BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Umrah berasal dari bahasa Arab yaitu *الاعتمر* yang bermaksud *الزيارة* berpergian. Dan arti umroh dalam istilah dalam fikih disebut berangkat pergi kerumah Allah di dunia, dengan alasan menjalankan ibadah umrah, diantaranya yang dilakukan disana berupa sa'i dan tawaf. Sering dikenal dengan makna lain adalah berkunjung atau menghampiri baitullah dengan melaksanakan ibadah umrah yang tentunya sesuai dengan syarat yang ditentukan dalam Iagama Islam.¹

Ibadah umrah memang maknanya tidak terlalu berbeda dari ibadah haji, yang menjadi pembeda dari keduanya adalah beberapa cara pelaksanaannya. Walaupun berbagai cara digunakan, tujuannya sama: pergi ke tanah suci dan beribadah di sana.. Umrah adalah ibadah dalam Islam yang dilakukan di Kota Mekah, Arab Saudi, dengan melakukan beberapa ritual seperti:

1. Tawaf : mengelilingi Ka'bah dan sebanyak 7 kali.
2. Sa'i : Diantara bukit Marwah dan Bukit Shafa melakukan lari kecil sebanyak 7 kali lari-lari.
3. Memangkas rambut: sesudah menyelesaikan ritual Sa'i, jemaah akan bercukur atau memotong rambut sebagai tanda penyucian.

¹ <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-umrah-hukum-dan-tata-caranya-20rTH5339Ua>

Adapun dalil tentang umroh dan haji seperti :

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ

"Dan sempurnakanlah haji dan umrah karena Allah..."

(QS. Al-Baqarah: 196).

"الْعُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَفَّارَةٌ لِمَا بَيْنَهُمَا، وَالْحَجُّ الْمَبْرُورُ لَيْسَ لَهُ جَزَاءٌ إِلَّا الْجَنَّةُ"

“Umrah ke umrah berikutnya menjadi penghapus dosa di antara keduanya.

Dan haji yang mabrur tidak ada balasan yang layak baginya selain surga.”

(HR. Bukhari dan Muslim).

"بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ... وَحَجِّ الْبَيْتِ"

"Islam dibangun atas lima perkara... dan haji ke Baitullah."

(HR. Bukhari dan Muslim).

Umrah bisa kapan saja diterapkan dalam perbulan atau pertahun, sangat berbeda dengan haji yang hanya bisa dilakukan pada waktu tertentu. Umrah dianggap sebagai ibadah sunnah, namun sangat dianjurkan kepada umat Muslim yang mampu dalam sektor perekonomian.

Salah satu ibadah Umat Islam yang ada didunia adalah melakukannya umrah. Salah satu ibadah yang mirip dengan ibadah Umrah yaitu Ibadah Haji, hal yang mencolok menjadi pembeda diantara keduanya adalah pada saat waktu pelaksanaannya. Meskipun walaupun waktu pelaksanaannya berbeda namun hal yang dilakukan dari keduanya sama yaitu pergi ke tanah suci di negeri Arab. Ibadah umrah yang bisa dilakukan

kapan saja menjadi beberapa alasan seseorang karena biayanya yang lebih terjangkau daripada ibadah haji dan bisa dilakukan kapan saja karena ibadah haji memerlukan waktu yang sangat lama dan dengan biaya yang lebih tinggi daripada ibadah umrah. Berikut hal-hal yang membatalkan haji dan umroh batal apabila melakukan kegiatan sebagai berikut:

1. Berhubungan Suami Isteri Apabila sebelum lempar jumrah Aqabah, jika dikerjakan sesudah melempar jumrah Aqabah dan sebelum Tawaf Ifadah hajinya tak batal walau berdosa. Beberapa ulama berpendapat bahwasannya hubungan suami isteri tidak membatalkan haji sebab tidak ada ayat maupun dalil yang jelas tentang hal ini.
2. Menyepelekan atau tidak mengerjakan salah satu rukun baik haji atau umroh Apabila seorang haji tidak sah atau batal sebab salah satu dari kedua perkara di atas, maka hajinya harus diulang di tahun berikutnya jika dia mampu.

