikan dan terus menjelaskan 5 Pasti Umrah yaitu pasti berizin, pasti jadwalnya, pasti terbangnya, pasti hotelnya dan pasti visanya keluar, untuk membedakan antara PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dengan biro perjalanan umrah lainnya terkait kepastian tersebut. Dengan 5 Pasti umrah ini, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan menempatkan diri sebagai penyedia paket umrah yang “selalu pasti” pada setiap aspek layanan dari segi legalitas hingga fasilitas.¹⁸

Gambar 4. 3 5 Pasti Umrah



Sumber: Website Samira Travel: <https://www.samiratravel.co.id/>

Berdasarkan hasil observasi peneliti, pihak PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan ketika menawarkan paket umrahnya menjelaskan terlebih dahulu aspek 5 Pasti Umrah kepada calon jemaah, lalu menjelaskan

¹⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Hasriani sebagai kepala cabang, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan

variasi paket-paket umrah yang ada di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dan selanjutnya menyampaikan terkait fasilitas dan perlengkapan apa saja yang didapat.¹⁹

Selain dari 5 Pasti Umrah itu, PT. Samira Ali Wisata juga memposisikan keunggulan lainnya yaitu program “Umrah Dulu Bayar Belakangan” untuk membedakannya dengan biro perjalanan umrah yang lain. Ibu Wardah melihat bahwa di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan ini mempunyai program yang namanya “umrah dulu bayar belakangan.” Beliau mengamati di Kalimantan Selatan ini jarang ada biro perjalanan umrah yang menerapkan umrah dulu bayarnya belakangan. Beliau berpendapat bahwa keberadaan program tersebut bisa dijadikan posisi pembeda dan keunggulan yang dimiliki oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Program “Umrah dulu bayar belakangan” memberikan kesan kepada calon jemaah bahwa di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan ini ada program yang bisa memberangkatkan umrah terlebih dahulu baru bayarnya belakangan. Program “Umrah Dulu Bayar Belakangan” berlaku untuk seluruh paket umrah yang ditawarkan PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan, mulai dari paket Safara (hemat), Safawi (reguler), Sukari (VIP) hingga paket Majol (VVIP). Dengan demikian, baik calon jemaah yang

¹⁹ Hasil observasi terkait penawaran paket umrah, 25 Februari 2025 di Gedung NU Kab. Banjar

memilih paket murah maupun paket yang mahal tetap mendapatkan kesempatan memanfaatkan fasilitas ini.²⁰

Program “Umrah dulu bayar belakangan” bekerjasama dengan Amitra Syariah (Lembaga Keuangan Syariah). Amitra syariah berperan sebagai pihak yang menyediakan pendanaan bagi calon jemaah umrah. Pembayarannya dilakukan dengan cara Amitra terlebih dahulu melakukan pembelian paket umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dengan membayar secara *cash* sesuai harga paket yang diambil. Setelah itu, paket umrah tersebut dijual kembali kepada calon jemaah sesuai dengan pilihan paket umrah yang mereka tentukan dengan pembayaran secara berangsur.²¹

Gambar 4. 4 Program Umrah Dulu Bayar Belakangan



Sumber: Instagram @samira_travel

²⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Wardah sebagai mitra, 22 Februari 2025 di kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

²¹ Hasil wawancara dengan Ibu Kamalia sebagai admin, 22 Februari 2025 bertempat di kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Selanjutnya, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan menempatkan keunggulan dari segi pelayanannya. Disetiap penawaran paket selalu dijelaskan bagaimana pelayanan dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Pelayanannya mulai dari pendaftaran sampai kepulangan selalu didampingi dan dibantu oleh pihak PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Dalam proses pelayanannya, mitra bertugas dalam mendampingi calon jemaah mulai dari proses pendaftaran, pengumpulan dokumen, penyelesaian pemberkasan, hingga menjelang keberangkatan. Selama tahap ini, mitra menjadi pihak utama yang berhubungan langsung dengan calon jemaah, membantu menjelaskan prosedur, menyiapkan berkas, serta memastikan seluruh persyaratan administrasi terpenuhi. Setelah tahap pemberkasan selesai, peran selanjutnya diambil alih oleh *Tour Leader* (TL). Yang sebagai *Tour Leader* ialah mitra itu sendiri. Bertugas sebagai pendamping yang mengawal jemaahnya sejak keberangkatan hingga selama perjalanan umrah di tanah suci dan sampai kepulangan kembali ke tanah air.²²

