

MANAJEMEN WASILAH JAMA'AH HAJI DAN
UMRAH DI PT. BAHANA SUKSES SEJAHTERA
BENGKULU



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Manajemen Dakwah

Oleh :

BELLA OCTAVIA
NIM. 1911330033

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU, 2023 M/ 1445 H

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis, skripsi dengan judul: “MANAJEMEN WASILAH JAMA’AH HAJI DAN UMRAH DI PT. BAHANA SUKSES SEJAHTERA BENGKULU”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan berlaku.

Bengkulu, Oktober 2023

Saya yang menyatakan



Bella Octavia
NIM. 1911330033

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh: **Bella Octavia**, NIM 1911330033
dengan judul: **MANAJEMEN WASILAH JAMA'AH HAJI
DAN UMRAH DI PT. BAHANA SUKSES SEJAHTERA
BENGKULU**, Program Studi Manajemen Dakwah, Jurusan
Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab, dan Dakwah, telah
diperbaiki dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh
karena itu, skripsi ini disetujui untuk diajukan dalam sidang
Munaqasyah/Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UIN FAS)
Bengkulu.

Bengkulu, Oktober 2023 M
Rabiul Awal
1445 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Japarudin, M.Si


Indah Masruroh, MA

NIP. 198001232005011008

NIP. 199112082020122008

Mengetahui,

An. Dekan FUAD

Ketua Jurusan Dakwah


Wira Hadi Kusuma, M.Si

NIP. 198601012011011012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama **Bella Octavia**, NIM **1911330033** dengan judul: **"MANAJEMEN WASILAH JAMA'AH HAJI DAN UMRAH DI PT BAHANA SUKSES SEJAHTERA BENGKULU"**, telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji sidang munaqasyah, Program Studi Manajemen Dakwah (MD) Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari **Kamis**

Tanggal **12 Oktober 2023**

Dan dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan di sahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Manajemen Dakwah.

Bengkulu, **12 Oktober 2023 M**
Rabiul Awal 1445 H

Dekan FUAD



Dr. A. Supian, M.Ag
NIP. 196900151997031000

Ketua

Sekretaris

Dr. Japarudin, M.Si

Irsal, M.Ag

NIP. 198001232005011008

NIDN. 8949670023

Penguji I

Penguji II

Emzinetri, M.Ag

M. Zikri, M.Hum

NIP. 197105261997032002

NIP. 198609032019031005

MOTTO

وَأَدِّن فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ
يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ ﴿٢٧﴾

“Dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh”
(QS. Al-Hajj: 27)



PERSEMBAHAN

- ✚ Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Ayahanda (LITI) dan Ibunda (ERNI HAYATI) yang telah senantiasa memberikan dukungan, motivasi, ketenangan, semangat, serta doa.
- ✚ Teruntuk kedua adikku tersayang (REON VUTRI EMERISA dan MUHAMMAD DANIEL), terimakasih telah memberikan dukungan *men-support*, memberikan semangat, serta tentunya mendoakanku.
- ✚ Bapak Dr. Japarudin, M.Si selaku Pembimbing I, terimakasih atas arahan dan kesabaran dalam membimbing saya selama ini
- ✚ Ibu Indah Masrurroh, MA selaku Pembimbing II, terimakasih atas arahan yang sabar dalam membimbing sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- ✚ Untuk saudara-saudaraku yang tak bisa aku sebutkan satu persatu, terimakasih telah memberikan semangat serta memberikan doa untukku
- ✚ Untuk keluarga besar PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu yang telah menerima dan melayani dengan baik kedatangan saya, memberikan informasi dan data yang banyak kepada saya selama penelitian.
- ✚ Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah angkatan 2019.
- ✚ Untuk seluruh dosen-dosenku yang tak bisa aku sebutkan satu persatu.
- ✚ Untuk almamaterku Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UIN-FAS) Bengkulu.

- ✚ Teruntuk teman-teman SD, SMP, SMK ku. Terimakasih telah memberikan semangat, *support*, serta doa kepadaku.



ABSTRAK

Jamaah PT. Bahana Sukses Sejahtera di Bengkulu semakin meningkat dan bertambah setiap tahunnya. Diketahui perusahaan tersebut telah mengaplikasikan sistem pemasaran melalui manajemen *wasilah* yang berbeda diantara perusahaan jasa travel pada umumnya. Penelitian ini meneliti mengenai: 1) manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu, dan 2) hambatan dalam penerapan manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah data diperoleh kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu adalah sebagai berikut: (a) manajemen *wasilah* melalui produk, diantaranya: haji khusus, haji furoda, umrah reguler/plus, dan umrah Ramadhan; serta (b) manajemen *wasilah* melalui promosi, yang meliputi: iklan secara offline, iklan secara online, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi; dan 2) hambatan dalam penerapan manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu, yaitu: a) Pembatasan sementara aktivitas kantor karena pandemi; b) pengurangan kuota haji dan umrah oleh pemerintah; c) biaya-biaya protokol kesehatan yang dipenuhi; dan d) adanya persaingan harga.

Kata Kunci: *Manajemen Wasilah, Biro Perjalanan, Haji dan Umrah*

ABSTRACT

The pilgrims of PT. Bahana Sukses Sejahtera in Bengkulu are massively increasing at every years. It is known that the company has implemented a marketing system through *wasilah* management which is different among others travel service companies. This research examines: 1) management of *wasilah* among Hajj and Umrah pilgrims at PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu, and 2) obstacles in implementing *wasilah* management for Hajj and Umrah pilgrims at PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu. This type of research is descriptive research with a qualitative approach. Data was collected through interview, observation and documentation techniques. After the data is obtained, it is then analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this research conclude that: 1) *wasilah* management for Hajj and Umrah pilgrims at PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu is as follows: (a) *wasilah* management through products, including: special hajj, furoda hajj, regular/plus umrah, and Ramadhan umrah; and (b) *wasilah* management through promotions, which include: offline advertising, online advertising, sales promotions, publicity and personal sales; and 2) obstacles in implementing *wasilah* management for Hajj and Umrah pilgrims at PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu, namely: a) Temporary restrictions on office activities due to the pandemic; b) reduction of Hajj and Umrah quotas by the government; c) costs of health protocols fulfilled; and d) the existence of price competition.

Keywords: *Wasilah Management, Travel Agency, Hajj and Umrah*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuhuu,

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat dan yang terakhir kepada umatnya, amin. Dengan penuh rasa syukur penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, yang berjudul: “MANAJEMEN WASILAH JAMA’AH HAJI DAN UMRAH DI PT. BAHANA SUKSES SEJAHTERA BENGKULU”.

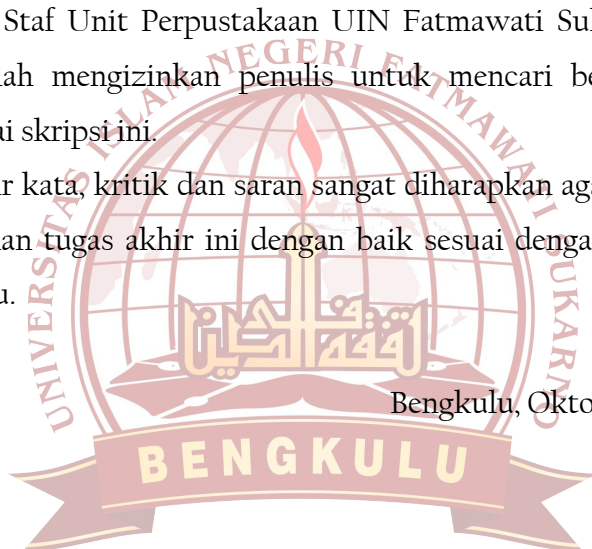
Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M.Pd. Selaku Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Dr. Aan Supian, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Wirahadi Kusuma, M.Si. Selaku Ketua Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Ihsan Rahmat, MA. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
5. Dr. Japarudin, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan masukan dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini.

6. Indah Masrurah, MA. Selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan koreksi, masukan dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen yang telah mengajarkan penulis selama di bangku kuliah di UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu..
8. Seluruh Staf Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah menyiapkan segala urusan administrasi bagi penulis selama penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Staf Unit Perpustakaan UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengizinkan penulis untuk mencari berbagai rujukan mengenai skripsi ini.

Akhir kata, kritik dan saran sangat diharapkan agar penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku.

Bengkulu, Oktober 2023



BELLA OCTAVIA
NIM. 1911330033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	6
G. Kajian Terdahulu.....	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Manajemen	9
B. Manajemen <i>Wasilah</i>	25
C. Haji dan Umrah	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	40
B. Sumber Data.....	40
C. Teknik Pengumpulan Data.....	41

D. Informan Penelitian.....	43
E. Teknik Analisis Data.....	44
F. Validitas Data.....	45

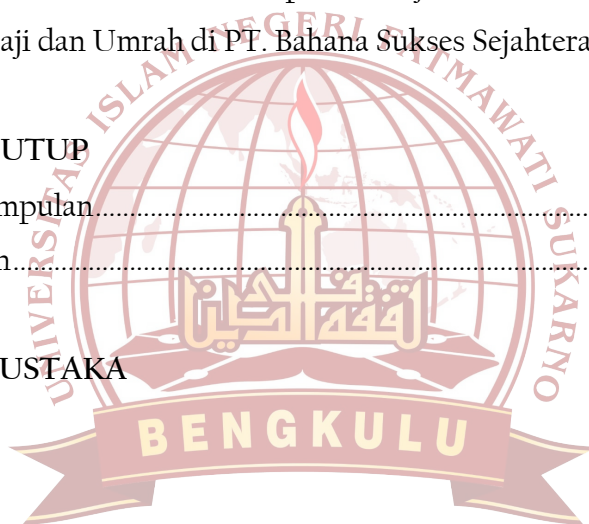
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BStavel.....	47
B. Manajemen <i>Wasilah</i> pada Jamaah Haji dan Umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.....	49
C. Hambatan dalam Penenerapan Manajemen <i>Wasilah</i> pada Jamaah Haji dan Umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu ...	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Jamaah PT. Bahana Sukses Sejahtera.....	3
Tabel 3.1	Informan Penelitian.....	43



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama dakwah, agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia. Sebagai rahmat bagi seluruh alam, Islam dapat menjamin terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan umat manusia, bilamana ajaran Islam yang mencakup segenap aspek kehidupan itu dijadikan sebagai pedoman hidup dan dilaksanakan dengan sungguh-sungguh. Usaha untuk menyebarluaskan Islam, begitu pula untuk merealisasikan ajaran-Nya di tengah-tengah kehidupan umat manusia adalah merupakan usaha dakwah, yang dalam keadaan bagaimanapun dan di manapun dilaksanakan oleh umat Islam.¹

Pada hakekatnya tujuan dakwah adalah untuk mendorong manusia atau umat Islam kearah kehidupan yang lebih baik, sejahtera dunia dan akhirat, dan dakwah dapat dilaksanakan dengan menggunakan berbagai media. Perusahaan Penyelenggara Ibadah Haji dan Umrah merupakan media dakwah, terutama dalam hal yang terkait dengan ibadah haji dan umrah.² Perintah dalam melaksanakan ibadah haji terdapat di dalam QS. Al-Hajj ayat 27:

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ



Artinya: *Dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh.*³

¹A. Rosyad Shaleh, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2007),h. 11.

²M. Quraish Shihab, *Haji dan Umrah Bersama M. Quraish Shihab*, (Tangerang: Lentera Hati, 2012), h. 1-2.

³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya*, (Bandung: Jabal Rodhotul Jannah, 2009), h. 179.

Berdasarkan data Ditjen PHU Kemenag RI, pada tahun 2022 jumlah jamaah umrah sudah mencapai 1 juta. Sementara hingga Maret 2023 tercatat sudah 400.000 jamaah. Artinya bila tren seperti ini, diprediksi jumlah jamaah umrah pada tahun 2023 ini bisa mencapai 2 juta jamaah.⁴ Lamanya antrian haji di Indonesia juga menjadi pemicu antusiasme calon jamaah untuk melakukan ibadah umrah. Banyak masyarakat mendapati promo ibadah umrah dengan biaya murah atau miring disaat antrian haji cukup panjang yang kemudian membuat masyarakat menjadi tergiur.

Pasca pandemi Covid-19, banyak penduduk Indonesia yang muslim memimpikan untuk menginjakkan kaki di tanah Makkah. Hal ini menyebabkan semakin merajalelanya oknum yang tidak bertanggungjawab untuk melakukan penipuan dalam kasus tersebut. Munculnya segelintir oknum yang tidak bertanggungjawab tersebut karena sudah tertutup mata hatinya dan menganggap ini adalah peluang bisnis dengan cara menipu, berkedok travel haji dan umroh.

Kasus penipuan dan penggelapan uang calon jamaah haji dan umrah dari biro perjalanan haji dan umrah First Travel misalnya. Kasus tersebut merupakan salah satu kasus yang cukup menggegerkan publik dengan jumlah korban yang cukup besar yakni kurang lebih sebanyak 58.000 calon jamaah yang belum diberangkatkan dan total kerugian korban hingga mencapai 858,7 miliar rupiah.⁵ Selain kasus First Travel tidak sedikit pula ditemukan laporan terkait kasus serupa. Hanya berselang beberapa bulan kasus penipuan oleh Hanien Tour di Surakarta terungkap. Dari seluruh cabang Hanien Tour di seluruh Indonesia, berdasarkan penyelidikan, korban bertambah dari 1.800 menjadi 4.126 jamaah dan total kerugian mencapai 37,8 miliar rupiah.⁶

⁴Laporan Ditjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah (PHU) di halaman resmi Kementerian Agama RI tanggal 31 Maret 2023.

⁵Siaran Pers Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tanggal 21 Maret 2018.

⁶Berita Harian Kompas tanggal 5 Januari 2018.

Di Provinsi Bengkulu, salah satu perusahaan jasa penyelenggaraan haji dan umrah adalah BSTravel merupakan cabang dari PT. Bahana Sukses Sejahtera. PT. Bahana Sukses Sejahtera berdiri sejak tahun 2014 dalam bidang usaha *tour & travel* yang berpusat di Ruko Blok SA No. 32 Jl. Perum Dasana Indah Bojong Nangka Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Provinsi Banten dan memiliki izin dari Kementerian Agama Republik Indonesia No. 530 tahun 2021. PT. Bahana Sukses Sejahtera terus melakukan ekspansi bisnis melalui jaringan *tour & travel* baik domestik maupun internasional.⁷ Melihat animo masyarakat terhadap paket perjalanan ibadah umrah yang sangat tinggi pasca pandemi Covid-19, BSTravel dari PT. Bahana Sukses Sejahtera selalu memberikan layanan terbaik untuk perjalanan ibadah haji dan umrah dengan berbagai pilihan paket, dan tentu saja dengan selalu mengunjungi kenyamanan jamaah dalam beribadah.

