

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah manajemen telah diartikan oleh berbagai pihak dengan perspektif yang berbeda, misalnya perencanaan, pengelolaan, pengurusan, ketataalaksanaan, pembinaan, kepemimpinan, pemimpin, administrasi, ketatapengurusan, dan sebagainya. Setiap pihak memberikan istilah manajemen diwarnai oleh latar belakang pekerjaan mereka masing-masing. Pada kenyataannya bahwa istilah tersebut memiliki perbedaan makna.¹

Para ahli juga memberikan batasan dari istilah manajemen. Salah satunya James A.F Stoner dan Charles Wankel pada bukunya H.B Siswanto memberikan batasan manajemen sebagai berikut: *Managemen is the process of planning, organizing, leading, and controlling the effort of organization members and of using all other organizational resource to achive stated organizational goals* (manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian untuk anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya organisasi lainnya agar organisasi tersebut bisa mencapai tujuan). Menurut Stoner dan Wankel bahwa proses merupakan salah satu cara yang sistematis untuk menjalankan suatu pekerjaan.²

¹ H.B.Siswanto, *PengantarManajemen*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2015), hlm.1.

² Ibid., hlm. 2.

Manajemen sangat berpengaruh dalam mengelola suatu kegiatan, seperti kegiatan meningkatkan calon jamaah haji dan umroh, karena pada dasarnya mengatur suatu kegiatan dengan baik kan memudahkan kita untuk mencapai tujuan yang ingin diinginkan. Haji dan umroh merupakan suatu kegiatan yang membutuhkan manajemen, agar kegiatan ibadah tersebut bisa berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Haji termasuk rukun Islam ke-5 yang diwajibkan sekali seumur hidup bagi orang yang mampu, mampu dalam artian, mampu secara materi dan fisik, dan dilaksanakan sekali setahun pada bulan haji yaitu bulan Dzulhijjah.

Sedangkan umroh merupakan suatu ibadah yang hukumnya fardu'ain atas tiap-tiap orang laki laki atau perempuan, dalam mengerjakan ibadah umroh bisa dikerjakan sekali seumur hidup, sama halnya dengan haji,³ namun jika lebih dari satu kali maka itu boleh boleh saja karena umroh biasa disebut pergi tamasya ke Mekkah dan orang yang bertamasya bisa kapan saja mereka mau.

Kegiatan ibadah haji dan umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu, standar pelaksanaannya saat masih ditanah air dan di makkah. Pada standar pelayanan di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya seperti dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran ONH ke bank, pengurusan dokumen haji dan umrah, pemeriksaan kesehatan calon jamaah), bimbingan

³ Sulaiman Rasjid, Fiqih Islam, (Bandung : Sinar Baru, 2006), hlm. 275.

manasik, (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan setandar pelayanan ibadah haji dan umrah di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, serta bimbingan ibadah haji dan umrah.

Dalam undang-undang no 17 tahun 1999 tentang penyelenggaraan ibadah haji di isyaratkan tiga hal yang harus di upayakan secara konsisten dan terus menerus oleh pemerintah, dalam hal ini Departemen agama sebagai leading sector penyelenggaraan ibadah haji, yaitu:

Pertama, pembinaan yang mencakup bimbingan pra Haji, ketika berlangsung, dan paska Haji. Kedua, pelayanan yang terdiri dari pelayanan administrasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, akomodasi, dan sebagainya. Ketiga, perlindungan yang meliputi keselamatan keamanan serta asuransi perlindungan dari pihak lain yang merugikan jamaah haji.⁴

Maka peluang inilah yang di lirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggara berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Kesemuanya itu berlomba-lomba menawarkan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda untuk sebuah popularitas. Disinilah kemudian lembaga-lembaga itu mengambil peran, dimana ada di antara mereka yang menangani