Setelah berada di tanah suci, jemaah nantinya akan disambut oleh muthawif atau ustadz yang sudah berpengalaman. Muthawif di tanah suci bertugas sebagai pembimbing ibadah umrah. Setiap bis jemaah nantinya diisi oleh satu *Tour Leader* dan satu muthawif selama berada di tanah suci.²³ Salah satu bentuk layanan lainnya yang diberikan PT. Samira Ali Wisata kepada jemaah umrah adalah penanganan koper yang sepenuhnya diurus oleh *Tour*

²² Hasil wawancara dengan Ibu Halimah sebagai mitra, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

²³ Hasil wawancara dengan Ibu Hasriani sebagai kepala cabang, 26 April 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan

Leader (TL). Begitu jemaah dibandara dan tiba di tanah suci, mereka tidak lagi dibebani dengan urusan membawa dan mengangkat koper pribadi. Seluruh bagasi jemaah akan langsung ditangani oleh tim yang sudah disiapkan, mulai dari pengambilan koper di bandara hingga pengantaran ke hotel atau tempat penginapan yang telah ditentukan.

Selain itu, Ibu Jamilah menjelaskan bahwa *Tour Leader* selalu mendampingi jemaah dalam berbagai aktivitas, baik saat menuju masjid, berbelanja, jalan-jalan, maupun kegiatan lainnya selama perjalanan umrah. Pelayanan ini diberikan secara merata kepada seluruh jemaah tanpa memandang paket yang dipilih. Dari keempat paket yang tersedia di PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan, baik paket dengan harga murah maupun paket dengan harga mahal, semua jemaah mendapatkan pelayanan yang sama dari *Tour Leader*. Pelayanan yang diberikan oleh *Tour Leader* menjadi salah satu alasan utama jemaah memilih untuk kembali menggunakan jasa PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan, karena mereka merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang telah mereka terima. Dengan pelayanan yang sangat baik tersebut, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan selalu mengkomunikasikan untuk mengenalkan keunggulan dari layanan yang diberikan kepada jemaah.²⁴

Berdasarkan hasil wawancara dari jemaah yang menggunakan jasa PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan, Ibu Hamliah mengatakan

²⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Jamilah sebagai mitra, 22 Februari 2025 di Kantor PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

bahwa pelayanan koper sesuai dengan apa yang disampaikan oleh pihak PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Mulai dari bandara koper sudah diurus oleh pihak Samira sampai di hotelnya koper sudah berada di depan kamar hotel. Begitupun sesampai di Mekkah atau Madinah kita sudah disambut oleh muthawif atau ustadz untuk mendampingi kita dalam melaksanakan ibadah umrah. Beliau menambahkan, bagian yang diingat ketika mendengar PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan ialah *free* bagasi yang artinya gratis bagasi.²⁵

Jemaah lainnya dari PT. samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan yaitu Ibu Jar'anah menjelaskan bahwa dari pendaftaran, keberangkatan sampai kepulangan pelayanannya sangat baik. Beliau menambahkan dari belanja dan pergi kemana saja kita didampingi dan dilayani oleh *Tour Leader* dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan selatan.²⁶

C. Pembahasan

Ketatnya persaingan dan lajunya perkembangan zaman di dunia bisnis saat ini menjadikan pemasaran sebagai kegiatan inti yang wajib dilakukan setiap perusahaan agar tetap bisa bertahan. Pemasaran yang baik adalah kunci vital bagi tercapainya kesuksesan bisnis. Dengan kemajuan teknologi yang pesat,

²⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Hamliah sebagai jemaah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalsel, tanggal 20 Mei 2025.

²⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Jar'anah sebagai jemaah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalsel, tanggal 20 Mei 2025.

perusahaan harus memiliki pendekatan dan fokus yang kuat pada strategi pemasaran mereka agar dapat unggul dalam persaingan pasar.²⁷

Menurut Sofjan Assauri, strategi pemasaran merupakan suatu perencanaan yang menyeluruh, tergabung, dan terintegrasi dalam lingkup pemasaran, memiliki fungsi sebagai panduan mengenai langkah-langkah yang akan diambil guna merealisasikan tujuan pemasaran sebuah perusahaan.²⁸ Salah satu strategi yang digunakan dalam kegiatan pemasaran adalah *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP). Kotler mengemukakan bahwa strategi pemasaran yang efektif dibangun atas tiga pilar, yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP). Dengan mengadopsi STP, pemasar maupun perusahaan dapat mengoptimalkan penjualan produk mereka, sebab mereka memiliki pemahaman yang jelas mengenai sasaran konsumen melalui segmentasi dan bagaimana produk mereka dipersepsikan di pasar dibandingkan dengan produk pesaing.²⁹

Berdasarkan hasil temuan penelitian, bahwa PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dalam memasarkan produk paket umrahnya menerapkan strategi *segmenting*, *targeting* dan *positioning* (STP).