PT. Bahana Sukses Sejahtera memiliki cabang di Bengkulu yang dipimpin oleh Bapak Adhi Setiawan dengan alamat kantor di Jl. Merapi Raya No. 75, Panorama Singaran Pati Kota Bengkulu. PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu memiliki izin resmi dari Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Bengkulu No. 416 Tahun 2020. Berikut data jumlah jamaah haji dan umrah PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu dari tahun ke tahun yang terus semakin meningkat jumlah jamaahnya.

Tabel 1.1

Jumlah Jamaah PT. Bahana Sukses Sejahtera

Tahun	Jumlah Jamaah
2018	163
2019	195
2020	202
2021	321
2022	505

⁷Company Profile PT. Bahana Sukses Sejahtera, data diambil 11 Mei 2023.

2023 (sampai Juli)	700
Jumlah	2.086

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa jamaah haji dan umrah PT. Bahana Sukses Sejahtera di Bengkulu tahun 2018 yang jumlahnya 163, tahun 2019 jumlahnya 193, 2020 yang jumlahnya 202, tahun 2021 jumlahnya 321, tahun 2022 jumlahnya 505, tahun 2023 (Januari sampai Mei) jumlahnya 700. Ini menandakan bahwa jamaah PT. Bahana Sukses Sejahtera di Bengkulu semakin meningkat dan bertambah setiap tahunnya. Hal ini disebabkan perusahaan tersebut telah mengaplikasikan sistem pemasaran melalui manajemen *wasilah*, yang berbeda dengan perusahaan jasa travel pada umumnya.

Manajemen *wasilah* yang berarti perantara pada dasarnya adalah serangkaian tujuan dan sasaran, dimana perusahaan bisa mengandalkan manajemen *wasilah* sebagai *marketing promotion* yang dilakukan oleh jamaah itu sendiri. Jamaah yang telah menggunakan jasa di perusahaan ini kemudian melakukan *wasilah* terhadap sanak saudaranya untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh melalui BSTravel. Dalam manajemen *wasilah* tersebut perusahaan memberikan pelayanan yang bagus kepada jamaahnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian lebih spesifik dengan judul: Manajemen *Wasilah* Jama'ah Haji dan Umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan mendasar yang diuraikan di atas, adapun identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Tingginya animo masyarakat Provinsi Bengkulu untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah pasca ditangguhkan oleh pemerintah akibat pandemi Covid-19 selama 2 tahun terakhir.
2. Perusahaan penyelenggara haji dan umrah di Provinsi Bengkulu masih sedikit.

3. Manajemen yang digunakan oleh sebagian penyelenggara haji dan umrah di Provinsi Bengkulu masih manajemen yang lama.
4. Masih banyak kasus calon jamaah yang tertipu oleh perusahaan penyelenggara haji dan umrah.
5. Salah satu perusahaan penyelenggaraan haji dan umrah Provinsi Bengkulu yang sudah baik dalam manajemen ialah BSTRavel dari PT. Bahana Sukses Sejahtera.
6. BSTRavel dari PT. Bahana Sukses Sejahtera menggunakan manajemen *wasilah* untuk menarik minat masyarakat menggunakan jasanya.
7. Manajemen *wasilah* ini digunakan oleh BSTRavel PT. Bahana Sukses Sejahtera melalui tokoh, publik figur, dan eks jamaah yang pernah menggunakan jasa mereka.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, peneliti membatasi masalah agar lebih fokus dan terarah. Maka peneliti memfokuskan terhadap penggunaan manajemen *wasilah* dalam meningkatkan jumlah jamaah haji dan umrah PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah di uraikan di atas, dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut

1. Bagaimana manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu?
2. Apa saja hambatan dalam penerapan manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis susun di atas, maka tujuan penelitian yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

2. Untuk mengetahui hambatan dalam penerapan manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan wawasan serta referensi keilmuan tentang studi manajemen pemasaran. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan dan pengetahuan terkait manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas dalam bentuk jasa dan kepuasan konsumen pada *tour and travel* haji dan umrah.

2. Manfaat Praktis

- a. Akademisi, menambah khazanah ilmu pengetahuan, khususnya bagi mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah dan fakultas lain dan para akademisi pada umumnya.
- b. Praktisi, dapat dijadikan pedoman bagi pihak-pihak yang terkait terutama pihak PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu, dalam meningkatkan pelayanan yang berkualitas.
- c. Masyarakat umum, dapat dijadikan pedoman bagi pihak-pihak yang terkait menambah wawasan dan pengetahuan tentang umrah terhadap masyarakat maupun jamaah, dan menimbulkan kepercayaan terhadap PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

G. Kajian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Maharani, dkk pada tahun 2022 tentang strategi pemasaran yang dilakukan Ghinasepti *Tour and Travel* dalam menarik minat calon jamaah. Metode yang dilakukan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pertama, Perumusan strategi pemasaran yang meliputi

visi misi, analisis lingkungan internal maupun eksternal menggunakan analisis SWOT, serta penentuan strategi pemasaran berdasarkan dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Kedua, Implementasi strategi pemasaran yang berdasarkan strategi komunikasi pemasaran. Ketiga, Evaluasi strategi pemasaran yang dilakukan Ghinasepti ini dengan dua teknis: a) dengan melakukan evaluasi mengenai teknis pelaksanaan kegiatan dalam menyebarkan informasi melalui media komunikasi pemasaran yang telah dilakukan, b) dengan mengevaluasi terhadap sumber informasi yang diperoleh calon jamaah.⁸

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini ialah penelitian tersebut mengkaji strategi pemasaran secara umum yang dilakukan oleh biro perjalanan haji dan umrah. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ini mengkaji penerapan manajemen *wasilah* oleh yang dilakukan oleh biro perjalanan haji dan umrah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Juliana, dkk pada tahun 2022 tentang strategi promosi dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah pada PT. Siar Haramain International Wisata di Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, dokumentasi, observasi dan triangulasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan PT. Siar Haramain International Wisata yaitu strategi diferensiasi dengan menyampaikan kelebihan dan keunggulan perusahaan dan jasa layanan. Bauran promosi yang digunakan yaitu periklanan, promosi penjualan dan penjualan personal.⁹

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini ialah penelitian tersebut mengkaji strategi promosi secara

⁸Mega Utami Maharani, dkk, "Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umroh dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah", *Mabrur; Academic Journal of Hajj and Umra*, 1(6), 2022, pp. 85-106.

⁹Juliana, dkk, "Analisis Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah pada PT. Siar Haramain International Wisata di Medan", *Jurnal Bisnis Net*, 5(2), 2022, pp. 239-247.

umum yang dilakukan oleh perusahaan perjalanan umrah. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ini mengkaji penerapan manajemen *wasilah* yang dilakukan oleh perusahaan perjalanan haji dan umrah.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Handayani pada tahun 2017 tentang manajemen pemasaran PT. Medussa Multi Business Center Kabupaten Jeneponto. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan manajemen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pemasaran PT. Medussa Multi Business Center Kabupaten Jeneponto memiliki manajemen pemasaran yaitu dengan cara menawarkan produk kepada jamaah. Namun juga memiliki kelemahan yaitu harga yang dipasarkan travel ini dianggap mahal oleh masyarakat. Proses promosi dilakukan dengan cara bersilaturahmi dan membagikan brosur, kemudian melalui media sosial. Lokasi PT. Medussa Multi Business Center Kabupaten Jeneponto di Jalan Pahlawan Karisa Depan Pasar Sentral Jeneponto yang merupakan lokasi yang sangat strategis dan mempermudah jamaah mengakses lokasi tersebut.¹⁰

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini ialah penelitian tersebut mengkaji manajemen secara umum yang dilakukan oleh perusahaan perjalanan haji dan umrah. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ini mengkaji penerapan manajemen *wasilah* secara spesifik yang dilakukan oleh perusahaan perjalanan haji dan umrah..

¹⁰Reski Handayani, *Manajemen Pemasaran Biro Jasa Haji dan Umrah (Studi pada PT Medussa Multi Bussines Centre Kabupaten Jeneponto)*, (Makassar: UIN Alauddin, skripsi tidak diterbitkan, 2017), h. x.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Manajemen adalah proses perencanaan, pengoperasian, pengawasan dan pengevaluasian usaha-usaha para anggota organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Kemudian Silalahi, menyebutkan fungsi manajemen meliputi: perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), kepemimpinan (*leading*), dan pengendalian (*controlling*).¹ Bila dicermati, pengertian dari manajemen tersebut menunjukkan bahwa setiap manusia memiliki ilmu dan seni tersendiri dalam menngerakkan orang, terutama dalam rangka menetapkan tujuan yang telah ditetapkan. Terdapat perbedaan istilah, namun mempunyai maksud yang sama, dan ruang penting, setiap pemimpin mampu menerapkan pengertian manajemen tersebut dalam situasi dan kondisi tertentu.² Dalam sebuah perusahaan terdapat tiga tingkatan manajer yaitu: manajemen puncak (*top management*), manajemen menengah (*middle management*) dan manajemen line pertama (*first line management*).³

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu usaha mencapai tujuan tertentu dengan mendayagunakan segala sumber daya baik manusia maupun non manusia dalam suatu organisasi. Segala sumberdaya yang semula tidak berhubungan satu dengan yang lainnya lalu diintegrasikan, dihimpun menjadi system menyeluruh, secara sistematis, terkoordinasi, kooperatif,

¹Umar Silalahi, *Pemahaman Praktis Asas-Asas Manajemen*, (Bandung: Madar Maju, 2002), h. 8.

²Abdul Choliq, *Pengantar Manajemen*, (Semarang: Rafi Sarana Perkasa, 2011), h. 3.

³Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 11.

dengan maksud agar tujuan organisasi dapat tercapai, melalui pembagian kerja, tugas dan tanggung jawab yang seimbang.

Makna dari batasan tersebut, adalah bahwa manajer tidak mencapai sesuatu dengan melaksanakan tugas-tugas seorang diri, atau oleh dirinya sendiri. Tetapi tugas-tugas itu dilaksanakan bersama orang lain. Keluaran (*output*) organisasi dihasilkan melalui karyawan, sedangkan manajer bertugas untuk memastikan bahwa hasil itu dapat tercapai. Dengan demikian seorang akan sukses menjadi manajer apabila karyawan atau anggota organisasi baik secara individu maupun kelompok sukses melakukan pekerjaan mereka.⁴ Menurut Silalahi, kinerja manajer akan menjadi satu refleksi dari kinerja karyawan, artinya manajer akan dinilai melalui apa yang telah dicapai oleh karyawan untuk itu manajer dan anggota organisasi memahami bagaimana organisasi berfungsi jika mereka mencapai suatu keseimbangan.⁵

Namun bila mempelajari literatur manajemen maka akan nampak bahwa istilah manajemen mengandung tiga pengertian, yaitu sebagai berikut:

Manajemen sebagai suatu proses;

- a. Manajemen sebagai koleksifitas orang-orang yang melakukan aktivitas manajemen; dan
- b. Manajemen sebagai suatu seni (*art*) atau sebagai suatu ilmu (*science*).⁶

Manajemen juga bisa dianggap sebagai proses, dimana pelaksanaan dari suatu tujuan tertentu yang diselenggarakan dan diawasi. Dari beberapa devinisi tersebut dapat disederhanakan dan diawasi. Dari beberapa definisi tersebut dapat disederhanakan bahwa manajemen adalah kegiatan melalui orang lain berlandaskan ilmu dan

⁴Abdul Choliq, *Pengantar...*, h. 4.

⁵Umar Silalahi, *Pemahaman...*, h. 3.

⁶M. Manullang, *Dasar-Dasar Manajemen*, Edisi ke-7, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), h. 15.

seni untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan dari definisi tersebut, dapat disimpulkan ada 3 unsur yaitu:

- a. Adanya tujuan tertentu;
- b. Adanya kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut; dan
- c. Adanya orang-orang.⁷

Manajemen dikatakan sebagai suatu aktivitas menurut Muchtarom adalah aktivitas untuk mengatur kegunaan sumberdaya bagi tercapainya tujuan organisasi secara efektif.⁸

Manajemen dikatakan sebagai proses menurut Terry seperti dikutip Ruslan, mendefinisikan manajemen merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan melalui pemanfaatan SDM dan sumber-sumber lainnya.⁹

Kreitener yang dikutip oleh Muchtarom, menyatakan bahwa manajemen ialah proses bekerja dengan dan melalui orang lain untuk mencapai tujuan organisasi dalam lingkungan yang berubah. Proses ini berpusat pada penggunaan secara efektif dan efisien terhadap sumberdaya yang terbatas.¹⁰ Pengeloaan secara etimologis, sepadan dengan kata manajemen. Manajemen sendiri adalah kata serapan dari bahasa Inggris, *management* yang diambil dari kata *to manage* yang sinonimnya antara lain *to guide* berarti memimpin atau membimbing. Jadi apabila dilihat dari kata asalnya, manajemen berarti mengurus, mengendalikan, memimpin atau membimbing.¹¹

⁷A.A Rahmat MZ, *Manajemen; Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 4.

⁸Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Al-Amin, 2006), h. 37.

⁹Rosady Ruslan, *Manajemen Humas dan Manajene Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 1.

¹⁰Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar...*, h. 36.

¹¹Mochktar Effendi, *Manajemen; Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam*, (Jakarta: Salemba Humanik, 2006), h. 9.

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti sebagai berikut:

- a. Proses penggunaan sumberdaya yang efektif untuk mencapai sasaran.
- b. Pemimpin yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.¹²

2. Unsur-Unsur Manajemen

Agar manajemen (pengelolaan) dapat mencapai tujuan yang sebaik-baiknya, sangatlah diperlukan adanya sarana-sarana manajemen.¹³ Tanpa adanya sarana-sarana yang menjadi unsur-unsur manajemen, jangan diharapkan tujuan akan dapat tercapai. Sarana-sarana atau unsur-unsur manajemen itu lebih dikenal dengan istilah “enam M” yaitu: *man, money, material, machines, methods*, dan *market* (manusia, uang, mesin, metode, dan pasar)

a. *Man* (manusia)

Manusia merupakan sarana penting atau sarana utama untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu. Tanpa adanya manusia, tidak akan mungkin mencapai tujuan. Tegasnya manusialah yang akan menjalankan fungsi manajemen dalam oprasional sebuah organisasi, dalam hal ini termasuk bagaimana menempatkan orang yang tepat pada posisi yang tepat.

b. *Money* (uang)

Untuk melakukan aktivitas diperlukan uang. Uang sebagai sarana manajemen digunakan sedemikian rupa agar tujuan yang diinginkan dicapai dapat berhasil guna. Kegagalan atau tidak lancarnya proses manajemen sedikit banyak ditentukan oleh perhitungan dalam menggunakan uang.