⁴ Taufiq kamil (Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan haji, di sajikan di sebuah seminar haji di Jakarta / B-I) , BPIH dari tahun ketahun, Faktual atau Komersil, (Media Indonesia, edisi selasa, 9 juli 2002).

ini semata-mata karena bisnis, namun diantara mereka ada karena memang panggilan Agama. Agar tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umrah selalu sukses dan mencapai target yang ingin di capai, maka perlu adanya suatu manajemen, baik manajemen di bidang pelayanan, penyuluhan dan bimbingan, manasik dan sebagainya. Sehingga apa yang menjadi cita-cita para jamaah dalam menunaikan ibadah haji dan umrah ini bisa di peroleh secara sempurna dan memuaskan.

Banyaknya travel biro-biro perjalanan haji dan umrah yang ikut serta mengurus pelaksanaan ibadah haji dan umrah, menimbulkan persaingan antara satu dengan lainnya, sehingga membuat para jamaah bingung mencari lembaga mana yang baik dalam memberikan pelayanan di segala bidang sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umrah bisa menuai hasil yang memuaskan. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik pada jamaah akan memberikan kepuasan para jamaahnya yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas jamaah pada pengelola (travel) yang bersangkutan. Bila pelayanan atas jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan atau jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya bila pelayanan atau jasa yang di terima lebih rendah dari yang di harapkan, maka kualitas di persepsikan buruk.

Ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada jamaah adalah memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk

yang di inginkan, bertanggung jawab kepada setiap jamaah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah.⁵

Biro perjalanan wisata PT AQM Tour Dan Travel Kota Bengkulu merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umrah khusus yang berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umrah serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah haji dan umrah di Bengkulu. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pelayanan ibadah haji dan umrah maka penulis akan menuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah “skripsi” dengan judul:

**“Analisis Strategi Six Market Domain Pelayanan Umroh
Pada PT AQM Tour dan Travel Kota Bengkulu”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan yakni: bagaimanakah Manajemen Travel Haji dan Umroh dalam Merekrut Jamaah (studi kasus di PT AQM Tour Dan Travel Kota Bengkulu), berangkat dari pada masalah tersebut, yaitu:

1. Bagaimana upaya PT AQM Tour Dan Travel Kota Bengkulu dengan teori manajemen Six Market Domain?

⁵ Kasmir, Etika Customer Service,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 9

2. Faktor yang mendukung dan menghambat dalam melaksanakan pelayanan ibadah haji dan umrah pada PT AQM Tour Dan Travel Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran yang jelas mengenai Six Market Domain pelayanan yang diberikan oleh PT AQM Tour Dan Travel Kota Bengkulu dalam pelaksanaan ibadah haji dan umrah serta faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan ibadah haji dan umrah.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian skripsi ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah usaha dalam mengembangkan ilmu manajemen khususnya, manajemen pelayanan ibadah haji dan umrah dan menjadi bahan literatur bagi pengembangan ilmu manajemen pada umumnya.
2. Dapat dijadikan acuan oleh PT AQM Tour Dan Travel Kota Bengkulu dalam meningkatkan pelayanan ibadah haji dan umrah dimasa yang akan datang.
3. Untuk meningkatkan kemampuan kepada penulis dalam melakukan penelitian manajemen pelayanan yang efektif dan efisien pada suatu organisasi atau lembaga dalam mencapai tujuannya.