1. Strategi *Segmenting*

Mengingat potensi pasar umrah di Indonesia yang sangat besar dan minat masyarakat yang tinggi, namun dengan sebaran pasar yang luas, setiap biro perjalanan umrah perlu melakukan analisis mendalam untuk mensegmentasi pasar yang luas ini menjadi kelompok-kelompok yang lebih

²⁷ Ulufiah, "Perubahan Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Pada Pemasaran Produk Umrah PT Arofahmina Cabang Tulungagung," 128.

²⁸ Eva Sundari dan Imam Hanafi, *Manajemen Pemasaran*, 35.

²⁹ Suhartini, dkk, *Manajemen Pemasaran Perusahaan* (Lajagoe Pustaka, 2023), 85–86.

spesifik. Tujuannya adalah untuk mencegah kegagalan promosi dan menghindari pemborosan biaya yang besar.³⁰

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nik Miftahul Ulufiah, dijelaskan bahwa segmentasi memiliki peranan penting dalam perusahaan. Karena satu produk tidak bisa memenuhi semua keinginan konsumen. Oleh karena itu, dari awal yang wajib diperhatikan ialah segmentasi pasar. Strategi ini membantu perusahaan jadi lebih efektif dan hemat biaya. Segmentasi juga bisa menghubungkan kebutuhan pembeli dengan tindakan pembeli, artinya perusahaan menargetkan pada konsumen potensial yang memang tertarik untuk membeli.³¹

Dalam praktiknya, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melakukan segmentasi pasar setelah produk paket umrah di turunkan dari pusat ke cabang lalu dipasarkan. Konsep segmentasinya, produk tersebut muncul terlebih dahulu, lalu dilakukan proses pembagian kelompok ke dalam beberapa variabel segmentasi. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Budi Rahayu bahwa konsep segmentasi yang proses pembagiannya dilakukan setelah produk dikeluarkan dinamakan segmentasi *post-hoc*.³²

Agar dapat fokus dalam memasarkan paket umrahnya, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melakukan pengelompokan pasarnya menjadi empat variabel segmentasi yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis, segmentasi psikografis, dan segmentasi perilaku. Sesuai dengan

³⁰ Marpudin, *Strategi Pemasaran Jasa Haji & Umrah: Pendekatan Teori Dan Praktik*, 152.

³¹ Ulufiah, "Perubahan Strategi *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* Pada Pemasaran Produk Umrah PT Arofahmina Cabang Tulungagung," 39.

³² Putri, *Manajemen Pemasaran*, 51.

teori dari Kotler dan Armstrong bahwa ada empat variabel utama dalam mengelompokkan pasar yaitu segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.³³

a. Segmentasi Geografis

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan menerapkan segmentasi pasar berdasar pada wilayah. Pendekatan ini diawali dengan identifikasi wilayah-wilayah yang mempunyai potensi dan minat tinggi terhadap umrah, yang ditentukan berdasarkan riwayat pembelian paket umrah sebelumnya oleh jemaah dari berbagai daerah. Lebih lanjut, pengelompokan wilayah pemasaran tidak hanya secara umum, tetapi diperdalam dengan membedakan antara area perkotaan dan pedesaan. Diferensiasi ini menjadi landasan untuk menyesuaikan penawaran paket umrah berdasarkan potensi paket yang ingin dibeli dan kemampuan finansial dari calon jemaah di masing-masing area. Jadi, segmentasi geografis yang dilakukan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan berdasarkan pada wilayah, perkotaan, dan pedesaan.

Segmentasi geografis adalah membagi pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti negara, provinsi, kabupaten, kota, wilayah, daerah atau kawasan.³⁴ Perusahaan dapat beroperasi di satu atau beberapa wilayah geografis atau beroperasi di semua wilayah geografis.³⁵

³³ Karamoy, "Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KPR BNI Griya," 564.