¹²Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), h. 623.

¹³Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar...*, h. 39.

c. *Material* (bahan-bahan)

Faktor ini sangat penting karena manusia tidak dapat melaksanakan tugasnya tanpa didukung oleh kelengkapan alat, sehingga dalam proses pelaksanaan suatu kegiatan perlu dipersiapkan bahan atau perlengkapan apa yang dibutuhkan.

d. *Machines* (mesin)

Peranan mesin dalam zaman modern ini tidak dapat diragukan lagi. Mesin dapat membantu manusia dalam pekerjaannya, mengefisiensikan waktu bekerja untuk menghasilkan sesuatu sehingga memperoleh keuntungan yang baik dan lebih banyak.

e. *Method* (metode)

Cara melaksanakan suatu pekerjaan guna mencapai tujuan tertentu yang ditetapkan sebelumnya, cara kerja atau metode yang tepat sangatlah menentukan kelancaran jalannya roda manajemen dalam suatu organisasi.

f. *Market* (pasar)

Produksi suatu lembaga atau perusahaan segera dipasarkan, karena itu pemasaran dalam manajemen ditetapkan sebagai suatu unsur yang tidak dapat diabaikan, penguasaan pasar diperlukan guna menyebarluaskan hasil-hasil produksi agar sampai ketangan konsumen.¹⁴

3. Fungsi-Fungsi Manajemen

Definisi manajemen memberikan tekanan terhadap kenyataan bahwa manajer mencapai tujuan atau sasaran dengan mengatur karyawan dan mengalokasikan sumber-sumber material dan finansial. Bagaimana manajer mengoptimasi pemanfaatan sumber-sumber, memadukan menjadi satu dan mengkonversi hingga menjadi *output*, maka manajer melaksanakan fungsi-fungsi manajemen untuk

¹⁴Hamzah Yaqub, *Menuju Keberhasilan dan Kepemimpinan*, (Bandung: Diponegoro, 2011), h. 31.

mengoptimalkan pemanfaatan sumber-sumber dan koordinasi pelaksanaan tugas-tugas untuk mencapai tujuan.

Manajemen mempunyai empat fungsi, yakni perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*). Dari fungsi dasar manajemen tersebut, kemudian dilakukan tindak lanjutan dan telah diketahui bahwa tujuan yang telah ditetapkan “tercapai atau belum tercapai”.¹⁵

a. *Planning* (perencanaan)

Perencanaan disebut sebagai fungsi pertama manajemen. Adapun Tarry yang dikutip oleh Muchtarom, menyatakan bahwa perencanaan ialah menyeleksi dan menghubungkan fakta-fakta serta menyusun dan menggunakan asumsi-asumsi mengenai masalah yang akan datang dalam bentuk visualisasi dan formal dari kegiatan terarah yang diyakini perlu untuk mencapai hasil yang dikehendaki.¹⁶

Pada umumnya, suatu rencana yang baik berisikan atau memuat enam unsur “5W + 1H”, yaitu *what, why, where, when, who* dan *how*. Jadi, suatu rencana yang baik memberikan jawaban kepada enam pertanyaan berikut.

- 1) Tindakan apa yang dikerjakan ?
- 2) Apakah sebabnya tindakan itu dilaksanakan ?
- 3) Dimanakah tindakan itu dilaksanakan ?
- 4) Kapan tindakan itu dilaksanakan ?
- 5) Siapakah yang akan mengerjakan tindakan itu ?
- 6) Bagaimanakah caranya melaksanakan tindakan itu ?¹⁷

¹⁵Abdul Choliq, *Pengantar...*, h. 36.

¹⁶Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar...*, h. 50.

¹⁷M. Manullang, *Dasar-Dasar...*, h. 39-40.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Fungsi kedua dari manajemen adalah *organizing* (pengorganisasian). Pengorganisasian adalah penetapan struktur peran-peran melalui penentuan aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dan bagian-bagian pengelompokan aktivitas-aktivitas penugasan kepada pengurus, pendelegasian, wewenang, pengkoordinasian wewenang dan informasi dalam struktur organisasi.¹⁸

Dengan *organizing* dimaksud mengelompokkan kegiatan yang diperlukan. Yakni penetapan susunan organisasi serta tugas dan fungsi-fungsi dari setiap unit yang ada dalam organisasi, serta menetapkan kedudukan dan sifat hubungan antara masing-masing unit tersebut.

Di dalam pengorganisasian diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Membagi dan menggolongkan tindakan-tindakan dalam kesatuan tertentu.
- 2) Menentukan dan merumuskan pelaksanaan untuk melakukan tugas tersebut.
- 3) Memberikan wewenang kepada masing-masing pelaksanaan.
- 4) Menetapkan jalinan hubungan.¹⁹

Dari definisi di atas dapat dirumuskan bahwa pengorganisasian merupakan suatu proses untuk merancang struktur formal, mengelompokkan dan mengatur, serta membagi tugas-tugas atau pekerjaan diantara para anggota organisasi, agar tujuan organisasi dapat dicapai secara efisien.

c. *Actuating* (Penggerakkan)

¹⁸A.M. Kardaman dan Yusuf Udaya, *Pengantar Ilmu Manajemen (Buku Panduan Mahasiswa)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), h. 82.

¹⁹A. Rosyad Shaleh, *Manajemen...*, h. 79.

Penggerakan adalah bagian penting dari pada proses manajemen, berlainan dengan ketiga fungsi fundamental yang lain (*planning, organizing, controlling*). *Actuating* khususnya berhubungan dengan organisasi. Bahkan banyak manajer praktis beranggapan bahwa pergerakan merupakan intisari daripada manajemen.

Penggerakan adalah tindakan-tindakan yang menyebabkan suatu organisasi menjadi berjalan. Penggerakkan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan usaha, cara, teknik dan metode untuk mendorong para anggota organisasi dengan efektif, efisien dan ekonomis.²⁰

Didalam melakukan pergerakan diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Pemberian motivasi
 - 2) Perjalinan hubungan
 - 3) Penyelenggaraan komunikasi
 - 4) Pengembangan atau peningkatan pelaksanaan.²¹
- d. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan merupakan fungsi terakhir dalam manajemen yang dilaksanakan. Pengawasan yaitu tindakan atau proses kegiatan untuk mengetahui hasil pelaksanaan, kesalahan, kegagalan untuk kemudian dilakukan perbaikan dan mencegah agar pelaksanaan tidak berbeda dengan rencana yang telah ditentukan.

Fanyol yang dikutip Kadarman dan Udaya menyatakan bahwa dalam usaha, pengawasan yang dilaksanakan adalah untuk memastikan bahwa segala sesuatunya sesuai dengan rencana yang

²⁰Sondang Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajerial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 128.

²¹Ibrahim Lubis, *Pengendalian Dana Pengawasan Proyek Manajemen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), h. 112.

telah ditetapkan, instruksi yang diberikan dan prinsip yang telah ditentukan.²²

4. Elemen-Element Dasar Manajemen

Menurut Siagian, untuk memahami makna manajemen, kita butuh identitas dan penjelasan tentang elemen-elemen dalam definisi manajemen, yaitu: proses, optimasi, fungsi-fungsi, sumber-sumber, tugas dan tujuan.²³

- a. Proses adalah suatu seri atau sekuensi sistematis dari tindakan yang dilakukan manajer yang secara definitif berkaitan dengan tujuan atau hasil yang ingin di capai, atau satu cara sistematis untuk mengerjakan sesuatu.
- b. Optimasi berarti bahwa manajer bekerja untuk hasil-hasil jangka panjang yang mungkin paling baik untuk itu ia memerlukan pengetahuan, keterampilan dan motivasi.
- c. Fungsi-fungsi adalah berbagai kegiatan fungsional yang dilakukan oleh manajer untuk mengoptimasi sumber-sumber dan tugas-tugas. fungsi manajemen yang umum dilakukan oleh manajer adalah perencanaan, pengorganisasian, pengisian staf, pemimpin dan pengontrolan. Sebagai proses maka fungsi manajemen tersebut pada awalnya berlangsung secara sekuensial, tetapi kemudian pada saat tertentu mungkin fungsi yang satu didahului atau mendahului fungsi yang lainnya dan bahkan fungsi yang satu dengan yang lainnya saling tergantung dan dilaksanakan secara terintegrasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
- d. Sumber-sumber adalah segala sesuatu yang dibutuhkan dan digunakan untuk mencapai tujuan. Sumber-sumber yang diperlakukan untuk manajemen (*resources of management*) dapat dibedakan atas sumber daya manusia dan sumber daya non manusia.

²²A.M. Kardaman dan Yusuf Udaya, *Pengantar...*, h. 159.

²³Sondang Siagian, *Fungsi-Fungsi...*, h. 143.

Sumber daya manusia adalah orang yang bekerja atau membantu organisasi barang dan jasa, sedangkan sumber daya non manusia adalah berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan dan digunakan oleh orang untuk mencapai tujuan organisasi atau menghasilkan barang dan jasa.

- e. Tugas-tugas adalah berbagai pekerjaan yang dilakukan atau dikerjakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan-tujuannya.
- f. Tujuan atau sasaran (*goals*) adalah hasil yang ingin dicapai berupa barang-barang (*goods*) dan jasa-jasa (*services*). Tanpa tujuan suatu organisasi adalah tidak lebih dari satu kerumunan (*crowd*). Orang dapat dikumpulkan bersama tanpa tujuan. Tujuan justru mengarahkan bagi pengoptimasian sumber-sumber dan tugas-tugas melalui fungsi-fungsi manajemen.²⁴

5. Sumber-Sumber Manajemen

Kegiatan manajemen merupakan sumber-sumber dasar (*basic resources of management*). Sebab, bila tidak ada sumber-sumber yang mendukungnya, maka kegiatan manajemen tidak akan jalan. Sumber dasar manajemen disebut pula sarana manajemen (*tools of management*). Sumber-sumber tersebut terdiri atas *man and women, materials, methods, money, market* dan *information* yang dinyatakan dengan akronim 6M + 1I. Sumber-sumber tersebut sering dibedakan menjadi sumber daya manusia (*human resources*) dan sumber daya non manusia (*nonhuman resources*) juga disebut sumber-sumber materialis (*material resources*).²⁵

²⁴Sondang Siagian, *Fungsi-Fungsi...*, h. 150-151.

²⁵Umar Silalahi, *Pemahaman...*, h. 6.

a. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia (*human resources*) juga di namakan personalia (*personel*) adalah orang yang bekerja dalam organisasi atau orang yang melakukan berbagai aktivitas untuk mencapai tujuan.²⁶

Sumber daya manusia dibedakan menjadi manajer dan karyawan. Manajer adalah orang yang memiliki tugas, kewajiban, dan tanggung jawab mengelola sumber-sumber dan tugas-tugas untuk mencapai tujuan organisasi. Karyawan adalah orang yang melaksanakan kegiatan-kegiatan secara langsung untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.²⁷

b. Sumber daya material

Sumber daya material (*material resources*) adalah bagaimana fasilitas atau sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi.²⁸ Meskipun manusia menjadi elemen penting namun bila tidak disertai sumber daya material ini maka tujuan organisasi tidak akan tercapai.

6. Tujuan Manajemen dan Kinerja Manajer

Menurut Silalahi, manajer efektif (*effective managers*) menggunakan sumber-sumber organisasional dalam cara tertentu yang menghasilkan kinerja tinggi dan kepuasan kinerja dalam level tinggi di antara orang yang mengerjakan pekerjaan yang di perlukan. Selanjutnya, Silalahi menjelaskan bahwa dalam hal hasil akhir kinerja atau untuk mengukur kinerja manajerial, ada dua kinerja yang di gunakan, yakni: *effectiveness* dan *efficiency*.²⁹ Efektifitas adalah kemampuan untuk memilih tujuan-tujuan atau sasaran-sasaran yang tepat untuk mencapainya. Ini termasuk pemilihan metode-metode yang tepat untuk mencapai tujuan atau sasaran tersebut. Umumnya, efektifitas berarti menghasilkan

²⁶Umar Silalahi, *Pemahaman...*, h. 7.

²⁷Abdul Choliq, *Pengantar...*, h. 8.

²⁸Umar Silalahi, *Pemahaman...*, h. 8.

²⁹Abdul Choliq, *Pengantar...*, h. 10.

barang-barang atau jasa-jasa dengan satu cara yang tepat dan masyarakat anggap sesuai atau sejauh mana organisasi mewujudkan tujuan-tujuannya. Jadi efektivitas menunjuk pada keberhasilan pencapaian sasaran-sasaran organisasional, sehingga efektivitas digambarkan sebagai satu ukuran apakah manajer mengerjakan pekerjaan yang benar.

Efisiensi adalah kemampuan untuk membuat penggunaan sumber-sumber yang ada secara baik dalam proses pencapaian sasaran atau tujuan. Mencapai sesuatu secara tepat berhubungan dengan rasio dari *output* terhadap *input*. Artinya suatu organisasi menggunakan jumlah sumber-sumber yang minimum yang dibutuhkan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa-jasanya. Karena itu efisien digambarkan sebagai mengerjakan pekerjaan dengan benar (*doing things right*). Hal ini berhubungan dengan konsep masukan dan pengeluaran (*input-output*). Seorang manajer yang efisien adalah manajer yang mencapai keluaran atau hasil (barang dan jasa) melebihi masukan yang dipergunakan (tenaga kerja, bahan-bahan, waktu) untuk menghasilkan keluaran tersebut.³⁰

B. Manajemen *Wasilah*

1. Pengertian Manajemen *Wasilah*

Menurut bahasa *wasilah* berasal dari *tasawul* yakni fi'il madhi *wassala* yang mempunyai arti *al-qurbah* atau *taqarrub*, artinya mendekati diri dengan suatu perantara. *Wasilah* berarti "perantara", dalam bahasa Arab adalah isim dari kata kerja "*wasala ilahi bikadza, yasilu, wasilatan fahuwa wasilun*" artinya, mendekati diri dan mengharapkan. Dari kata itu terbentuk kata "*ma yutaqarrabu bihi ila al-ghairi*" artinya , sesuatu yang bisa mendekati diri pada hal yang lain.³¹

³⁰Abdul Choliq, *Pengantar...*, h. 9-10.

