

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia dengan penduduk muslim terbesar di dunia, kepariwisataan bernuansa Islam telah berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan umat akan pelayanan profesional dibidang penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah. Menunaikan Ibadah Haji adalah salah satu dari rukun islam dan setiap umat muslim menginginkan tercapainya kesempurnaan dalam beribadah dengan menjalankan perintah-perintah allah dan menjauhi larangan-Nya, al-Qur'an dan Al-Hadist adalah pegangan bagi umat muslim yang di dalamnya terdapat perintah dan larangannya yang harus di jalankan oleh umat muslim salah satunya adalah rukun islam dan rukun iman menjadi amalan yang harus di laksanakan.

Kegiatan ibadah haji dan umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam melaksanakannya yaitu, standar pelaksanaannya saat masih di tanah air banyak aspek penting yang harus di perhatikan pembinaanya seperti dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran ONH ke bank, pengurusan dokumen haji dan umrah, pemeriksa kesehatan calon jamaah), bimbingan manasik, materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan, penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah haji dan umrah di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, serta kesehatan.

Umroh merupakan ibadah sunnah yang biasa dilaksanakan oleh umat Islam dimana kegiatannya hamper sama dengan ibadah haji hanya saja umroh bisa

dilakukan kapan saja berbeda dengan ibadah haji yang hanya bisa dilakukan pada bulan dzulhijah. Ibadah umroh merupakan ibadah yang dianjurkan oleh Allah SWT berdasarkan ayat yang terdapat dalam al-Quran.¹

Telah dijelaskan pula dalam al-quran surah Al-Baqarah Ayat 158 Allah berfirman :

إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya Shafaa dan Marwa adalah sebahagian dari syi'ar Allah maka Barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau berumrah maka tidak ada dosa baginya mengerjakan sa'i antara keduanya. dan Barang siapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, Maka Sesungguhnya Allah Maha Mensyukuri kebaikan lagi Maha mengetahui.²

Dari ayat tersebut tanda-tanda syariat Islam yang nyata dengan memahami sesungguhnya dua bukit yang dikenal dengan nama safa dan marwah berada di dekat Ka'bah. Maka siapa yang pergi ke tanah suci untuk menunaikan ibadah haji atau umroh tidak ada dosa baginya. Tidak ada dosa dimaksud dengan menentramkan hati sebagian orang Islam yang sedang melaksanakan sai disana karena dianggap itu adalah bagian dari ritual jahiliah.

Haji dan umrah merupakan salah satu ibadah yang diwajibkan atas setiap muslim yang mampu. Karena haji merupakan kewajiban, maka setiap orang mampu apabila tidak melakukannya ia berdosa dan apabila dilakukan dia mendapat pahala. Haji dan umrah hanya diwajibkan sekali seumur hidup. Ini berarti bahwa seseorang telah melakukan haji yang pertama, maka selesailah

¹ M.Maftuh Basyuni, *Reformasi Manajemen Haji dan Umroh*, (Jakarta: FDK Press, 2008), h.1.

² Al-qur'an surat Al-Baqarah ayat 158 *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Departemen Agama RI, Proyek pengadaan kitab suci al-qur'an, Jakarta, h.24.

kewajibannya. Haji dan umrah yang berikutnya merupakan ibadah sunnah.

Menunaikan ibadah haji adalah salah satu dari kelima rukun islam yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada orang – orang yang mampu menunaikannya yang memiliki kesanggupan biaya serta sehat jasmani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut. Kewajiban haji dan umrah hanya sekali seumur hidup dan setiap umat muslim menginginkan tercapainya kesempurnaan dalam beribadah dengan menjalankan perintah – perintah allah dan menjauhi segala larangan-Nya.