³⁴ Dimiyati, *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis*, 61.

³⁵ D, Rakesh, Manoj Kumara N.V, *Marketing Management*, 52.

b. Segmentasi Demografis

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan menerapkan segmentasi berdasarkan pada usia calon jemaah. Ini didasari pemahaman bahwa berbagai kelompok usia (anak-anak, anak muda, yang sudah berkeluarga, dan lansia) memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda-beda. Selain itu, tingkat pendapatan juga menjadi variabel segmentasi dalam strategi pemasaran PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Pemahaman akan kemampuan finansial calon jemaah yang beragam ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan dan mengoptimalkan penawaran paket umrah agar sesuai dengan daya beli masing-masing segmen. Jadi, Segmentasi secara demografis yang dilakukan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan berdasarkan pada usia dan tingkat pendapatan.

Segmentasi demografis adalah pasar yang dibagi berdasarkan usia, jenis kelamin, jumlah anggota keluarga, siklus kehidupan keluarga seperti anak-anak, remaja, dewasa, kawin/belum kawin, keluarga muda dengan satu anak, keluarga dengan dua anak, keluarga yang anak-anaknya sudah bekerja dan seterusnya. Dapat pula berkonotasi pada tingkat pendapatan, pendidikan, jenis pekerjaan, pengalaman, agama dan keturunan.³⁶

³⁶ Dimiyati, *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis*, 61.

c. Segmentasi Psikografis

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melakukan segmentasi pasar berdasarkan pada kesamaan hobi dan minat yang terwujud dalam berbagai komunitas atau perkumpulan masyarakat Kalimantan Selatan. Pendekatan ini didasari pemahaman bahwa komunitas-komunitas ini merupakan saluran syiar (penyebaran informasi) yang efektif untuk menawarkan paket umrah secara lebih luas dan cepat, dibandingkan dengan pendekatan perorangan yang cenderung lebih lambat dalam penyebarannya.

Segmentasi psikografi yaitu pembeli dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan status sosial (pemimpin, pendidik, kelas atas, kelas menengah, kelas bawah, dan lainnya), gaya hidup (modern, tradisional, kuno, boros, hemat, mewah dan lainnya), kepribadian (penggemar, pecandu, pemerhati suatu produk dan lainnya),³⁷ hobi dan ketertarikan.³⁸

d. Segmentasi Perilaku

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan menerapkan segmentasi perilaku dengan mengidentifikasi kebiasaan-kebiasaan tertentu calon jemaah umrah. Pengamatan ini menunjukkan bahwa kebiasaan tersebut memengaruhi pemilihan paket umrah. Selain itu, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan juga melakukan segmentasi

³⁷ Dimiyati, 61.

³⁸ Winarso, *Manajemen Pemasaran*, 62.

berdasarkan situasi dan kondisi calon jemaah. Ini didasari oleh pengamatan aktif terhadap permasalahan di pasar umrah, khususnya kendala seperti keterbatasan biaya. Dengan memahami berbagai kondisi dari calon jemaah, PT. Samira Ali Wisata dapat menyesuaikan penawaran paket umrah mereka agar lebih relevan dan dapat diakses. Jadi, segmentasi perilaku yang dilakukan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan berdasarkan pada pola perilaku kebiasaan dan kondisi calon jemaah.

Segmentasi tingkah laku atau perilaku, yaitu mengelompokkan pembeli berdasarkan pada pengetahuan, sikap, penggunaan atau reaksi mereka terhadap suatu produk,³⁹ manfaat yang dicari, situasi, kondisi, dan sensitivitas harga.⁴⁰ Biasanya, segmentasi jenis ini berkaitan erat dengan keputusan pembelian konsumen.⁴¹

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan telah melakukan proses pembagian kelompok calon jemaah ke dalam segmen-segmen pada variabel yang mempunyai kesamaan yang dilihat dari segi geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Pembagian ini dilakukan untuk menyesuaikan karakteristik dan keinginan spesifik dari calon jemaah yang ada di pasar umrah. Selaras dengan yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong bahwa segmentasi pasar

³⁹ Dimiyati, *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Yang Dinamis*, 62.

⁴⁰ Ulufiah, "Perubahan Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Pada Pemasaran Produk Umrah PT Arofahmina Cabang Tulungagung," 44.