³¹Ahmad Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir; Arab-Indonesia Terlengkap*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1984), h. 1387.

Sedangkan *wasilah* menurut terminologi adalah mengadakan perantara untuk menyampaikan tujuan kepada sesuatu yang dimaksud dan tidak mungkin seseorang sampai kepada maksud; kecuali melalui perantara atau *wasilah* yang sesuai dengannya.³²

Dalam ilmu manajemen lembaga, *wasilah* lebih dikenal dengan nama manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memadukan tentang kegiatan yang akan dijelaskan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Manajemen pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang mengarahkan kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.³³

Menurut Kotler yang diikuti oleh Assauri, tujuan dari manajemen pemasaran adalah membuat penjualan berlebihan. Tujuannya ialah mengetahui dan memahami konsumen sedemikian baiknya sehingga produk atau jasa cocok, dan prodak atau jasa itu menjual sendiri.³⁴ Hal ini berarti penjualan dan promosi itu penting, tetapi keduanya itu bagian dari "marketing mix" yang lebih besar atau bagian dari seperangkat alat-alat pemasaran yang dimainkan untuk mendapatkan dampak maksimum terhadap pasar.

Oleh karena itu, manajemen *wasilah* merupakan hal yang sangat penting bagi promosi suatu produk atau jasa dari perusahaan demi

³²Ahmad Abu Sa'd, *Mu'jam al-Tarâkib wa al-'Ibarat al-Ishthilâhiyyah al-'Arabiyah al-Qadîm minhâ wa al-Muwallad*, (Beirut: Dar al-'Ilm li al-Malayin, 1987), h. 2154.

³³Thamrin Abdullah dan Tantri Francis, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h. 168-169.

³⁴Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 168-169.

tercapainya suatu tujuan pemasaran. Hal ini juga didukung oleh pendapat lain mengenai manajemen, yaitu serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan beroperasi untuk mencapai tujuannya. Salah satu fungsi manajemen *wasilah* adalah agar mampu meningkatkan jumlah jamaah haji dan umroh serta memotivasi masyarakat untuk melaksanakan haji dan umroh strategi *wasilah* yang lebih efektif dan terarah, dapat merumuskan tujuan perusahaan dan pengawasan kegiatan *wasilah*.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa manajemen *wasilah* ini menjadi salah satu tombak dan modal utama dalam memasarkan biro travel haji dan umrah, tanpa adanya strategi *wasilah* perusahaan tidak akan berkembang dan beroperasi dengan baik sesuai dengan apa yang menjadi tujuan utama dalam meningkatkan jumlah jamaah travel umrah.

2. Karakteristik *Wasilah*

Wasilah adalah sebuah bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu pelanggan yang sudah merasakan produk kepada calon pelanggan lainnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Ini artinya bahwa dalam *wasilah*, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Selain itu dalam marketing syariah, yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari keridhoan Allah, maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah. Ini akan menjadi bibit dan modal dasar baginya untuk tumbuh menjadi bisnis yang besar, yang memiliki

spiritual *brand*, yang memiliki kharisma, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi.³⁵

Wasilah dijalankan secara religius oleh mantan pelanggan yang sudah merasakan kepuasan terhadap produk jasa suatu perusahaan. Manajemen *wasilah* mengikuti sunnah Rasulullah SAW, bahwa Islam lebih mengutamakan bahwa pintu rejeki ada pada kegiatan perdagangan, sebagaimana Rasulullah SAW bersabda: “Berdaganglah kamu, sebab lebih dari sepuluh bagian dari kehidupan, sembilan diantaranya dihasilkan dari berdagang”.³⁶ Perdagangan memang memiliki kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan industri, pertanian, dan jasa.

Syarat orang yang melakukan *wasilah* memiliki beberapa hal diantaranya sebagai berikut:³⁷

a. Bertanggungjawab

Allah SWT berfirman dalam QS. at-Takatsur ayat 8:

ثُمَّ لَتُسْأَلُنَّ يَوْمَئِذٍ عَنِ النَّعِيمِ ﴿٨﴾

Artinya: Kemudian kamu pasti akan ditanyai pada hari itu tentang kenikmatan (yang kamu megah-megahkan di dunia itu).³⁸

Seorang pemasar yang ideal hendaknya mampu menunaikan kewajibannya dan bertanggungjawab tidak hanya kepada sesamanya, malainkan juga kepada Allah SWT dan menjadi pekerja yang bertanggungjawab di masyarakat.

b. Mandiri

³⁵Nurul Huda, dkk., *Pemasaran Syariah; Teori dan Implikasi*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 26.

³⁶Monzer Kahf, *Ayat & Hadits tentang Ekonomi*, penerjemah: Unang Fauzi & Muhammad Isa, (Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2022), h. 276.

³⁷Nurul Huda, dkk., *Pemasaran...*, h. 28.

³⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 1087.

Allah SWT berfirman dalam QS. ar-Ra'd ayat 11:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِّنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُم مِّنْ دُونِهِ مِنِّ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.³⁹

Bagi tiap-tiap manusia ada beberapa malaikat yang menjaganya secara bergiliran dan beberapa malaikat yang mencatat amal-amalannya. Oleh karena itu, manusia yang baik di sisi Allah SWT adalah selalu berusaha lebih baik dari pada kemarin, selalu optimis, memiliki motivasi kerja, etos kerja, dan semangat yang tinggi untuk meraih hari esok yang lebih baik. Karena itu pula pemasar yang ideal tidak menggantungkan nasibnya pada belas kasihan orang lain selain pada kemandiriannya dalam kerja.

c. Kreatif

Allah SWT berfirman dalam QS. al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

³⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 87.

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.⁴⁰

Seorang pemasar hendaknya tidak kehabisan akal dalam mengarungi kehidupan ini, termasuk dalam menghadapi para pesaing bisnisnya. Kegagalan dalam salah satu usaha akan memacu kreativitas berkarya dalam bentuk dan cara yang lain.

d. Mampu Mengambil Pelajaran dari Pengalaman

Allah Swt berfirman dalam QS. Al-Hasyr ayat 18:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁴¹

Seorang pemasar yang ideal hendaknya selalu menjadikan kegagalan maupun kesuksesan yang telah diperolehnya sebagai guru yang paling baik dalam memberikan pelajaran untuk mengambil langkah dan strategi yang tepat di masa yang akan datang.

e. Selalu Optimis

Allah SWT berfirman dalam QS. Yusuf ayat 87:

يَبْنَئِ أَدْهَبُوا فَتَحَسَّسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَأْيِسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَأْيِسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْكٰفِرُونَ ﴿٨٧﴾

⁴⁰Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 1691.

⁴¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 945.

Artinya: Hai anak-anakku, pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir.⁴²

Seorang pemasar yang ideal hendaknya selalu memiliki sikap optimis sehingga muncul dalam dirinya kesungguhan tekad dalam berusaha yang akan menjadi pendorongnya saat ia menemui kegagalan.

f. Jujur dan Dapat Dipercaya

Allah SWT berfirman dalam QS. al-Baqarah ayat 177:

﴿لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ
بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ
ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَأَبْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ
وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ
فِي الْبَأْسَاءِ وَالصَّرَاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ
الْمُتَّقُونَ﴾

Artinya: Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.⁴³

⁴²Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 376.

⁴³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 67.

Seorang pemasar hendaknya selalu mengutamakan sikap jujur dan dapat dipercaya karena hal itulah yang menentukan kesuksesan dalam memperoleh kebahagiaan.

g. Sabar Tidak Panik

Allah SWT berfirman dalam QS. al-Baqarah ayat 155:

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ

وَنَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ

Artinya: Dan sungguh akan kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar.⁴⁴

Seorang pemasar yang ideal hendaknya selalu sabar dan tidak panik kala menemui kegagalan. Ia selalu yakin dan percaya akan pertolongan Allah SWT.

3. Unsur-Unsur Manajemen Pemasaran Islami

Untuk mengetahui lebih lanjut konsep dasar bauran pemasaran dan unsur-unsur terkait didalamnya dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Manajemen Produk

Didalam kondisi persaingan, sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk mengembangkannya meningkatkan penjualan dan *share* pasarnya, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan kearah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar.⁴⁵

⁴⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 65.

⁴⁵Sofjan Assauri, *Manajemen...*, h. 199.

b. Manajemen Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menanganinya permasalahan harga tersebut. Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang perusahaan.

Tujuan manajemen penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan tercapai. Hal yang penting karena tujuan perusahaan dalam menjalankan kegiatan perusahaan, termasuk kebijakan penetapan harga. Ada beberapa tujuan penetapan harga yang diambil, yaitu sebagai berikut:

- 1) Memperoleh laba yang maksimum;
- 2) Mendapatkan *share* pasar tertentu;
- 3) Memerah pasar (*market skimming*); dan
- 4) Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu.
- 5) Mencapai keuntungan yang ditargetkan.
- 6) Mempromosikan produk.⁴⁶

c. Manajemen Penyaluran atau Distribusi (Tempat)

Saluran dalam distribusi diperlukan oleh setiap perusahaan, karena produsen menghasilkan produk dengan memberikan kegunaan bentuk (*formality*) bagi konsumen setelah sampai ketangannya, sedangkan lembaga penyalur membentuk atau memberikan kegunaan waktu, tempat dan pemilikan dari produk itu. Dengan demikian, setiap produsen dalam menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen hendaknya dapat

⁴⁶Sofjan Assauri, *Manajemen...*, h. 223-227.

menyesuaikan dengan saat kapan dan dimana produk itu diperlukan serta oleh siapa saja produk itu dibutuhkan.⁴⁷

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan saluran distribusi tersebut, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jenis dan sifat produk;
- 2) Sifat konsumen potensial;
- 3) Sifat persaingan yang ada; dan
- 4) Saluran (*channels*) itu sendiri.⁴⁸

d. Manajemen Promosi

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli konsumen. Oleh karena itu, perusahaan bisa mempengaruhi para konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi, yang merupakan salah satu dari acuan bauran pemasaran.

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut acuan atau bauran promosi.⁴⁹

Dalam proses manajemen pemasaran, manajemen dan rencana pemasaran merupakan unsur utama sehingga perlu dikaji secara mendalam, terukur, dan kreatif agar dapat memandu kegiatan pemasaran dengan baik. Pengembangan manajemen pemasaran sebaiknya dilakukan setiap waktu, serta diperlukan adanya bauran antara kedisiplinan dan fleksibilitas dalam pengembangannya. Perencanaan merupakan suatu proses melihat jauh kedepan dalam rangkaantisipasi dan perubahan kearah yang lebih baik, mencari

⁴⁷Sofjan Assauri, *Manajemen...*, h. 235.

⁴⁸Sofjan Assauri, *Manajemen...*, h. 223-227.

⁴⁹Sofjan Assauri, *Manajemen...*, h. 268.

solusi yang tepat, mengoptimalkan manfaat pembangunan secara pasti, serta mencapai tujuan yang diharapkan.

Oleh sebab itu, hendaknya manusia membuat suatu perencanaan dan melakukan evaluasi dalam setiap aktivitas yang dilakukan sehingga segala sesuatu yang dilakukan dapat menjadi suatu keberkahan bagi kehidupan di dunia dan akhirat. Dalam berbisnis perusahaan perlu memiliki manajemen pemasaran bisnis yang semata-mata mementingkan keuangan, namun juga mementingkan kekuatan produk sehingga dapat berpotensi menghasilkan penghasilan dalam jangka waktu yang panjang.⁵⁰

Setiap perusahaan memiliki tiga pandangan terhadap manajemen pemasaran dalam melayani pasar, yaitu sebagai berikut:

a. *Mass Marketing*

Manajemen ini sering disebut manajemen agregasi pasar atau pemasaran tidak terdiferensiasi. Manajemen ini didasarkan pada filosofi Mass Marke, yang menganggap suatu pasar besar dengan kebutuhan yang serupa, tanpa ada segmen-segmen individual. Perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan semua pembeli dengan melakukan produksi massa, dan promosi massa suatu produk.

b. *Product-Variety Marketing*

Di dalam manajemen ini perusahaan berusaha menghasilkan beberapa produk yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda, misalnya : kualitas, ukuran, model, warna atau ciri-cirinya. Manajemen ini lebih menekankan penyediaan berbagai macam produk kepada pembeli dari pada usaha menarik berbagai segmen pasar yang berbeda.

⁵⁰Vaitzhal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT.Bumi Akasara, 2017), h. 76-77.

c. *Target Marketing*

Perusahaan melakukan segmentasi pasar, kemudian memilih satu atau lebih segmen yang dianggap paling potensial dan menguntungkan serta mengembangkan produk dan program pemasaran yang dirancang khusus untuk segmen-segmen yang dipilih.⁵¹

4. **Karakteristik Manajemen Pemasaran Islami**

Karakteristik pemasaran Islami merupakan ciri khusus dalam pemasaran Islami yang membedakan dengan *conventional marketing* dan dijadikan pedoman bagi seorang pemasar dalam menjalankan proses pemasarannya sesuai prinsip syariah. Empat karakteristik pemasaran Islami tersebut adalah:⁵²

a. Teistis (*rabbaniyah*)

Teistis (*rabbaniyah*) adalah ciri khas pemasaran Islami yang bersifat religius. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok pada perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Seorang marketer meyakini bahwa hukum-hukum syari'at Islam merupakan hukum yang paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, memusnahkan kebatilan, dan menyebarluaskan kemaslahatan. Implementasi dari teistis adalah syariah marketer akan segera mematuhi hukum-hukum syariah dalam segala aktivitasnya sebagai seorang pemasar. Mulai dari melakukan strategi pemasaran, memilah-milah pasar, memilih pasar yang menjadi

⁵¹Usmara Usi, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2011), h. 27-29.

⁵²Nurul Huda, dkk., *Pemasaran...*, h. 28.

fokusnya, hingga menetapkan identitas perusahaan yang senantiasa tertanam dalam benak pelanggannya.