Haji pada hakikatnya merupakan sarana dan media umat islam dari seluruh dunia untuk melaksanakan ibadah ke baitullah dan tanah suci setiap tahun. Dan ibadah umrah pada hakikatnya menjadi sarana dan media bagi kaum muslimin untuk beribadah ke tanah suci setiap saat dan waktu. Karna pada saat itu kaum muslimin datang dan menziarahi ka'bah untuk melakukan ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Dinamika penyelenggaraan ibadah haji selalu menjadi topik pembicaraan hangat dikalangan masyarakat. Hal ini karena tuntutan publik di era reformasi dan keterbukaan dan juga kenyataan bahwa haji bukan hanya rutinitas tahunan yang menjadi kewajiban umat islam dalam menyempurnakan rukun Islam yang kelima, tetapi lebih dari itu ditingkatkan *system* dan mekanisme penyelenggaraan haji itu sendiri. Dinamika tersebut sudah selayaknya ditanggapi secara proporsional oleh pemerintah atau lembaga terkait untuk memberi solusi sehingga penyelenggara haji akan lebih professional sesuai dengan harapan masyarakat.

Namun penyelenggaraan ibadah haji turut mempengaruhi kualitas pemberian pelayanan dan perlindungan pada jamaah. Agar tujuan ibadah haji dan umrah selalu sukses dan mencapai target yang ingin di capai, maka perlu adanya strategi *marketing mix*, baik dalam bidang pelayanan, penyuluhan dan bimbingan, manasik dan sebagainya. Sehingga apa yang menjadi cita-cita jamaah dalam menunaikan ibadah haji dan umrah ini bisa di peroleh secara sempurna dan memuaskan.³

UU No.13 tahun 2008 pasal 43 bahwa “Perjalanan Ibadah umroh dapat dilakukan secara perseorangan atau rombongan melalui penyelenggara perjalanan ibadah umroh. Penyelenggara perjalanan ibadah Umroh dilakukan oleh pemerintah dan/biro perjalanan wisata yang ditetapkan oleh Menteri.⁴ Maka peluang inilah yang di lirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggara berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Semuanya berlomba-lomba menawarkan pembinaan, pelayanan dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda. Disinilah kemudian lembaga – lembaga itu mengambil peran.⁵

Banyaknya travel biro-biro perjalanan haji dan umrah yang ikut serta mengurus pelaksanaan ibadah haji dan umrah yang menimbulkan persaingan antara satu dengan lainnya, sehingga membuat para jamaah bingung mencari

³ Abdul Aziz dan Kustini. “*Ibadah Haji Dalam Sorotan Publik*”. (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan,2007). h.22

⁴ Departemen Agama RI, Undang-undang No.13 Tahun 2008,(Jakarta: Departemen Agama, 2008)

⁵ Almun Wakhida Candra, Renny Oktafia. “*Penerapan Manajemen Pelayanan Prima Untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah Di PT. Mabruro Sidoarjo*”. (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam 2021).h.10

lembaga mana yang baik dalam memberi pelayanan di segala bidang sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umrah bisa menuai hasil yang memuaskan

Menurut Siagian Strategi merupakan serangkaian keputusan atau tindakan mendasar yang disusun oleh manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.⁶

Strategi merupakan bagian dari kegiatan yang memiliki orientasi bisnis untuk meraih kesuksesan. Banyak perusahaan atau lembaga yang berhasil karena adanya strategi yang baik serta implementasi yang bagus.⁷ Adapun strategi yang dilakukan oleh PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel dengan cara mempersentasekan kualitas pelayanan apa saja yang di dapatkan oleh para calon jama'ah kepada masyarakat seperti di pengajian ataupun di suatu perkumpulan masyarakat lainnya. Dan banyak pula calon jama'ah mengetahui pelayanan mahabbah dari alumni jama'ah yang sangat antusias memberikan penjelasan pelayanan yang didapat selama berpergian menggunakan travel mahabbah.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan berarti perusahaan harus mampu memuaskan apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggannya melebihi apa yang diberikan pesaing, sedangkan meningkatkan pelanggan berarti perusahaan harus dapat menangkap setiap peluang yang ada melalui strategi pemasarannya untuk mendapatkan pelanggan baru.