⁴¹ Andrian, dkk, *Manaj. Pemasar.*, 22.

merupakan proses identifikasi dalam mengelompokkan pasar yang beragam menjadi kelompok-kelompok pasar yang lebih kecil dan memiliki karakteristik serupa.⁴² Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Pride dan Ferrell bahwa segmentasi pasar adalah sebuah cara untuk memecah pasar menjadi beberapa kelompok konsumen yang potensial dan spesifik. Pembagian ini didasarkan pada kesamaan kebutuhan dan karakteristik di antara para pelanggan dalam setiap kelompok tersebut.⁴³

2. Strategi *Targeting*

Setelah berhasil membagi pasar ke dalam segmen-segmen yang jelas, langkah selanjutnya yang tak terpisahkan adalah menentukan target pasar.⁴⁴ Proses ini melibatkan evaluasi potensi setiap segmen dan memastikan keselarasan segmen dengan kemampuan serta sumber daya perusahaan.⁴⁵ Penentuan target pasar ini sangat penting karena perusahaan tidak dapat melayani seluruh konsumen atau pembeli yang ada di pasar. Dengan banyaknya konsumen yang memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda-beda, perusahaan perlu mengidentifikasi dan memilih segmen mana yang akan dilayani sebagai target pasarnya.⁴⁶

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa *targeting* PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan secara wilayah meliputi Banjarmasin,

⁴² Erina Alimin, dkk, *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern* (Mataram: Seval Literindo Kreasi, 2022), 85.

⁴³ Andrian, dkk, *Manajemen Pemasaran*, 22.

⁴⁴ Marpudin, *Strategi Pemasaran Jasa Haji & Umrah: Pendekatan Teori Dan Praktik*, 153.

⁴⁵ Ulufiah, "Perubahan Strategi *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Pada Pemasaran Produk Umrah PT Arofahmina Cabang Tulungagung," 136.

⁴⁶ Widi Winarso dan Mulyadi, *Manajemen Pemasaran* (Bekasi: Pena Persada, 2022), 64.

Batulicin, Amuntai, dan Kandangan, baik itu dikota dan pedesaan. Proses penentuan pasar sasaran wilayah didasari pada jemaah sebelumnya yang lebih banyak menggunakan layanan PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Sehingga hal tersebut menjadi bahan untuk menentukan target wilayah dalam memasarkan produk paket umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Lalu target selanjutnya yang menjadi fokus layanan umrah PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan adalah calon jemaah dengan pendapatan menengah ke bawah, pendapatan menengah, dan pendapatan menengah ke atas. Dalam proses menentukan target tersebut, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan melihat adanya perbedaan dari segi pendapatan. Karena umrah ini adalah ibadah, maka tidak ada pengecualian atau pembatasan dari segi pendapatan untuk menikmati layanan umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Selain itu, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan membidik komunitas atau perkumpulan ibu-ibu untuk memasarkan dan menawarkan produk paket umrahnya. PT. Samira Ali Wisata melihat komunitas atau perkumpulan ini ada karena berkumpulnya masyarakat yang mempunyai kesamaan dari segi hobi ataupun minat. Salah satunya bentuknya adalah komunitas atau perkumpulan ibu-ibu. Ikatan sosial dalam komunitas ibu-ibu sangatlah kuat, sehingga rekomendasi dan informasi dari anggota komunitas ke komunitas atau masyarakat lain bisa tersebar dengan cepat. Hal itulah yang membuat komunitas atau perkumpulan ibu-ibu menjadi tempat yang baik bagi

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan untuk memasarkan paket umrah.

Dari segi paketnya, untuk paket yang lebih murah harganya seperti paket safara (hemat) diperuntukkan dan ditawarkan kepada masyarakat pedesaan dan pendapatan ke bawah. Paket safawi (reguler) diperuntukkan pada masyarakat pendapatan menengah. Sedangkan untuk paket yang harganya lebih mahal seperti paket sukari (VIP) dan majol (VVIP) diperuntukkan dan ditawarkan kepada masyarakat yang ada di kota dan calon jemaah yang mempunyai pendapatan menengah ke atas.