E. Penelitian Terdahulu

1. Meno Pajra Tama Strategi Pemasaran Travel Haji Dan Umrah PT. Anugerah Quba Mandiri Palembang Dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN RADEN FATAH PALEMBANG 2020). Strategi yang digunakan travel haji dan umroh PT. Anugerah Quba Mandiri Palembang yaitu, mendatangi masyarakat secara langsung ke lapangan melalui pengajian bapak-bapak maupun ibu-ibu, mendatangi instansi pemerintahan maupun swasta, mendatangi ke sekolah-sekolah, melalui media sosial, membuat sebuah gebrakan silaturahmi kepada masyarakat-masyarakat dalam rangka percepatan peningkatan ekonomi keluarga (PPEK), menyediakan uang talangan, dan selalu mengutamakan pelayanan. Perbedaan dari skripsi ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah, strategi yang digunakan yaitu secara langsung (offline), sedangkan yang peneliti ambil ruang lingkupnya lebih luas kepada strategi secara online.
2. Fadli Yermen Strategi Marketing Public Relations PT. Silver Silk Tour & Travel Dalam Menarik Minat Calon Jamaah Umroh (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU 2019). Dari hasil penelitian Strategi yang dilakukan oleh PT.Silver Silk Tour & Travel dalam mendorong minat calon jamaah umrah melalui pelayanan

pelanggan yaitu memberikan layanan yang baik dan ramah memberikan informasi yang lengkap kepada calon jamaah umrah dari awal pendaftaran, administrasi, perlengkapan serta proses-proses manasik haji mulai dari keberangkatan hingga kepulangan PT.Silver Silk tetap terus merangkul jamaah,memberikan fasilitas yang nyaman,serta melalui program-program pilihan paket umrah yaitu paket Silver, Gold dan juga Platinum, selain itu PT.Silver Silk juga menawarkan paket-paket seperti winter at Turkey, umrah plus istanbul dan juga Umrah Plus Dubai. Perbedaan skripsi ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah dalam menarik minat calon jamaah umroh melakukan silaturahmi dengan jamaah umroh dengan mengadakan kegiatan tabligh akbar. Sedangkan peneliti hanya fokus kepada promosi dalam menarik pelanggan melalui sosial media.

3. M Aziz Lamazindo Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji Dan Umroh Melalui Media Website, Studi Kasus Pada Biro Perjalanan Haji Dan Umrah PT. Saibah Mulia Mandiri Semarang (Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN WALISONGO SEMARANG 2016). Skripsi ini menjelaskan tentang promosi offline dan promosi online. Promosi offline yang dilakukan meliputi brosur, koran, baliho dan endorse melalui ustadz / ulama. Adapun untuk promosi online PT Saibah Mulia Mandiri menggunakan Website, Search Engine, Social Media, Google AdWords

dan SEO (Search Engine Optimization). Sedangkan penelitian yang penulis lakukan lebih memfokuskan tentang strategi promosi melalui media sosial di PT. Ameera Mekkah Kota Pekanbaru. Perbedaanya juga terletak pada subjek penelitian

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang penulis teliti adalah penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah penelitian yang temuannya diperoleh tidak melalui prosedur statistic atau bentuk hitungan lainnya. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang permasalahan-permasalahan manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian dari permukaan dari suatu realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Hal ini merujuk pada pendapat bogdan dan taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan.⁶

Dengan menggunakan metode penelitian lapangan (field study).⁷ Penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan dan posisi saat ini, serta interaksi lingkungan sosial tertentu.

⁶ Lexi J Moleong, Metode Penelitian Kualitatif,(Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010),H. 3

⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, (Bandung, Alfabeta, 2015),H.295.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada AQM Tour Dan Travel Kota Bengkulu selama 14 hari pada tanggal 5 sampai dengan tanggal 19 Desember tahun 2022.

3. Informan Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi tersebut yang harus betul-betul mewakili.⁸

Pada sampel ini, penulis menggunakan teknik probability sampling yaitu pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Seluruh staff pengurus PT AQM Tour Dan Travel Kota Bengkulu.

Menurut Hair et al,⁹ sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis. Dalam penelitian ini terdapat 12 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah $11 \times 5 = 55$ sampel.

⁸ Ibid. H.118

⁹ Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). America: SAGE Publication, Inc.