Kemudian, taktik yang dipilih serta *marketing mix*-nya senantiasa dijiwai oleh nilai-nilai religius. Syariah marketer akan senantiasa merasa diawasi oleh Allah SWT. Landasan moral kerja dimana salah satunya adalah merasa dipantau. Hal tersebut sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. al-Zalzalah ayat 7-8:

﴿فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ﴾ وَمَنْ ﴿يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ﴾

Artinya: *Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah-pun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrah-pun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.*⁵³

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa ketika hawa nafsu menguasai diri seorang syariah marketer, maka ia akan merasa berdosa, kemudian segera bertobat dan menyucikan diri dari penyimpangan yang dilakukan. Ia akan senantiasa memelihara hatinya dan memancarkan cahaya kebaikan dalam segala aktivitas bisnisnya.

b. Etis (*akhlaqiyah*)

Etis (*akhlaqiyah*) adalah ciri khas pemasaran Islami dimana marketer senantiasa mengedepankan akhlak (moral dan etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran Islami adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai bersifat universal yang diajarkan semua agama. Rasulullah SAW bersabda: “Diantara akhlak seorang mukmin adalah berbicara dengan baik, bila mendengarkan pembicaraan tekun, bila

⁵³Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 1279.

berjumpa orang dia menyambut dengan wajah ceria dan bila berjanji ditepati.” (H.R. Ad-Dailami)⁵⁴

Dari hadits tersebut, dapat diketahui bahwa syariah marketer hendaknya berbicara baik (syariah marketer akan jujur menceritakan kekurangan dan kelebihan produk yang ditawarkannya), bersikap ramah, dapat mendengar dengan baik (mampu menghargai pendapat orang lain), rendah hati dan dapat melayani dengan tulus. Dengan ketulusan, semua bentuk pekerjaan yang berbentuk kebiasaan akan berubah menjadi ibadah.

c. Realistis (*al-Waqi'iyah*)

Realistis (*al-Waqi'iyah*) adalah ciri khas pemasaran Islami di mana syariah marketer bukan pemasar yang eksklusif, fanatik, dan kaku tetapi profesional dan fleksibel dalam bersikap dan bergaul, sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama dan ras. Menurut Yadi Purwanto, seorang muslim tidak bisa menghindari tanggung jawab yang hanya sekedar jangka pendek melainkan dibutuhkan profesionalisme dan akuntabilitas yang tinggi sehingga melampaui dimensi duniawi. Allah SWT sengaja memberikan fleksibilitas agar penerapan syariah senantiasa realistis dan dapat mengikuti perkembangan zaman. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al-Maidah ayat 101:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَسْأَلُوا عَنْ أَشْيَاءَ إِن تُبَدَّ لَكُمْ تَسْؤُكُمْ وَإِن تَسْأَلُوا

عَنْهَا حِينَ يُنَزَّلُ الْقُرْآنُ تُبَدَّ لَكُمْ عَفَا اللَّهُ عَنْهَا وَاللَّهُ غَفُورٌ حَلِيمٌ ﴿١٠١﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menanyakan (kepada Nabimu) hal-hal yang jika diterangkan kepadamu akan menyusahkan kamu dan jika kamu menanyakan di waktu Al-

⁵⁴Mozer Kahf, *Ayat & Hadits...*, h. 156.

*Quran itu diturunkan, niscaya akan diterangkan kepadamu, Allah memaafkan (kamu) tentang hal-hal itu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun.*⁵⁵

Al-Qardhawi menyebut ayat tersebut sebagai sebuah kelonggaran (*al-'afw*). Semua ini menunjukkan bahwa sedikitnya beban dan luasnya ruang kelonggaran bukanlah suatu kebetulan melainkan kehendak Allah agar syari'at Islam senantiasa abadi dan kekal sehingga sesuai bagi setiap zaman. Pada sisi inilah syariah marketing berada, syariah marketer bergaul dalam melakukan transaksi bisnis ditengah-tengah realitas kemunafikan, kecurangan, kebohongan, penipuan sudah menjadi biasa dalam dunia bisnis. Akan tetapi, Ia berusaha tegar dan istiqamah dalam mewujudkan pemasaran yang sesuai syari'at Islam.

d. Humanistis (*al-Insaniyyah*)

Keistimewaan pemasaran Islami yang lain adalah sifatnya humanistis universal. Pengertian humanis adalah syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya dapat terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kemewahannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Memiliki niali humanistis, seorang marketer menjadi manusia yang terkontrol dan seimbang bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya, bukan menjadi manusia yang bisa bahagia di atas penderitaan orang lain atau manusia hatinya kering dengan kepedulian sosial.⁵⁶

Hal tersebut dapat dikatakan prinsip *ukhuwah insaniyyah* (persaudaraan antar manusia). Bukankah Nabi Muhammad SAW diutus sebagai rahmat bagi seluruh alam, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Anbiya' ayat 107:

⁵⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 129.

⁵⁶Nurul Huda, dkk., *Pemasaran...*, h. 28.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿٥٧﴾

Artinya: *Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam.*⁵⁷

C. Haji dan Umrah

1. Pengertian Haji

Haji menurut pengertian bahasa berarti berniat pergi, bermaksud atau menuju kesuatu tempat tertentu. Haji dalam pengertian istilah para ulama, ialah menuju ke Ka'bah untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu atau dengan perkataan lain bahwa haji adalah mengunjungi suatu tempat tertentu dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu. Aziz dan Kustini menyatakan bahwa yang dimaksud dengan haji secara bahasa adalah menuju kemuliaan. Sedangkan pengertian haji secara istilah adalah amalan-amalan tertentu dan cara tertentu pula.⁵⁸

Menurut Mahmud, pengertian haji adalah sengaja berkunjung menziarahi ka'bah yang terletak di masjidil haram di Makkah, dengan niat menunaikan ibadah haji rukun Islam kelima memenuhi perintah Allah.⁵⁹

Dari beberapa pengertian tersebut dapat dipahami bahwa haji adalah suatu ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi Ka'bah dan dilakukan pada waktu tertentu serta syarat-syarat yang telah ditentukan atau ditetapkan. Kesemuanya itu dilakukan dalam rangka mentaati perintah Allah SWT dan untuk mencapai ridha-Nya.

Ibadah haji mulai diperintahkan pada akhir tahun ke-9 Hijriyah (setelah Nabi berada di Madinah), dengan diturunkannya ayat yang

⁵⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 821.

⁵⁸Abdul Aziz dan Kustini, *Ibadah Haji dalam Sorotan Publik*, (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2007), h. 7.

⁵⁹Mahmud, *Manajemen Haji, Umrah dan Wisata Agama*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), h. 2.

berkaitan dengan kewajiban haji, yaitu QS. Ali Imron ayat 97, yang berbunyi:

فِيهِ ءَايَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ

الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya: *Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta ala.*⁶⁰

Perintah haji yang diturunkan pada tahun itu belum tentu belum dilaksanakan oleh Rasulullah dan kaum muslimin karena adanya suatu halangan. Haji baru dapat dilakukan oleh nabi dan kaum muslimin setelah kemudian, yaitu pada tahun ke-10 Hijriyah. Haji inilah satu-satunya yang dilakukan Nabi.

Ibadah haji merupakan ibadah yang tidak biasa yang tidak setiap saat orang dapat menunaikannya, karena melaksanakan ibadah haji membutuhkan kekuatan fisik, disamping kekuatan dana bagi muslim yang tinggal jauh dari Makkah. Oleh karena itu Allah hanya mewajibkan bagi orang-orang yang mampu (*istitha'ah*). *Istitha'ah* atau kesanggupan melaksanakan haji dinilai dari berbagai aspek:

- a. *Financial*, memiliki kecukupan uang untuk membayar biaya ibadah haji dan termasuk meninggalkan uang untuk biaya hidup keluarga selama ditinggalkan.
- b. Kesehatan, tidak memiliki halangan untuk melakukan ibadah haji.

⁶⁰Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an...*, h. 62.

- c. Keamanan, terjamin keamanan baik dalam perjalanan maupun selama berada ditempat ibadah haji.
- d. Transportasi, tersedia alat transportasi yang diperlukan.
- e. Kuota, kapasitas yang ditentukan oleh Kerajaan Arab Saudi.
- f. Tidak ada *syar'i* lainnya, misalnya ada orang tua yang sudah uzur atau keluarga sakit yang tidak bisa ditinggalkan atau halangan lainnya yang dibenarkan oleh agama.⁶¹

2. Macam-Macam Haji

Dalam pelaksanaan haji terdiri dari tiga macam, yaitu sebagai berikut:

- a. Haji *ifrad*, yaitu membedakan haji dan umrah, ibadah haji dan umrah masing-masing dikerjakan tersendiri. Adapun pelaksanaannya, ibadah haji dilakukan terlebih dahulu setelah selesai, baru melakukan umrah dalam satu musim haji.
- b. Haji *tammatu'*, yaitu melakukan umrah terlebih dahulu pada bulan haji dan setelah selesai baru melakukan haji. Adapun pelaksanaannya yaitu melakukan *ihram* dari *miqot* untuk umrah, kemudian melaksanakan haji setelah menyelesaikan semua pekerjaan umrah, keduanya dilaksanakan pada musim haji tahun yang bersangkutan juga.⁶²
- c. Haji *qiran*, yaitu melaksanakan ibadah haji dan umrah secara bersamaan. Untuk pelaksanaannya yaitu melakukan ihram dari miqot dengan niat untuk haji serta umrah sekaligus dan melakukan semua pekerjaan haji.⁶³

⁶¹Ahmad Jaelani, *Panduan Ibadah Haji dan Umrah*, (Yogyakarta: Buku Pintar, 2015), h. 26.

⁶²Departemen Agama Republik Indonesia, *Pedoman Peragaan Ibadah Haji*, (Jakarta: Ditjen PHU, 2000), h. 51.

⁶³Departemen Agama Republik Indonesia, *Modul Pembelajaran Ibadah Haji*, (Jakarta: Ditjen PHU, 2008), h. 67.

3. Pengertian Umrah

Kata umrah diambil dari kata *i'timar* yang berarti ziarah atau berkunjung, yakni menziarahi Ka'bah dan berthawaf disekelilingnya, kemudian bersa'i antar Shafa dan Marwa, serta mencukur rambut (*tahallul*) tanpa wukuf di Arafah⁶⁴.

Dalam buku bimbingan haji dan umrah Departemen Agama RI, umrah ialah berkunjung ke Baitullah untuk melakukan thawaf, sa'i, bercukur demi mengharap ridha Allah.⁶⁵ Umrah dapat dilaksanakan kapan saja kecuali pada waktu-waktu yang dimakruhkan (hari Arafah, Nahar, dan Tasyrik).

Dalam melaksanai ibadah umrah para jama'ah mengerjakan amalan ibadah umrah. Adapun rangkaian amalan ibadah umrah ada 4, yaitu sebagai berikut:

- a. Berihram (berniat untuk umrah) di Miqat;
- b. Melakukan thawaf sebanyak tujuh kali putaran;
- c. Melakukan sa'i antara Shofa dan Marwa; dan
- d. Mencukur atau memotong rambut.⁶⁶

Mengenai umrah nabi Muhammad SAW telah melakukan umrah sebanyak empat kali, semuanya dilakukan pada bulan Dzulqo'dah, kecuali umrah yang dilakukan bersama dengan hajinya. Keempat umrah yang dilakukannya itu ialah:

- a. Umrah Hudaibiyah, yaitu umrah yang dilakukan oleh nabi untuk menziarahi Ka'bah pada tahun ke-6 Hijriyah, karena pada saat akan berihram di Hudaibiyah.
- b. Umrah Qadha, yaitu umrah yang dilakukan oleh nabi pada tahun ke-8 Hijriyah. Karena pada tahun ke-7 hijriyah tidak dapat melakukan umrah sehingga dilakukan pada tahun ke-8.

⁶⁴Ahmad Jaelani, *Panduan...*, h. 177.

⁶⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *Modul...*, h. 3.

⁶⁶Abu Kayyisa Zaki Rakhmawan, *Panduan Manasik Haji dan Umrah*, (Bandung: Pustaka Khazanah Fawa'id, 2015), h. 10.

- c. Umrah Ja'ronah, yaitu umrah yang dilakukan pada tahun ke-8 hijriyah, karena nabi pada saat berhaji melakukan ihram di Ja'ronah.
- d. Umrah yang terakhir dilakukannya bersama haji wadda' pada tahun ke-9 hijriyah.⁶⁷

4. Macam-Macam Umrah

Menurut Rakhmawan, macam-macam umrah ada 2 (dua), yaitu sebagai berikut:

- a. Umrah wajib, adalah umrah yang dilakukan pertama kalinya dalam kaitan dengan pelaksanaan ibadah haji, seperti diketahui dalam melaksanakan ibadah haji kita diwajibkan untuk melakukan ibadah haji dan umrah untuk satu kesatuan.
- b. Umrah sunah, umrah sunah bisa dilakukan kapan saja mau sebelumnya atau sesudahnya. Ibadah umrah ini juga boleh dilakukan diluar musim haji, dimana tatacara pelaksanaannya sama dengan umrah wajib yang termasuk ibadah haji, setelah jamaah bertahallul maka selesailah ibadah umrah sunnah adapun yang membedakannya adalah dalam mengucapkan niatnya.⁶⁸

⁶⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Modul...*, h. 81.

⁶⁸Abu Kayyisa Zaki Rakhmawan, *Panduan...*, h. 12.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹

Dalam penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan adalah berbentuk kata-kata, atau gambar, bukan angka seperti dalam penelitian kuantitatif.² Jadi, data yang diperoleh dalam penelitian ini tidak berupa angka-angka tetapi data yang terkumpul berbentuk kata-kata lisan yang mencakup laporan dan foto-foto.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertanyaan.³ Dengan kata lain, data-data primer ini berasal dari hasil transkrip hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan informan dan responden.

2. Data Sekunder

Data skunder adalah data yang sudah tersusun dan sudah dijadikan dalam bentuk dokumen-dokumen.⁴ Dengan kata lain, data-

¹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), h. 14.

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 40.

³Moleong, *Metodologi Penelitian.....*, h. 143.

⁴P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 143.

data sekunder ini berupa dokumen-dokumen yang diambil dari tempat penelitian. Adapun sumber data sekunder di sini adalah buku-buku yang terkait, arsip-arsip, dokumen, catatan dan laporan, foto-foto kegiatan penelitian.

C. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa metode yang berkaitan dengan teknik pengumpulan data, yakni sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Arikunto, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.⁵

Wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi (pengamatan).⁶ Dalam penelitian ini, teknik wawancara digunakan untuk memperoleh data dari informan penelitian tentang manajemen *wasilah* sebagai upaya meningkatkan jumlah jama'ah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁷ Dengan kata lain, teknik observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan yang

⁵Arikunto, *Prosedur Penelitian*...., h. 194.