Proses *targeting* yang ditentukan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan sejalan dengan teori Tjiptono dan Chandra yang menyatakan bahwa *targeting* adalah proses memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dianggap memiliki potensi dan daya tarik yang tinggi.⁴⁷ Yang dalam hal ini PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan menilai bahwa pasar sasaran yang sudah dipilih mempunyai potensi dan daya tarik serta cakupannya luas di dalam pasar umrah Kalimantan Selatan. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Rhenald Kasali bahwa hasil dari *targeting* adalah pasar sasaran, yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus utama dalam kegiatan-kegiatan pemasaran.⁴⁸

Strategi target pasar yang diterapkan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan adalah strategi pasar target terdeferensiasi (*differentiated*

⁴⁷ Iskandar, “*Destination Branding: Pendekatan Segmentation, Targetting, dan Positioning Dalam Perancangan Media Wisata Bahari Tlocor Sidoarjo*,” 170.

⁴⁸ Karamoy, “Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KPR BNI Griya,” 564.

marketing) yang digunakan perusahaan untuk menargetkan beberapa segmen pasar dan mendesain tawaran yang terpisah kepada setiap segmen pasar.⁴⁹

3. Strategi *Positioning*

Setelah pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang jelas dan target pasar telah ditentukan, langkah selanjutnya adalah menemukan ide-ide *positioning* yang memungkinkan, kemudian memilih, mengembangkan, dan menyampaikan ide *positioning* tersebut.⁵⁰

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tika Novi Aliyanti, dijelaskan *positioning* merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam merancang produk-produknya agar mampu menanamkan kesan dan citra positif di benak konsumen sesuai yang diharapkan.⁵¹

Berdasarkan temuan hasil penelitian, bahwa *positioning* PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dalam menanamkan citra dari produk paket umrahnya ke benak calon jemaah adalah dengan menggunakan 5 Pasti Umrah (pasti berizin, pasti jadwalnya, pasti terbangnya, pasti hotelnya, pasti visanya), program “umrah dulu bayar belakangan”, dan dari segi pelayanan.

a. *Positioning* dari 5 Pasti Umrah

5 Pasti Umrah mencakup kepastian izin, jadwal keberangkatan, penerbangan, akomodasi hotel, dan visa. PT. Samira Ali Wisata hadir sebagai penyelenggara perjalanan umrah yang menekankan keandalan dan kepastian di setiap detail layanannya. Semua ini adalah jawaban dari

⁴⁹ Suhartini, dkk, *Manajemen Pemasaran Perusahaan*, 94.

⁵⁰ Marpudin, *Strategi Pemasaran Jasa Haji & Umrah: Pendekatan Teori Dan Praktik*, 154.

⁵¹ Aliyanti, “Implementasi Strategi STP (Segmentasi, *Targeting*, *Positioning*) Di PT. Mina Wisata Islami Surabaya,” 104.

permasalahan tentang ketidakpastian dalam layanan umrah. Dengan demikian, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dikenal sebagai penyedia layanan umrah yang selalu memberikan kepastian dan menghindari ketidakpastian untuk jemaahnya.

Positioning 5 Pasti Umrah masuk pada posisi menurut pesaing (*competitors positioning*). PT. Samira Ali Wisata menempatkan 5 Pasti umrah sebagai nilai yang lebih unggul dibandingkan kompetitor.⁵² Strategi *positioning* ini muncul sebagai respons terhadap kondisi di lapangan, di mana masih terdapat biro perjalanan umrah yang belum mampu memberikan kepastian terhadap waktu keberangkatan dan hotel yang dijanjikan. Oleh karena itu, PT. Samira Ali Wisata mengambil posisi tegas untuk menghadirkan pelayanan yang dapat diandalkan dan terjamin kepastiannya, sebagai bentuk pembeda sekaligus keunggulan kompetitif dibandingkan biro perjalanan umrah lainnya.

b. *Positioning* dari Program “Umrah Dulu Bayar Belakangan”

Program "Umrah Dulu Bayar Belakangan" hadir sebagai solusi bagi calon jemaah yang menghadapi kendala biaya untuk menunaikan ibadah umrah. Dalam pelaksanaannya, biaya penuh umrah dibayarkan setelah jemaah berangkat umrah. Skema pembayaran yang fleksibel ini tidak hanya memberikan kemudahan akses terhadap layanan umrah, tetapi juga memperluas jangkauan pasar PT. Samira Ali Wisata cabang

⁵² Precylia Cyndi Kembuan, Lisbeth Mananeke, “Analisis Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning* Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance TBK Cabang Manado,” 856.

Kalimantan Selatan ke berbagai lapisan masyarakat. Inisiatif ini mencerminkan komitmen PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dalam memahami dan menjawab kebutuhan riil calon jemaah, serta memperkuat citra sebagai biro perjalanan yang inklusif dan responsif terhadap tantangan ekonomi.