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh penyelidik untuk tujuan khusus. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Data yang peneliti peroleh dari hasil wawancara. Jadi Metode ini penulis gunakan untuk mendapatkan informasi dan data-data tentang langkah-langkah mengenai staretegi pemasaran program haji dan umrah di PT AQM Tour dan Travel Kota Bengkulu. Subyek pada penelitian ini adalah pemimpin PT AQM Tour dan Travel Kota Bengkulu.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia, data ini diperoleh dari hasil survey yang belum diperas, yang analisis lanjutan dapat menghasilkan sesuatu yang amat berguna, juga dapat berupa studi perbandingan dari studi-studi yang telah dilakukan. Data sekunder adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang luar diluar dari penyelidik sendiri. Dalam penelitian ini penulis lebih mengarahkan pada data-data pendukung dan

data-data tambahan dalam hal ini berupa data dari arsip, buku-buku, dokumentasi dan semua informasi serta dokumennya.

b. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah melalui penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke tempat penelitian untuk mendapatkan data yang konkret.¹⁰ Adapun teknik pengumpulan data diperoleh melalui:

1) Interview (wawancara)

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan-tujuan tertentu. Metode interview atau wawancara adalah peneliti dalam hal ini berkedudukan sebagai interviewer, mengajukan pertanyaan, menilai jawaban, meminta penjelasan, mencatat dan menggali pertanyaan lebih dalam lagi. Di pihak lain, sumber informasi atau interview menjawab pertanyaan, dan juga memberi penjelasan.¹¹

¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, H. 308.

¹¹ Suharsini Arikunto, Prosedur Penelitian (Jakarta, Rineka Cipta, 2013), H.194.

Metode ini digunakan untuk mendapatkan dan menggali data tentang sesuatu yang berkaitan dengan strategi pemasaran program haji dan umroh pada PT AQM Tour dan Travel Kota Bengkulu dalam menarik minat calon jamaah dengan metode wawancara terstruktur.

2) Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.¹²

Metode observasi ini digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran program haji dan umroh pada PT AQM Tour dan Travel Kota Bengkulu dalam menarik minat calon jamaah. Data yang diinginkan melalui metode ini berupa pengamatan langsung terhadap aktivitas pimpinan, serta karyawan yang ada di PT AQM Tour dan Travel Kota Bengkulu.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan,

¹² *Ibid*, H.203

transkrip, buku, agenda, dan lain sebagainya. Peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh informasi-informasi dari dokumen-dokumen atau arsip dari PT AQM Tour dan Travel Kota Bengkulu seperti sejarah berdiri, visi, misi, dan lain-lain.

5. Teknik Analisis Data

Analisis tersebut penulis gunakan untuk mengkaji secara mendalam tentang strategi pemasaran program haji dan umroh PT AQM Tour dan Travel Kota Bengkulu dalam menarik minat calon jamaah yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dituliskan agar tidak keluar dari ruang lingkup dan pengaruh inti persoalan, maka pembahasan ini di bagi ke dalam beberapa bab yang terdiri dari beberapa sub, antara lain:

BAB I Pendahuluan : Merupakan pendahuluan dari penyusunan skripsi ini yang terdiri dari latar belakang, kemudian rumusan masalah yang mengacu pada judul, batasan masalah untuk mengarahkan pembahasan dan menghindari terjadinya perluasan masalah, selanjutnya tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta kajian penelitian terdahulu sebagai pembuktian bahwasanya penelitian ini memiliki pokok bahasan tersendiri, dan

¹³ *Ibid*, H.308

sistematika penelitian serta metode yang digunakan dalam penelitian skripsi.

BAB II Landasan Teori: Merupakan kerangka teori yang memaparkan tentang kajian teori dan kerangka pemikiran.

BAB III Gambaran Umum Objek Penelitian: Merupakan deskripsi mengenai objek penelitian pada penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Merupakan hasil temuan dalam penelitian berupa hasil wawancara kepada responden dan narasumber.

BAB V Penutup: Merupakan kesimpulan dari deskripsi hasil temuan dalam penelitian.