⁶S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan; Komponen MKDK*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 100.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 203.

digunakan dengan mengadakan pengamatan fenomena-fenomena yang dijadikan pengamatan.⁸

Adapun cara yang digunakan adalah mengadakan pengamatan langsung di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu dengan cara melihat dan dengan penginderaan lainnya. Observasi secara langsung mempunyai maksud untuk melihat data tentang manajemen manajemen pemasaran *wasilah* sebagai upaya meningkatkan jumlah jama'ah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

Dalam hal ini penelitian akan melihat keseluruhan proses mulai dai promosi, perekrutan, pengurusan dokumen, pengecekan kesehatan, pemberian vaksin kesehatan, pembagian alat dan atribut, pelaksanaan manasik, keberangkatan hingga proses pemulangan dari tanah suci bagi jamaah haji dan umrah PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda dan sebagainya.⁹ Dokumentasi dalam penelitian ini diperlukan untuk mengambil data gambaran umum, data pendirian, data jumlah jamaah, serta foto-foto selama penelitian di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu. Dokumen yang akan peneliti ambil ialah:

- a. Laporan tentang sejarah PT. Bahana Sukses Sejahtera;
- b. Laporan tentang struktur organisasi PT. Bahana Sukses Sejahtera;
- c. Laporan tentang karyawan PT. Bahana Sukses Sejahtera;
- d. Laporan tentang pendaftaran jamaah haji dan umrah;
- e. Laporan tentang proses promisi jamaah haji dan umrah; dan
- f. Laporan tentang perkembangan jumlah jamaah haji dan umrah.
- g. Laporan

⁸Margono, *Metodologi Penelitian.....*, h. 43.

⁹Subagyo, *Metode Penelitian.....*, h. 20.

D. Informan Penelitian

Menurut Sugiyono, informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian.¹⁰ Selain itu, Arikunto menjelaskan bahwa informan adalah orang yang diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian.¹¹

Dari penjelasan tersebut penulis memahami bahwa informan adalah atasan dan bawahan. Dimana terjadi komunikasi yang berlangsung terus menerus, karena informan adalah orang yang terlibat langsung dalam kegiatan yang akan diteliti. Maka yang akan penelitian wawancara dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No.	Nama	L/P	Jabatan
1	Adhi Stiawan, S.Pi	L	Kepala Cabang
2	Ilham Rahmatun Putra, M.Ag	L	Pembimbing Ibadah
3	Gesinta Yuricha	P	Staf Adiminstrasi
4	Anton Saputra	L	Technical Service Sales
5	Bunaya Alamsari Ahmad	L	Jamaah
6	Eddy Sabara Solimin	L	Jamaah
7	Laila Suryati Solimin	P	Jamaah
8	Ernawati Supardi Senan	P	Jamaah
9	Rosnaini Khaidir Saidi	P	Jamaah
10	Hendri Irwan Bahar	L	Jamaah

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, h. 322.

¹¹Arikunto, *Prosedur Penelitian.....*, h. 19.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif adalah suatu proses kategori urutan data, mmengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori urutan data, ketegori uraian dasar, dan penafsiran untuk memberikan arti yang signifikan terhadap dari data yang telah diperoleh.¹²

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dari awal hingga akhir pengumpulan data yang bersifat terbuka dan induktif, sehingga tidak menutup kemungkinan akan terjadi reduksi data, perbaikan dan verifikasi atas data yang diperoleh, hal ini dimaksudkan untuk lebih mempermudah pemahaman dan kejelasan. Langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Merupakan hasil dari data informasi yang diperoleh dari pengumpulan data baik menggunakan teknik wawancara, pengamatan maupun observasi, data yang terkumpul masih berupa data mentah yang belum diolah, sehingga masih perlu dipilih data yang penting dan tidak.

2. Reduksi Data

Reduksi data dimaksudkan untuk memperoleh data yang lebih fokus dan tajam, karena data yang menumpuk belum dapat memberi gambaran yang jelas. Reduksi data merupakan penyederhanaan yang diperoleh dari catatan lapangan sebagai upaya untuk mengorganisasikan data dan memudahkan penarikan kesimpulan.

3. Penyajian Data

Data yang dihasilkan melalui proses reduksi data akan langsung disajikan sebagai kumpulan informasi terusan yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Peneliti membuat ini dengan naratif guna memperjelas hasil penelitian ini.

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, h. 322.

4. Kesimpulan

Dari hasil pengumpulan data kemudian direduksi dan diverifikasi, pengertian verifikasi adalah pembuktian yaitu proses mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola dan penjelasan, kemudian data disajikan dan disimpulkan. Kesimpulan yang diverifikasi selama penelitian berlangsung untuk mencari kesimpulan akhir.¹³

F. Validitas Data

Validitas data merupakan faktor yang penting dalam sebuah penelitian karena sebelum data dianalisis terlebih dahulu mengalami pemeriksaan. Validitas membuktikan hasil yang diamati sudah sesuai dengan kenyataan dan memang sesuai yang sebenarnya atau kejadian.¹⁴ Teknik pengujian validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan dengan memanfaatkan suatu yang lain dari data tersebut sebagai bahan pembanding atau pengecekan dari data itu sendiri.¹⁵

Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Teknik pengujian validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan dengan memanfaatkan suatu yang lain dari data tersebut sebagai bahan pembanding atau pengecekan dari data itu sendiri.¹⁶ Dalam penelitian ini, teknik triangulasi yang akan digunakan yaitu:

1. Triangulasi Data

Teknik triangulasi data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang sejenis dari beberapa sumber data

¹³Moleong, *Metodologi Penelitian.....*, h. 156.

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, h. 27.

¹⁵Arikunto, *Prosedur Penelitian:.....*, h. 28.

¹⁶Moleong, *Metodologi Penelitian.....*, h. 29.

yang berbeda.¹⁷ Dalam penelitian ini, penggunaan triangulasi data adalah data dikumpulkan dari beberapa sumber data (informasi dari responden dan informan yang diwawancara berbeda-beda).

2. Triangulasi Metode

Sedangkan dalam teknik triangulasi metode dalam penelitian kualitatif, teknik ini dilakukan dengan cara menggali data yang sama dengan metode yang berbeda.¹⁸ Oleh sebab itu, dalam penelitian ini, penggunaan triangulasi metode adalah penggunaan metode yang berbeda (wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk memperoleh data yang sama.



¹⁷Subagyo, *Metode Penelitian.....*, h. 187.

¹⁸Margono, *Metodologi Penelitian.....*, h. 88.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BStTravel

1. Sejarah Singkat Perusahaan

BStTravel berdiri sejak tahun 2014 yang mengkhususkan dalam bidang usaha Tour & Travel. Berkantor di wilayah Summarecon Serpong kami terus melakukan ekspansi bisnis cakupan nasional dan internasional melalui jaringan Tour & Travel, baik domestik maupun internasional.¹

Melihat animo paket perjalanan ibadah haji dan umrah yang sangat tinggi, dan sekaligus terus berinovasi memberikan layanan terbaik untuk perjalanan ibadah haji dan umrah bagi kaum muslimin dan muslimat seluruh Indonesia dengan berbagai pilihan paket umrah, dan tentunya dengan selalu mengedepankan kenyamanan jamaah dalam beribadah.²

Sesuai UU No. 8 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, bahwa penyelenggara ibadah umrah adalah perusahaan yang telah resmi memiliki izin operasional yang dikeluarkan Kementerian Agama Republik Indonesia dengan pengatan sesuai UU No. 11 tahun 2020 (Ciptakerja/Omnibus Law).³

Salah satu perusahaan jasa penyelenggaraan haji dan umrah adalah BStTravel dari PT. Bahana Sukses Sejahtera. PT. Bahana Sukses Sejahtera berdiri sejak tahun 2014 dalam bidang usaha *tour & travel* yang berpusat di Ruko Blok SA No. 32 Jl. Perum Dasana Indah Bojong Nangka Kecamatan Kelapa Dua Kabupaten Tangerang Provinsi Banten dan

¹BStTravel, *Company Profile PT. Bahana Sukses Sejahtera*, (Banten: BStTravel Haji, Umroh & International, 2023), h. 2.

²BStTravel, *Company Profile...*, h. 2.

³BStTravel, *Company Profile...*, h. 6.

memiliki izin dari Kementerian Agama Republik Indonesia No. 530 tahun 2021.⁴

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadikan BSTravel sebagai perusahaan Tour & Travel yang memiliki standar & mutu internasional dan berperan aktif dalam meningkatkan mobilitas masyarakat Indonesia dan dunia internasional.⁵

b. Misi

- 1) Perusahaan yang memiliki standar pelayanan prima tetap mementingkan efisiensi dan efektifitas dalam kegiatan operasional.
- 2) Berperan aktif dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN dan Asia dengan memberikan kontribusi terhadap mobilitas transportasi, akomodasi, dan telekomunikasi sebagai kesatuan utuh.
- 3) Menjadikan perusahaan yang dapat memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat melalui program pemberdayaan lingkungan (CSR) dan kegiatan lain yang mengedepankan pemberdayaan sumber daya manusia.⁶

3. Core Company Value

a. Balance (Keseimbangan)

- 1) Seimbang dalam pencapaian tujuan (*short term & long term*);
- 2) Bijaksana dalam tindakan dan pengambilan keputusan;
- 3) Seimbang dalam pemenuhan kebutuhan pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal.⁷

b. Satisfaction (Kepuasan)

⁴BSTravel, *Company Profile...*, h. 6.

⁵BSTravel, *Company Profile...*, h. 2.

⁶BSTravel, *Company Profile...*, h. 3.

⁷BSTravel, *Company Profile...*, h. 3.

- 1) Fokus dalam kepuasan, kepentingan dan kebutuhan pelanggan;
 - 2) Komitmen penuh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.⁸
- c. *Team Work* (Kerjasama)
- 1) Kooperatif dan mampu bekerjasama secara efektif, saling menghargai dan menerima perbedaan pendapat;
 - 2) Proaktif dalam memberikan masukan konstruktif;
 - 3) Komitmen penuh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.⁹

B. Manajemen *Wasilah* pada Jamaah Haji dan Umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu

Suatu perusahaan memposisikan diri berhadapan dengan persaingan secara global, agar bisa bersaing secara sehat dan memperoleh keuntungan yang diharapkan. PT. BSTRavel Bengkulu memiliki manajemen *wasilah* dalam menjalankan perusahaan yang mengacu pada aspek pemasaran, yakni manajemen produk, dan manajemen promosi sebagai berikut:

1. Manajemen *Wasilah* melalui Produk

PT. BSTRavel Bengkulu menawarkan berbagai produk haji dan umrah, sehingga diharapkan mampu menarik minat calon jamaah dalam melaksanakan ibadah haji ke tanah suci Mekkah. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Cabang PT. BSTRavel Bengkulu tentang produk yang ditawarkan, beliau mengatakan sebagai berikut:

“PT. BSTRavel Bengkulu mempunyai berbagai macam produk yang ditawarkan kepada calon jamaah haji dan umrah yaitu paket haji khusus, haji furoda, umrah ramadhan dan paket umrah plus. Dari berbagai macam produk tersebut mampu menarik minat calon jamaah haji dan umrah dan semua produk ini tergantung dari calon jamaah yang memilih sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka”.¹⁰

⁸BSTRavel, *Company Profile...*, h. 2.

⁹BSTRavel, *Company Profile...*, h. 2.

¹⁰Adhi Stiawan, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

Tingginya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah, disambut baik oleh pihak travel dengan meningkatkan fasilitasnya. Hal ini dilakukan dengan memberikan kepuasan pelanggannya dengan berbagai cara dan strategi, antara lain dengan memberikan produk (jasa) yang berkualitas sesuai dengan janji yang diberikan, harga yang dapat dijangkau, fasilitas lengkap, memberikan pelayanan yang penuh serta sopan, ramah dan santun serta memberikan penyelesaian atas masalah pelanggan dengan tanggap dan cepat. PT. BSTRavel Bengkulu menawarkan produk pelayanan jasa biro perjalanan haji dan umrah.

Dalam upaya mengembangkan produk travel yang terpercaya dan memenuhi kebutuhan konsumen atau calon jamaah haji PT. BSTRavel Bengkulu menawarkan produk yang terpercaya dan bergaransi sehingga menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan jamaah dan kepuasan konsumen. Hal ini disampaikan oleh salah satu pembimbing ibadah PT. BSTRavel Bengkulu yang mengatakan sebagai berikut:

“Kami selalu kedepankan yang namanya kepercayaan, jadi yang paling utama yang dilakukan adalah bagaimana produk kita ini dapat memuaskan calon jamaah dan kami terus tekankan kalau semua produk yang kami tawarkan mulai dari haji khusus hingga umrah reguler itu bergaransi jadi legalitasnya ada dan bisa membuktikan perbedaan kita dengan travel yang lainnya”.¹¹

Setelah memperoleh hasil wawancara tersebut, dalam menarik minat calon jamaah haji dan umrah selalu memberikan layanan yang berkualitas, pemberian produk yang terjamin dan bergaransi melalui legalitas hukum yang sah. Hal tersebut membuat PT. BSTRavel Bengkulu dipercaya dan dikenal banyak oleh masyarakat khususnya di Provinsi Bengkulu sehingga jumlah jamaah yang mendaftar semakin meningkat.

Menurut Pratama, produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang

¹¹Ilham Rahmatun Putra, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Pembimbing Ibadah)

dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaanya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan dan garansi agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.¹²

Dalam upaya memberikan pelayanan dan pemenuhan permintaan perjalanan ibadah yang berkualitas, maka PT. BSTravel Bengkulu menawarkan beberapa produk jasa sebagai berikut:

a. Haji Khusus

Haji khusus (Haji ONH Plus) adalah paket haji yang diatur berdasarkan kuota pemerintah melalui Kemenag. Namun, biayanya lebih mahal dari haji reguler. Yang menjadi keuntungan adalah antriannya lebih cepat, yakni sekitar 5-9 tahun saja. Berdasarkan wawancara dengan staf administrasi PT. BSTravel Bengkulu yang mengatakan sebagai berikut:

“Di sini dek, calon jamaah akan diberikan edukasi keagamaan, edukasi kesehatan dan edukasi sukses dunia dan akhirat yang dilaksanakan secara online dan offline. Calon jamaah melalui beberapa tahapan seperti tahap manasik persiapan menuju tanah suci, tahap di tanah suci menggapai haji yang mabrur dan yang terakhir tahap setelah kepulangan dalam mempertahankan nilai nilai kemabruran haji”.¹³

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa produk haji khusus bagi calon jamaah haji yang telah memberikan edukasi kepada calon jamaah. Olehnya, itu calon jamaah haji melalui tahapan seperti tahapan manasik persiapan menuju tanah suci, tahapan mencapai haji yang mabrur serta tahap kepulangan jamaah haji

¹²Aris Pratama, “Strategi Pemasaran Bisnis Travel dalam Meningkatkan Jumlah Komsumen”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 91 No. 5 (2017), h. 1-15.