⁶ Sondang Siagian, "*Manajemen Pemasaran*. (Bandung: Alfabete, 2007) h.21

⁷ Tria Ariyanti. "*Pengaruh Strategi Promosi Terhadap penjualan Produk Di PT. United Indo Surabaya*". (Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. 2014) h.10

Pemasaran merupakan proses pertukaran dan pengembangan hubungan dengan konsumen dengan cara mengamati secara cermat kebutuhan dan keinginan konsumen yang dilanjutkan dengan mengembangkan suatu produk (*product*) yang memuaskan kebutuhan konsumen dan menawarkan produk tersebut pada harga (*price*) tertentu serta mendistribusikannya agar tersedia ditempat-tempat (*place*) yang menjadi pasar bagi produk bersangkutan. Untuk itu perlu dilaksanakan suatu program promosi (*promotion*) atau komunikasi guna menciptakan kesadaran dan ketertarikan konsumen kepada produk bersangkutan. Seperti diketahui, strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secara tepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju atau *target market* dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang dalam situasi persaingan tertentu. Dalam strategi pemasaran ini, terdapat strategi acuan/bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam hal ini perusahaan sangat bergantung akan peningkatan penjualan melalui pemasaran. Harus disadari bagaimana elemen-elemen tersebut dapat dikombinasikan agar diperoleh suatu program pemasaran yang efektif.⁸

Dari pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan kegiatan analisis pada PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel sebagai penyelenggara umrah yang berdiri sejak tahun 2016. Mahabbah bergerak dalam dakwah, secara lisan dari mulut ke mulut dari jamaah satu ke jamaah lainnya. Dakwah umroh juga disampaikan di mushola atau masjid dan pengajian-pengajian. Mahabbah juga ikut bergerak mensosialisasikan dakwahnya melalui media cetak, contohnya

⁸ Muhammad Yusuf Sayudi, “*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Haji & Umrah Pada PT. NRATour & Travel Jakarta Selatan.*” (Jakarta, 2013), h.5

seperti brosur, poster, spanduk, dan banner. Serta juga mensosialisasikan melalui media elektronik baik *online* maupun *offline*, yaitu internet facebook, whatsapp, instagram, website radio, koran dan majalah.⁹

Mahabbah juga tetap mempererat silaturahmi dengan para alumni dan calon jamaah baru dengan membuat suatu kegiatan pengajian rutin yang dilaksanakan setiap bulan. Guna mensosialisasikan dakwahnya serta terjalin suatu kekeluargaan. Mahabbah juga banyak membantu masyarakat-masyarakat yang kategori ekonomi kurang mampu yang juga bermimpi ingin melaksanakan umroh dengan cara membentuk suatu kegiatan arisan umroh, dimana arisan ini sifatnya ber *Ta'awun* (saling tolong menolong, saling membantu, bekerjasama, saling mendukung) dalam kebaikan. Dengan cara atau metode tersebut calon jamaah hanya menyisihkan uang belanja sebesar 10 ribu rupiah setiap harinya atau sama dengan 300 ribu perbulannya. Dan juga kedepannya mahabbah akan lebih banyak lagi memperhatikan serta menjaring jamaah-jamaah, imam-imam serta nazir-nazir yang ada di masjid dan musholla yang kurang mampu untuk bisa di berangkatkan secara gratis oleh Mahabbah.

Perlengkapan-perengkapan diberikan kepada jamaah seperti koper, koper yang diberikan ada 3 jenis ada koper besar, koper sedang dan koper yang dibawa ke kabin. Lalu diberikan mukenah dan kain ihrom. Diberikan buku panduan bacaan doa-doa dan buku kegiatan selama berada di madinah dan mekkah. Diberikan *id card* sebagai tanda pengenalan selama berada di madinah dan mekkah dan tidak boleh dilepas. Dan selama disana menggunakan transportasi bus besar

⁹ Hasil wawancara Bapak Rois, tanggal 5 Mei 2021, di kantor mahabbah islamic.

full AC dan tempat tinggal dekat dengan masjidil haram dan masjid nabawi, hotel yang diberikan hotel bintang lima. Dipandu dan dibimbing sama muthowif dan muthowifah ke tempat-tempat bersejarah selama kegiatan. Makanan selama disana tidak bercampur dengan travel lain, makanan masakan Indonesia. Pulang nanti diberikan air zam-zam gratis dari pihak travel.