Umrah merupakan ibadah dalam Islam yang dilaksanakan orang yang memiliki kemampuan melaksanakannya. Pada setiap ibadah yang dilakukan, seseorang selalu berharap bisa menjadi lebih baik lagi dengan melakukan segala perintah Allah Swt dan meninggalkan segala larangan-Nya. Salah satu pedoman umat Muslim yaitu adalah Al-Quran dan hadis dalam melaksanakan sebuah ibadah dan menjauhi segala larangan, di antaranya adalah ibadah umrah ke Baitullah.

Ibadah umrah hampir sama dengan ibadah haji, hanya saja yang membedakan dari keduanya adalah pada saat waktu pelaksanaannya. Meskipun waktu pelaksanaannya berbeda namun hal yang dilakukan dari keduanya sama

yaitu pergi ke tanah suci di negeri Arab. Ibadah umrah yang bisa dilakukan kapan saja menjadi beberapa alasan seseorang karena biayanya yang lebih terjangkau daripada ibadah haji dan bisa dilakukan kapan saja karena ibadah haji memerlukan waktu yang sangat lama dan dengan biaya yang lebih tinggi daripada ibadah umrah..

Travel umroh dan haji adalah jasa atau layanan untuk jemaah yang ingin melaksanakan ibadah umroh maupun haji, biasanya disebut sebagai Biro Perjalanan umroh dan haji. Travel ini dengan tujuan memberikan arahan dan binaan kepada jemaahnya, pelayanan, dan perlindungan kepada jemaah.² Hal umum yang dilakukan oleh tim pemasaran salah satunya adalah promosi, banyak hal yang didapatkan dari promosi dan juga tidak hanya komunikasi antara pihak travel dan konsumen, melainkan untuk memberikan hasutan dan kepercayaan dan memberikan pemaparan sejujur jujurnya dengan pelayanan yang mereka miliki.

Tingginya persaingan perusahaan Travel umroh dan haji sangat tinggi di Kalimantan Selatan dalam hal berburu jemaah haji dan umrah. Secara data ada 39 Travel umroh dan haji yang tercatat atau yang terdaftar pada Pemerintahan dan lebih tepatnya kemenag di Kalimantan Selatan.³ banyak pengusaha yang meminati usaha bisnis travel haji dan umrah, oleh karena itu pentingnya travel umroh dan haji tentunya memiliki strategi pemasaran yang tidak lain adalah

² Karina Putrid an muji astutu, *usulan model perhitungan harga pkpk jasa pada industry tour & Travel*, Jakarta:STIMIK ESQ 2018

³ <https://banjarmasinpostwiki.tribunnews.com/2020/01/04/inilah-9-travel-umrah-resmi-yang-terdaftar-di-kemenag-kalsel--hingga-tahun-2017-page=all>.

untuk memikat para calon jemaah haji dan umrah, banyaknya minat dari kalangan warga dalam ibadah umrah karena harganya yang terjangkau menjadi ladang bisnis yang sangat efektif. Para pengurus tentunya memberikan arahan, pembinaan, membimbing, dan menghimpun para jemaah umrah, pelayanan yang diberikan tentunya profesional tanpa memandang suatu golongan berbeda..

PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin merupakan perusahaan travel Haji dan Umroh yang beralamatkan di Jl. Kp. Melayu Darat No.115, RT.10, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Menurut Yanuar Rachman selaku staff Manager Keuangan yang bekerja pada PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Banjarmasin, pemasaran yang dilakukan oleh travel umrah dan haji ini tidak menggunakan testimoni dalam media sosial (Instagram, YouTube, dan sebagainya), ditinjau pada masa sekarang orang-orang lebih banyak menyerap informasi pemasaran melalui media sosial, tetapi berbeda dengan PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin yang meyakini bahwa tidak perlu melakukan pemasaran melalui media sosial. Namun, jemaah yang terdaftar pada biro tersebut selalu konsisten, setiap satu tahun ada tiga kali keberangkatan (kecuali masa Covid-19) dengan jumlah jemaah sebanyak 30 orang dalam satu kali keberangkatan.