¹³Gesinta Yuricha, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Staf Administrasi)

dalam mempertahankan nilai kemabruran ketika sudah melaksanakan ibadah haji.

Produk Haji Khusus di PT. BSTRavel Bengkulu memiliki keistimewaan produk sebagaimana, yang dijelaskan oleh *technical service sales* PT. BSTRavel Bengkulu, sebagai berikut:

“Haji Khusus harga yang relatif mahal tetapi sebanding dengan fasilitas yang akan didapatkan nantinya ketika berada di tanah suci Mekkah, memiliki jadwal keberangkatan cepat, hotel di Mekkah dan Madinah mendapat yang bintang 5, serta ketika saat wukuf di Arafah menempati maktab VIP dan konsumsi selama tiga kali sehari.”¹⁴

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa bagi calon jamaah haji yang mendaftar haji khusus memiliki keistimewaan tersendiri meskipun biaya yang relatif mahal, tetapi sebanding dengan fasilitas yang akan didapatkan ketika sudah di tanah suci Mekkah.

b. Haji Furoda

Haji furoda merupakan program ibadah haji khusus tanpa antri yang memberikan kemudahan bagi para jamaah untuk melaksanakan ibadah haji di tahun yang akan berlangsung. Berdasarkan wawancara dengan kepala cabang PT. BSTRavel Bengkulu yang mengatakan sebagai berikut:

“Bagi calon jamaah haji yang berminat ingin melaksanakan haji furoda dek, mereka mempersiapkan biaya yang lebih. Sebab biaya haji furoda lebih tinggi dibanding haji pada umumnya dek”.¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas, diketahui bahwa haji furoda produk yang ditawarkan kepada calon jamaah haji yang berminat melaksanakan ibadah haji dengan mengeluarkan biaya

¹⁴Anton Saputra, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Technical Service Sales)

¹⁵Adhi Stiawan, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

yang lebih. Biaya haji furoda di PT. BSTravel Bengkulu lebih tinggi dibandingkan dengan biaya haji pada umumnya.

Produk Haji Furoda di PT. BSTravel Bengkulu merupakan produk yang ditawarkan memiliki keistimewaan sebagaimana yang dijelaskan oleh staf administrasi PT. BSTravel Bengkulu sebagai berikut:

“Haji furoda ini biasanya di tawarkan oleh biro travel resmi PIHK dengan tarif yang cukup mahal, fasilitas yang didapat juga cukup mewah dan nyaman. Pemberangkatan dapat lebih cepat, calon jamaah haji yang mendaftar haji furoda bisa langsung berangkat pada musim haji itu juga”.¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas, diketahui bahwa produk haji furoda yang ditawarkan oleh calon jamaah haji dari biro travel haji, mengeluarkan biaya cukup mahal ketika mereka di tanah suci Mekkah mendapatkan fasilitas sebanding biaya yang telah dikeluarkan.

c. Umrah Ramadhan

Umrah ramadhan merupakan ibadah umrah seasonal yang paling diinginkan oleh banyak jamaah, karena melaksanakan ibadah umrah di bulan suci Ramadhan memiliki banyak keistimewaan dibandingkan beribadah umrah di luar bulan Ramadhan. Hal ini disampaikan oleh salah satu pembimbing ibadah PT. BSTravel Bengkulu yang mengatakan sebagai berikut:

“Pemberangkatan perdana jamaah umrah setelah pandemi dek, dilaksanakan pada bulan April setelah Ramadhan. BSTravel siap memberikan fasilitas yang baik serta garansi perjalanan yang aman dan terencana bagi calon jamaah umrah”.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara, bahwa umrah Ramadhan di PT. BSTravel Bengkulu merupakan paket yang banyak diinginkan

¹⁶Gesinta Yuricha, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Staf Administrasi)

¹⁷Ilham Rahmatun Putra, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Pembimbing Ibadah)

oleh para calon jamaah, sebab ketika melaksanakan umrah di bulan suci Ramadhan memiliki keistimewaan dibandingkan melaksanakan umrah pada bulan-bulan lainnya.

Produk umrah Ramadhan di PT. BSTravel Bengkulu dalam produknya memiliki keistimewaan sebagaimana dijelaskan oleh *technical service sales* PT. BSTravel Bengkulu sebagai berikut:

“Calon jamaah umrah yang melaksanakan umrah di bulan suci Ramadhan memiliki keistimewaan dibanding bulan-bulan lainnya. Nilai pahala yang melimpah, umrah di bulan suci Ramadhan mendatangkan rezeki dan terkabulnya doa-doa”.¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa umrah Ramadhan memiliki keistimewaan dibanding pelaksanaan umrah lainnya seperti calon jamaah mendapatkan pahala dan terkabulnya doa-doa.

d. Umrah Reguler/Plus

Umrah reguler adalah umrah dengan program perjalanan ke kota Mekkah dan Madinah. Jamaah akan mendapatkan fasilitas pelaksanaan ibadah umrah dengan bimbingan penuh dari pembimbing calon jamaah umrah. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Cabang PT. BSTravel Bengkulu, beliau mengatakan sebagai berikut:

“Calon jamaah akan menuju Bandara Fatmawati menuju Bandara Soekarno-Hatta lalu mengunjungi kota Mekkah dan Madinah. Waktu umrah reguler memakan waktu 9-12 hari, tergantung dari agen perjalanan calon jamaah umrah yang dipilih.”¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa paket umrah reguler/plus calon jamaah akan mendapatkan fasilitas dari agen perjalanan umrah yang dipilih. Produk umrah reguler/plus di

¹⁸Anton Saputra, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Technical Service Sales)

¹⁹Adhi Stiawan, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

PT. BSTravel Bengkulu dalam produknya memiliki keistimewaan sebagaimana dijelaskan oleh staf administrasi PT. BSTravel Bengkulu sebagai berikut:

“Calon jamaah haji di sini dek, yang mendaftar dengan paket umrah reguler/plus dengan program calon jamaah hanya melakukan ibadah umrah dan berkunjung ke beberapa tempat di Mekkah dan di Madinah. Calon jamaah berkesempatan melakukan tour di berbagai negara seperti Turki.”²⁰

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui paket umrah reguler/plus yang dipilih oleh calon jamaah memiliki keistimewaan tersendiri dibanding dengan umrah lain. Calon jamaah mengunjungi situs-situs bersejarah yang ada di Kota Mekkah dan Kota Madinah.

Produk-produk PT. BSTravel Bengkulu di atas mempunyai jadwal pemberangkatan masing-masing yang telah ditetapkan dalam brosur PT. BSTravel Bengkulu. Dengan adanya produk serta harga yang bervariasi mulai dari 20,5 juta hingga 22 juta rupiah, sehingga mampu menarik minat calon jamaah haji dan umrah untuk mendaftar di PT. BSTravel Bengkulu. Berdasarkan wawancara dengan salah seorang jamaah PT. BSTravel Bengkulu yang mengatakan sebagai berikut:

“Pengalaman saya nak, selama berangkat umrah menggunakan travel ini jadwal pemberangkatannya selalu tepat waktu sesuai apa yang telah disepakati oleh calon jamaah dan pihak travel PT. BSTravel Bengkulu. Jadi disini nak, saya merasa yakin dan percaya untuk menggunakan jasa travel ini lagi”.²¹

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, menyimpulkan bahwa PT. BSTravel Bengkulu merupakan travel haji dan umrah yang pemberangkatannya pasti dan sesuai dengan jadwal yang pasti yang telah disepakati antara calon jamaah dan pihak travel, sehingga

²⁰Gesinta Yuricha, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Staf Administrasi))

²¹Bunaya Alamsari Ahmad, *Wawancara*, 27 Juli 2023. (Jamaah)

membuat calon jamaah yakin dan percaya kepada travel ini. Dengan adanya kepastian pemberangkatan yang pasti, maka disini PT. BSTravel Bengkulu mampu menarik minat.

Upaya PT. BSTravel Bengkulu dalam mewujudkan *travel agency* yang terpercaya dan mampu menarik minat calon jamaah haji dan umrah yang lebih banyak melalui beberapa usaha dalam mendesain penawaran produk seperti produk paket hingga jaminan garansi penuh oleh BSTravel. Olehnya itu, melalui strategi ini BSTravel mampu meningkatkan dan merekrut jamaah baru yang dibuktikan dengan bertambahnya jumlah jamaah dari tahun ke tahun. Sehingga pada akhirnya akan berdampak positif pada keberlangsungan perusahaan. Dalam strategi pemasaran, produk yang menjadi kunci utama dalam meningkatkan penjualan dan kualitas pelayanan yang dimiliki. Sebagai agen perusahaan haji dan umrah yang telah berdiri sejak lama dan dipercaya oleh banyak jamaah, PT. BSTravel Bengkulu melakukan manajemen *wasilah* dalam memperkenalkan produknya lebih meluas sehingga mampu merekrut calon jamaah haji dan umrah.

PT. BSTravel Bengkulu percaya bahwa dalam pelayanan yang memuaskan maka tentu akan berpengaruh pada peningkatan penjualan dan perekrutan calon jamaah haji dan umrah. Bentuk dari strategi pemasaran produk PT. BSTravel Bengkulu adalah memberikan pelayanan yang terbaik dengan memberikan gambaran kemampuan dan kesiapan PT. BSTravel Bengkulu dalam menjalankan amanah sebagai travel agen yang terpercaya. BSTravel menyediakan fasilitas kantor dan infrastruktur yang memadai sehingga para calon jamaah dapat merasakan nyaman dan kemudahan dalam memperoleh akses informasi. Dalam upaya mengembangkan produk yang terpercaya dan memenuhi kebutuhan konsumen atau calon jamaah

BSTravel menawarkan produk dengan komitmen terpercaya dan bergaransi sehingga menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan calon jamaah dan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Cabang PT. BSTravel Bengkulu, beliau mengatakan sebagai berikut:

“BSTravel yang merupakan travel yang memiliki izin haji dan umrah yang selalu mengedepankan kepercayaan, jadi yang paling utama yang dilakukan adalah bagaimana produk kita ini dapat memuaskan jamaah dan kami terus tekankan kalau semua produk yang kami tawarkan mulai dari produk haji hingga umrah itu bergaransi jadi legalitasnya ada dan bisa membuktikan perbedaan kita dengan travel yang lain. Disi juga BSTravel merupakan travel yang telah mendapatkan akreditasi “A” oleh Kemnterian Agama RI serta tersertifikasi Standar Manajemen Internasional (ISO 90012015)”²²

Setelah memperoleh hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa produk yang ditawarkan oleh PT. BSTravel Bengkulu adalah yang berkualitas haji dan umrah. Penawaran produk yang terjamin dan bergaransi melalui legalitas hukum yang sah dan penyediaan fasilitas yang maksimal sehingga dapat mendukung para jamaah dalam melaksanakan ibadah dengan nyaman. Hal tersebut membuat PT. BSTravel Bengkulu dipercaya dan dikenal banyak oleh banyak masyarakat khususnya di Bengkulu sehingga jumlah calon jamaah yang mendaftar semakin banyak. Tingkat kepuasan konsumen dan kepercayaan mitra kerja terus meningkat jumlah calon jamaah, sarana dan prasarana, serta pelayanan dan pemasaran dapat terus ditingkatkan.

2. Manajemen *Wasilah* melalui Promosi

Dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang sama dengan BSTravel yaitu dengan pelayanan ibadah haji dan umrah. BSTravel tetap terus berusaha meningkatkan pelayanan yang bagus berdasarkan

²²Adhi Stiawan, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

standar yang telah ditetapkan oleh Kementerian Agama RI bagi para tamu-tamu Allah. Sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan pada PT. BSTravel Bengkulu sesuai dengan aspek periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan. Adapun strategi tersebut sebagai berikut antara lain sebagai berikut:

a. Periklanan secara Offline

Sebelum pandemi Covid-19, PT. BSTravel Bengkulu rutin melakukan sosialisasi mengenai haji dan umrah pada beberapa instansi yang bermitra, mengikuti pameran bekerja sama dengan media cetak dan elektronik untuk memperkenalkan produk supaya lebih dikenal dan menawarkan produk perjalanan ibadah haji dan umrah. Hasil wawancara dengan salah seorang *technical service sales* PT. BSTravel Bengkulu mengatakan sebagai berikut:

“Sebelum adanya Pandemi Covid-19 kami disini dek, secara langsung turun langsung ke lapangan dan selalu datang di kantor-kantor untuk menawarkan produk kami, tapi setelah adanya pandemi adanya pembatasan secara menyeluruh atau sosial distancing jadi sudah jarang acara tersebut.”²³

Meski tidak lagi melakukan sosialisasi secara langsung akibat adanya pembatasan, namun beberapa bentuk periklanan tetap dilakukan oleh PT. BSTravel Bengkulu. BSTravel menyebarkan browser dan spanduk untuk promosi ke berbagai daerah dengan perantara para karyawan. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Kepala Cabang PT. BSTravel Bengkulu, beliau mengatakan sebagai berikut:

“PT. BSTravel Bengkulu turun langsung ke lapangan serta memasukan surat penawaran dari instansi atau perusahaan-perusahaan dinas maupun swasta serta melakukan komunikasi langsung seperti majelis taklim yang mengadakan perjanjian. Disini, BSTravel datang untuk

²³Anton Saputra, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Technical Service Sales)

presentasi serta membagikan browser kepada masyarakat atau calon jamaah”.²⁴

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa upaya periklanan yang dilakukan oleh PT. BSTravel Bengkulu dalam bentuk offline dengan melakukan sosialisasi dan edukasi pada beberapa instansi perusahaan serta melakukan pemasangan iklan fisik berupa baliho dan brosur kepada calon jamaah sehingga mereka mudah mendapatkan akses informasi mengenai produk yang ditawarkan.

b. Iklan secara Online

Bentuk dari strategi pemasaran dari BSTravel menggunakan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok dan YouTube sebagai media periklanan berbagai digital dengan jangkauan pasar yang lebih luas. Strategi iklan secara online ini lebih ditujukan kepada masyarakat sebagaimana dijelaskan oleh staf administrasi PT. BSTravel Bengkulu sebagai berikut:

“Selama adanya pandemi Covid-19, pembatasan secara menyeluruh sehingga kami tidak diizinkan untuk melakukan sosialisasi mengenai haji dan umrah, jadi disini kami memanfaatkan media sosial untuk tetap eksis, utama untuk menjangkau seluruh masyarakat atau calon jamaah haji dan umrah”.²⁵

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat diketahui jika meski tidak rutin melakukan sosialisasi namun PT. BSTravel Bengkulu melakukan iklan di sosial media hal ini terbukti dari akun sosial media BSTravel selalu menampilkan konten-konten yang secara langsung memberikan informasi produk perjalanan haji dan umah. BSTravel sukarela memberikan konten edukasi kepada masyarakat dengan tujuan memberikan informasi dan juga meningkatkan penjualannya.