Positioning program ini termasuk dalam posisi menurut pesaing (*competitors positioning*). PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan menempatkan program “umrah dulu bayar belakangan” sebagai produk yang lebih unggul dibandingkan kompetitor.⁵³ PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan secara strategis menempatkan diri sebagai biro perjalanan yang unggul dengan menawarkan kelebihan yang belum tentu dimiliki oleh kompetitor. Di tengah persaingan yang ketat antar penyelenggara umrah, banyak biro perjalanan masih menerapkan sistem pembayaran penuh di awal, yang menjadi hambatan bagi sebagian masyarakat. Dengan menawarkan alternatif pembayaran setelah keberangkatan, PT. Samira Ali Wisata berhasil menanamkan diferensiasi produk yang lebih unggul dibandingkan pesaing.

c. *Positioning* dari Segi Layanan

PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan memastikan pelayanan dan pendampingan menyeluruh bagi calon jemaah, mulai dari tahapan awal pendaftaran, dilanjutkan dengan proses pemberkasan yang

⁵³ Precylia Cyndi Kembuan, Lisbeth Mananeke, “Analisis Segmentasi, *Targeting* Dan *Positioning* Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk Cabang Manado,” 856.

sistematis, pelaksanaan keberangkatan, seluruh rangkaian perjalanan ibadah umrah, termasuk pendampingan dan pengurusan selama berada di Mekkah dan Madinah hingga kepulangan dari Tanah Suci, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dan dilayani oleh *Tour Leader* dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Penyelenggaraan layanan yang komprehensif dalam setiap aspek perjalanan ini secara jelas menempatkan *positioning* PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan pada posisi menurut layanan (*service positioning*). Posisi menurut layanan merupakan strategi yang di mana perusahaan memposisikan dirinya berdasarkan kualitas layanan yang diberikan kepada calon jemaah.⁵⁴ Dalam hal ini, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan secara strategis memanfaatkan pendekatan *service positioning* untuk menanamkan citra sebagai biro perjalanan umrah yang tidak hanya menjual paket ibadah, tetapi juga memberikan layanan total yang menyeluruh kepada jemaahnya. Melalui pendampingan intensif sejak proses awal hingga rangkaian ibadah selesai. Strategi ini memberikan nilai lebih yang membedakan PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan dari biro perjalanan lain yang mungkin hanya berfokus pada aspek keberangkatan semata tanpa memberikan layanan menyeluruh. Hal ini membentuk persepsi kuat bahwa kualitas layanan menjadi

⁵⁴ Kiki, "Faktor-Faktor *Positioning* Yang Dipertimbangkan Dalam Memilih Produk Mayang *Collection* (Studi Pada Konsumen Mayang *Collection* Malang)," 24.

keunggulan yang ditawarkan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan kepada calon jemaah.

Dalam setiap upaya promosi dan pemasaran paket umrah kepada calon jemaah, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan secara konsisten menyampaikan dan mengedukasi mengenai konsep-konsep *positioning* yang diterapkan sebagai bentuk keunggulan dan sesuatu yang khas dari mereka. Strategi komunikasi ini bertujuan untuk menanamkan pemahaman yang jelas di benak calon jemaah mengenai nilai yang khas dan janji yang ditawarkan oleh PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan. Dengan mengartikulasikan secara efektif bagaimana layanan mereka berbeda dan memberikan manfaat spesifik, PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan berupaya membangun persepsi yang kuat dan menarik, yang pada akhirnya mendorong keputusan calon jemaah untuk memilih paket umrah dari PT. Samira Ali Wisata cabang Kalimantan Selatan.

Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono bahwa *positioning* itu adalah usaha untuk membangun dan mengkomunikasikan fungsi istimewa dari produk yang dipasarkan. *Positioning* berhubungan dengan upaya mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengkomunikasikan keunggulan unik agar produk perusahaan dipandang lebih unggul dan berbeda ketika dibandingkan dengan produk dari kompetitor.⁵⁵ Selaras juga dengan yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller bahwa *positioning* merupakan serangkaian tindakan untuk membentuk

⁵⁵ Halim, *Manaj. Pemasar. Jasa*, 44.

penawaran dan citra perusahaan agar memiliki kedudukan yang khas (dibandingkan pesaing) dalam pikiran pelanggan target.⁵⁶

⁵⁶ Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 61.