Kekonsistenan PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin dalam memberangkatkan jemaah umroh ini menarik untuk digali. Sebab pemasaran melalui media sosial yang biasa menjadi sarana dalam menarik jemaah, PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin justru memilih untuk tidak

menggunakannya. Namun, hal itu tidak mengurangi eksistensi keberadaan PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin bagi masyarakat yang hendak menggunakan jasanya. Penggunaan strategi tepat dan diimbangi dengan pelayanan-pelayanan yang bagus dari awal pendaftaran hingga kembalinya jamaah menjadi modal utama PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin dalam meraih kepercayaan masyarakat sekitar.

Demikian dari hasil latar belakang ini, penulis berusaha untuk menganalisis dengan melakukan penelitian khusus pada umroh PT. Cahaya Madinah Mandiri cabang Banjarmasin dalam rangka mengetahui lebih lanjut perihal strategi pemasaran pada PT. Cahaya Madinah Mandiri cabang Banjarmasin tentang bagaimana pengaruh strategi marketing terhadap pemberdayaan jumlah para jamaah. Dengan ini maka peneliti akan melakukan penelitian yang judul **“Strategi Bauran Pemasaran Biro Jasa Umroh Pada PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana dampak dari strategi bauran pemasaran PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin terhadap peningkatan jumlah jamaah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan utama dari penelitian ini, sebagaimana yang dirumuskan pada masalah diatas yang dicantumkan, adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan PT. Cahaya Madinah Mandiri cabang Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui dampak strategi bauran pemasaran yang dilakukan PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin terhadap peningkatan jumlah jamaah.

D. Signifikansi Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan akan ada keuntungan di masa depan, seperti :

1. Manfaat Teoritis

Besar harapan semoga penelitian ini sangat bermanfaat untuk kita semua dan dapat menambah ilmu edukasi tentang manajemen dakwah, terutama dengan menganalisis aspek manajemen pada pemasaran travel haji dan umroh.

2. Manfaat Praktis

Selain itu, diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, di antaranya adalah :

- a. Bagi peneliti

Untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan tentang menghimpun dan mengatur maupun manajemen pengelolaan marketing pada Travel Umrah dan Haji.

b. Bagi Organisasi maupun lembaga

Sebagai sumber evaluasi untuk meningkatkan manajemen pemasaran dan sebagai sumber informasi tambahan tentang travel haji dan umrah untuk membantu organisasi terkait berkembang.

E. Definisi Operasional

Demi menghindari berbagai kesalah pahaman terkait penelitian terkait judul, penulis akan menjelaskan beberapa istilah dari judul penelitian ini.:

1. Strategi

Strategi adalah rencana untuk memanfaatkan peluang dengan sebaik-baiknya. Studi ini mengkaji strategi bauran pemasaran PT. Cahaya Madinah Mandiri cabang Banjarmasin. dengan menggunakan strategi pengembangan seperti pembuatan produk, strategi penetapan harga, dan kegiatan promosi.

2. Bauran Pemasaran

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran yang melibatkan produk, harga, tempat, promosi, orang, bentuk fisik. Tujuan dari strategi pemasaran ini adalah untuk menarik pelanggan jemaah untuk menggunakan layanan PT. Cahaya Madinah Mandiri cabang Banjarmasin dan menjadikan travel tersebut sebagai travel yang terpercaya.

3. Produk Jasa

Produk Jasa Dalam dunia bisnis, produk bisa berupa barang atau jasa yang menjadi objek transaksi jual beli. Dari perspektif pemasaran, produk adalah segala sesuatu yang diperkenalkan ke pasar dan memiliki kemampuan untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Sementara itu, jasa didefinisikan sebagai upaya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dari pengertian diatas, produk jasa adalah sesuatu yang disediakan oleh sebuah perusahaan untuk diberikan kepada konsumen. Pada penelitian ini, produk jasa yang akan dibahas adalah produk umrah yang disediakan oleh PT. Cahaya Madinah Mandiri Kota Banjarmasin.