Jumlah jamaah Umrah PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel mulai dari tahun 2016 sampai dengan 2019.¹⁰

Tahun	Jumlah Jamaah	Durasi Perjalanan
2016	394 Jamaah	10 kali rute perjalanan
2017	244 Jamaah	8 kali rute perjalanan
2018	163 Jamaah	5 kali rute perjalanan
2019	166 Jamaah	5 kali rute perjalanan

Tabel 1.1 jumlah jamaah tahun 2016 sampai dengan 2019

“Sumber PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel”

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2016-2018 PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel mengalami penurunan dan durasi perjalanannya berkurang. pada tahun 2019 jumlah jamaah sempat naik walaupun tidak signifikan. Pada tahun 2016 sebanyak 10 kali pemberangkatan para jamaah, tahun 2017 sebanyak 8 kali pemberangkatan, tahun 2018 dan 2019 hanya sebanyak 5 kali rute perjalanan. Penurunan jamaah disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah bermunculan pesaing baru yang menawarkan harga lebih murah. Oleh sebab itu, PT Mahabbah Islamic Tour & Travel lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap calon jamaah lebih baik lagi.

¹⁰ PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel

Biro perjalanan haji dan umrah pada PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel salah satu lembaga biro perjalanan haji dan umroh khusus yang berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umroh serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah haji dan umroh, sehingga kenyamanan serta kepuasan jamaah terjamin dalam hal pelayanannya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai upaya dalam meningkatkan jumlah jamaah dalam menentukan suatu pilihan yang diinginkan dan secara langsung mengambil suatu keputusan tersebut dengan judul : **“ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMA’AH UMRAH PADA PT. MAHABBAH ISLAMIC TOUR & TRAVEL”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *marketing mix* umroh pada PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas agar pembahasan ini lebih terarah dan tidak melebar, penulis membatasi pada strategi marketing mix dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh pada PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel.

Strategi produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan oleh pihak travel kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Strategi harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk dan harga suatu jasa merupakan penentu bagi calon jamaah.

Strategi distribusi yaitu suatu keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana beroperasi dan stafnya akan ditempatkan.

Strategi promosi yaitu kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para konsumen untuk meningkatkan jumlah jamaah umroh. Untuk memenuhi harapan calon jamaah dengan berupa kenyamanan yang telah terpenuhi.

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian yaitu;

1. Untuk mengetahui strategi *marketing mix* umroh pada PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik yang tentunya berguna bagi semua pihak yang terkait dimana penelitian ini tentang manajemen pelayanan dalam meningkatkan minat calon jamaah di PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel.

Adapun manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat bagi penulis
 - a. Untuk memperoleh informasi terkait dalam strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh di PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel.

- b. Salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana Strata 1 (S1) Jurusan

2. Manfaat bagi Universitas

- a. Sebagai bahan informasi bagi pihak lain yang berminat dalam bidang manajemen dan bagi pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah bagi pengembangan ilmu pengetahuan di masa depan serta memberikan wawasan yang khususnya terkait tentang strategi marketing mix pada umumnya.

3. Manfaat bagi perusahaan

- a. Sebagai bahan masukan bagi PT. Mahabbah Islamic Tour & Travel dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah di masa yang akan datang.
- b. Sebagai bahan untuk meningkatkan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian strategi marketing mix yang efektif dan efisien pada suatu organisasi atau lembaga dalam mencapai suatu tujuan.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang diajukan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menerangkan tentang latar belakang, Rumusan masalah, Batasan masalah, Tujuan dan manfaat dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menerangkan tentang teori – teori tentang strategi marketing mix dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisa data dan teknik pengecekan keabsahan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas gambaran umum, hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi marketing mix dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah penutup dari penelitian, di dalamnya terdapat kesimpulan dan saran. Kesimpulan didapat dari seluruh rangkuman dari keseluruhan pembahasan hasil analisis kinerja pada penyusunan guna kepentingan riset – riset yang akan datang