F. Penelitian Terdahulu

Peneliti berusaha untuk menghindari plagiasi dalam penelitian ini, jadi penulis akan membahas penelitian sebelumnya, agar dapat dipahami perbedaan antar penelitian. Beberapa penelitian tersebut antara lain:

1. Skripsi berjudul Manajemen Pemasaran Travel Haji dan Umrah di PT.

Wahdan Salsabila Tulungagung, oleh Yunita, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Satu Tulungagung tahun 2020. Pada skripsi tersebut menjelaskan tentang Bagaimana PT. Wahdan Salsabila Tulungagung melakukan pemasaran kepada jamaah haji dan umrah, serta faktor pendukung dan penghambatnya. Sebagai hasilnya, PT. Wahdan Salsabila Menggunakan Sumber komunikasi seperti Tiktok dan media sosial lainnya. Kemudian faktor pendukung yang mempengaruhi

perkembangan PT. Wahdan Salsabila adalah kekuatan dalam program solusi bagi calon jamaah, dan memiliki peluang karena perkembangan kebutuhan pasar. Kekurangan produk menjadi faktor penghambat karena keduanya menawarkan jasa perjalanan haji dan umroh, selain itu kelemahan dari PT. Wahdan Sabilana, travel baru berdiri, dan banyaknya travel pesaing yang menawarkan harga murah.⁴

2. Skripsi berikutnya ditulis oleh Muhammad Alfarisi, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2019, dengan judul Pengelolaan Manajemen Marketing Travel Umrah dan Haji PT. Bimalyndo Hajar Aswad Kota Pekanbaru. Penelitian ini berfokus pada strategi pengelolaan marketing PT. Bimalyndo Hajar Aswad Kota Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bagaimana produk dijual kepada jemaah, bagaimana harga ditetapkan berdasarkan kualitas paket perjalanan, bagaimana promosi dilakukan dengan berkunjung sembari membagikan brosur, menggunakan sosial media, sebagaimana pelayanan perjalanan digambarkan dan dijelaskan secara langsung, dan bagaimana berkolaborasi kepada berbagai pihak untuk bekerjasama dalam hal memudahkan pendaftaran para calon jemaah, memberikan pelatihan karyawan, dan memberikan bukti fisik dengan melihat testim.
3. Selanjutnya, Ileh Elham, mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, menyelesaikan

⁴ Yuninta, "Manajemen Pemasaran Biro Haji dan Umrah di Travel PT. Wahdan Sabilana Banjarmasin", *Skripsi*, (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin, 2019), 67-74

skripsi tahun 2022 berjudul Manajemen dan Pengelolaan Marketing Biro Jasa Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Daya Saing di KBIH An-Namirah Bandar Lampung. Studi ini menunjukkan bahwa manajemen pemasaran KBIH An-Namirah Malang bisa dikatakan sukses karena pihak pengelola sangat benar-benar dalam hal memanfaatkan manajemen perencanaan dan marketing pemasaran, pengorganisasian, serta pengawasan, yang membuatnya kompetitif dengan perusahaan travel haji dan umrah lainnya.

Dari beberapa penelitian yang dilakukan rata-rata objek penelitian yang dibahas berfokus pada manajemen pemasaran, tetapi perbedaan ada pada rumusan permasalahan yang kedua dan dari tiap-tiap penelitian sedikit banyaknya memiliki perbedaan dari segi objek. Adapun dari segi subjek ataupun tempat penelitian tentu sangat berbeda pada setiap penelitian, ini dikarenakan peneliti meyakini bahwa setiap biro travel memiliki daya dan upaya tersendiri dalam produknya.

G. Sistematika Penelitian

Bab I : Pendahuluan

Bab ini mengawali penelitian dengan menguraikan latar belakang masalah yang mendasari studi. Selain itu, rumusan masalah akan disajikan disini untuk membatasi ruang lingkup pembahasan agar tetap fokus. Tujuan penelitian akan dijelaskan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, sedangkan signifikansinya peneliti akan memaparkan manfaat yang

diharapkan dari hasil studi ini. Bagian terakhir bab ini adalah sistematik penulisan, yang menjelaskan urutan pembahasan dalam menyelesaikan penelitian.

Bab II : kajian teori dan kerangka berfikir

Bab ini akan mendalami berbagai teori terkait penelitian strategi bauran pemasaran biro jasa umroh

Bab III : metode penelitian

Bab ini menguraikan metode penelitian, mencakup pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

Bab IV : hasil penelitian dan pembahasan

Bab ini akan menyajikan hasil penelitian dan pembahasannya

Bab V : penutup

Bab terakhir ini akan berisi simpulan dari penelitian serta rekomendasi yang relevan