²⁴Adhi Stiawan, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

²⁵Gesinta Yuricha, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Staf Administrasi)

Selain itu, pada akun YouTube PT. BSTravel Bengkulu yang telah memiliki banyak *subscriber*, rutin memberikan informasi seputar haji dan umrah dalam upaya peningkatan minat dan ketertarikan masyarakat untuk melakukan ibadah tersebut. Berdasarkan wawancara dengan salah seorang jamaah PT. BSTravel Bengkulu yang mengatakan sebagai berikut:

“Di YouTube kami rutin melihat video-video edukasi tentang haji dan umrah yang secara gratis bisa diakses oleh seluruh masyarakat. Jadi, kami sebagai masyarakat lebih bersemangat untuk melaksanakan haji dan umrah”.²⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui jika akun YouTube yang dimiliki oleh BSTravel secara sukarela memberikan konten edukasi kepada masyarakat dengan tujuan memberikan informasi dan juga meningkatkan penjualannya. Konten tersebut dirancang semenarik mungkin sehingga dapat menarik minat kinsmen yang lebih banyak.

Berdasarkan analisis peneliti mengenai metode periklanan yang dilakukan oleh PT. BSTravel Bengkulu yakni periklanan secara offline dan online dapat diketahui jika upaya tersebut dilakukan untuk memperoleh calon jamaah yang lebih banyak dan meningkatkan penjualan paket perjalanan yang ditawarkan.

c. Promosi Penjualan

Dalam promosi penjualan lewat perdagangan yaitu dengan para mitra atau agen, BSTravel mempunyai agen di seluruh kabupaten/kota dalam ruang lingkup Provinsi Bengkulu. Mereka menjadi perantara apabila mereka mendapatkan pelanggan. Hasil wawancara dengan salah seorang *technical service sales* PT. BSTravel Bengkulu mengatakan sebagai berikut:

“Untuk promosi penjualan kami ada mitra atau *wasilah*, jadi mitra ini adalah orang pernah jadi jamaah kami dan sekarang

²⁶Eddy Sabara Solimin, *Wawancara*, 27 Juli 2023. (Jamaah)

menjadi mitra yang bantu kami untuk memperkenalkan produk BSTravel kepada masyarakat sekitar”.²⁷

Berdasarkan wawancara tersebut dapat diketahui jika promosi penjualan yang dilakukan secara terpadu melalui perantara mitra yang membantu memperkenalkan produk BSTravel secara lebih luas kepada masyarakat.

PT. BSTravel Bengkulu juga memberikan diskon atau promo untuk pembelian paket haji dan umrah untuk para jamaah yang sudah pernah membeli produk haji dan umrah di BSTravel. Kemudian apabila alumni mengajak pelanggan baru untuk umrah, mereka mendapatkan diskon dari PT. BSTravel Bengkulu. Selain itu, dalam perayaan ulang tahun BSTravel selalu memberikan diskon kepada calon jamaahnya. Seperti yang disampaikan oleh salah satu alumni jamaah PT. BSTravel Bengkulu berikut ini:

“Kami kadang adakan promo-promo spesial seperti ketika perayaan ulang tahun BSTravel. Selain itu kami juga adakan promo bersama dengan instansi yang bermitra sebagai dooprize pada acara mereka”.²⁸

Dari hasil wawancara tersebut diketahui jika PT. BSTravel Bengkulu kerap memberikan diskon atau promo yang menarik serta hadiah dalam acara instansi yang bermitra dengan BSTravel. Dengan cara tersebut dapat dilihat bahwa hal itu dapat meningkatkan penjualan tiket dan tour yang ada di PT. BSTravel Bengkulu.

Menurut Tasrudin, promosi penjualan merupakan aktivitas promosi yang menstimulasi ketertarikan, keinginan mencoba serta pembelian dari konsumen final atau pihak lain dari saluran distribusi. Promosi penjualan dapat mempengaruhi konsumen, perantara atau pekerja pada perusahaan. Dibandingkan dengan metode promosi yang lain, promosi penjualan dapat

²⁷Anton Saputra, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

²⁸Laila Suryati Solimin, *Wawancara*, 27 Juli 2023. (Jamaah)

diimplementasikan dengan sangat cepat dan memperoleh hasil dengan segera.²⁹

d. Publisitas

Hubungan masyarakat dan publisitas sangat efektif dan efisien dalam menarik calon jamaah haji dan umrah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Cabang PT. BSTRavel Bengkulu yang menjelaskan sebagai berikut:

“Yang kami utamakan sebenarnya adalah metode publisitas dari mulut ke mulut (*wasilah*). Jadi, orang yang sudah mendaftar (alumni) BSTRavel yang berperan penting dalam mempublikasikan produk BSTRavel karena mereka sendiri yang pernah mencoba manfaatnya”.³⁰

Melalui informasi dari kutipan wawancara, metode dari mulut ke mulut (*wasilah*) ini memberikan dampak positif bagi eksistensi BSTRavel karena mengingat para ulasan alumni memberikan dampak positif atas pelayanan yang diberikan sehingga terkadang merekomendasikan BSTRavel dengan kerabat mereka. Sehingga berdasarkan ulasan di atas calon jamaah haji dan umrah tertarik untuk mendaftar di PT. BSTRavel Bengkulu. Hal ini disampaikan oleh salah seorang jamaah yang telah menggunakan jasa PT. BSTRavel Bengkulu, seperti berikut ini:

“Kami melihat di berbagai media sosial atau browser bahwa PT. BSTRavel Bengkulu merupakan travel perjalanan haji dan umrah yang mendapatkan izin haji dan umrah, memiliki jadwal yang pasti serta mereka salah satunya travel mendapat berbagai banyak penghargaan, banyak testimoni-testimoni atau bahkan kerabat yang sudah rasakan buktinya, pelayanan disana sangat baik dan memuaskan, sehingga kami tertarik untuk mendaftar haji maupun umrah di PT. BSTRavel Bengkulu”.³¹

²⁹Ramsiah Tasrudin, *Strategi Periklanan dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*, Makassar: UIN Alauddin Press, 2011), h. 75.

³⁰Adhi Stiawan, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

³¹Ernawati Supardi Senan, *Wawancara*, 27 Juli 2023. (Jamaah)

Upaya publisitas yang dilakukan oleh BSTravel tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan penjualan namun juga menunjukkan transparansi kepada masyarakat utamanya kepada calon jamaah haji dan umrah sendiri. Sehingga dalam penyelenggaraan haji dan umrah diletakkan ada prinsip-prinsip dalam mengedepankan kepentingan calon jamaah memberikan rasa keadilan dan kepastian, efisiensi dan efektifitas. Prinsip-prinsip tersebut direfleksikan dalam bentuk kegiatan terkait dengan penyelenggaraan haji dan umrah, baik dalam bentuk pembinaan, pelayanan maupun perlindungan yang mudah diakses.

Menurut Damis, dkk., publisitas merupakan memanfaatkan nilai-nilai berita yang terkandung dalam suatu produk untuk membentuk citra produk yang bersangkutan. Publisitas dapat memberikan informasi lebih banyak dan lebih terperinci dari pada iklan, namun karena tidak adanya hubungan perjanjian maka pihak yang diuntungkan tidak dapat mengatur kapan publisitas tersebut disajikan.³²

e. Penjualan Pribadi (*Personal selling*)

Penjualan personal memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung dan lebih baik secara langsung dan lebih tepat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pembimbing ibadah PT. BSTravel Bengkulu yang mengatakan sebagai berikut:

“Kami adakan konsultasi dengan calon jamaah, salah satunya dengan menanyakan kabar, silaturahmi dan menjalin komunikasi seputar tentang perjalanan haji dan umrah”.³³

³²Hasanuddin Damis, dkk., “Pengaruh Bauran Promosi terhadap Kepuasan Pembelian Paket (Studi Kasus Pada Travel Haji dan Umrah PT. Al-Ikhlash Nur Safari)”, *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 4 No. 2 (2021), h. 83.

³³Ilham Rahmatun Putra, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Pembimbing Ibadah)

Dari wawancara tersebut, dapat diketahui jika inovasi tersebut dapat mempermudah upaya promosi yang dilakukan oleh PT. BSTravel Bengkulu ketika melakukan komunikasi para calon jamaah secara langsung mendapatkan informasi yang lebih jelas dan menarik sehingga dapat membantu dalam upaya meningkatkan penjualan jasa layanan haji dan umrah di PT. BSTravel Bengkulu.

Selain itu kontak melalui telepon dan grup WA (*Whatsapp*), BSTravel juga memanfaatkan agenda-agenda publik dengan mengikuti pameran atau *workshop* yang akan memberikan fasilitas promosi dan layanan konsultasi ke acara. Pada saat menerima tawaran tersebut pada umumnya BSTravel akan mengutus beberapa karyawan yang akan memberikan konsultasi kepada para calon jamaah. Hal ini disampaikan langsung oleh salah seorang jamaah PT. BSTravel Bengkulu seperti berikut ini:

“Kami juga kadang dapat tawaran untuk ikut pameran, jadi sangat membantu sekali karena kami bisa langsung berkomunikasi dengan calon jamaah. Meskipun tahun 2020-2021 *dek*, tidak terlalu sering dilakukan selama adanya pandemi kemaren, tapi ini cukup efektif karena beberapa jamaah akan merasa tertarik.”³⁴

Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa agenda pameran lebih jarang dilakukan namun apabila tawaran serupa maka BSTravel tidak pernah menyalakan kesempatan tersebut karena dinilai memberikan dampak yang besar untuk meningkatkan penjualan.

Menurut Rohman, promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga alat untuk mempengaruhi

³⁴Hendri Irwan Bahar, *Wawancara*, 27 Juli 2023. (Jamaah)

konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Hali ini dilakukan melalui alat-alat komunikasi.³⁵

C. Hambatan Dalam Penerapan Manajemen *Wasilah* Pada Jamaah Haji dan Umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu

Dalam menerapkan manajemen *wasilah* di PT. BSTravel Bengkulu terdapat banyak hambatan yang dihadapi oleh perusahaan beberapa tahun kebelakang antara lain sebagai berikut:

1. Pembatasan sementara aktivitas kantor karena pandemi

Oleh sebab pandemi Covid-19, berbagai aktivitas di PT. BSTravel Bengkulu segala aktivitas dibatasi. Adanya peraturan pemerintah tentang pembatasan jam kerja bahkan sementara untuk melakukan *work from home* (WFH) akibat pandemi yang belum jelas berakhir saat itu. Hal ini membuat jamaah sulit untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan karena tidak ada aktivitas kantor yang dapat dikunjungi secara langsung. Salah seorang jamaah PT. BSTravel Bengkulu menuturkan sebagai berikut:

“Dengan pandemi kemaren, kantor-kantor relatif tutup dan tidak ada aktivitas sehingga calon jamaah haji dan umrah tidak bisa mendapatkan informasi langsung terutama mereka tidak memiliki sosial media. Kami sebagai masyarakat selama ini memang tidak semua memiliki sosial media sehingga akan sulit mendapatkan informasi dari BSTravel.”³⁶

Berdasarkan wawancara peneliti menyimpulkan bahwa salah satu yang menjadi kendala bagi perusahaan PT. BSTravel Bengkulu dengan adanya pandemi Covid-19 adalah pembatasan aktivitas kantor. Pembatasan aktivitas kantor ini mengakibatkan startegi yang diterapkan perusahaan seperti strategi produk dan startegi promosi

³⁵Fathur Rohman, “Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah Al-Mabrur Lumajang”, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 04 No. 02, tahun 2018.

³⁶Eddy Sabara Solimin, *Wawancara*, 27 Juli 2023. (Jamaah)

tidak bisa dilaksanakan secara maksimal. Calon jamaah haji dan umrah tidak bisa mendapatkan informasi secara langsung bagi calon jamaah haji yang tidak aktif di sosial media.

Dilihat dari karakteristik pelanggan sebelum pandemi, bahwa sebagian pelanggan yang menggunakan jasa perusahaan tidak aktif di sosial media sehingga dengan tidak adanya aktivitas kantor membuatnya sulit mendapatkan informasi mengenai strategi produk dan promosi yang diterapkan oleh perusahaan. Kendala yang dirasakan juga salah satu staf administrasi PT. BSTravel Bengkulu, sebagai berikut:

“Saya pribadi *dek*, merasakan kendala akibat pembatasan aktivitas kantor yang dilakukan oleh pemerintah. Kami agak sulit untuk melakukan sosialisasi kepada calon jamaah yang mendaftar di kantor kami. Akibat adanya pembatasan aktivitas kantor dan sosial distancing dipenuhi. Agar pelayanan di kantor berjalan kami membuat suatu inovasi. Contohnya kami memasarkan produk haji maupun umrah lewat media online.”³⁷

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa dengan pembatasan aktivitas kantor akibat pandemi pegawai atau staf sulit melakukan pertemuan secara langsung dengan calon jamaah haji dan umrah yang mendaftar. Oleh karena itu, staf atau pegawai memberikan suatu inovasi secara online dalam memasarkan produknya.

2. Pengurangan Kuota Haji dan Umrah oleh Pemerintah

Hambatan lain yang dihadapi PT. BSTravel Bengkulu dalam menjalankan manajemen *wasilah* ini adalah adanya kebijakan pemerintah Arab Saudi tentang pengurangan kuota haji dan umrah selama masa pandemi. Kebijakan ini membuat perusahaan sulit mendapatkan jumlah dan jadwal pasti terhadap keberangkatan calon jamaah haji dan umrah. Pengurangan kuota haji dan umrah dari pemerintahan Indonesia dan Arab Saudi ini berdampak pada tidak maksimalnya perusahaan untuk menjalankan strategi pemasaran yang dipilih.

³⁷Gesinta Yuricha, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Staf Administrasi)

“Pada masa pandemi, pemerintah Arab Saudi membatasi jumlah kuota haji dan umrah. Kami juga kesulitan untuk memaksimalkan manajemen *wasilah* kami, jika minat masyarakat tinggi dan banyak mendaftar haji dan umrah tapi adanya pembatasan”.³⁸

Dengan adanya pengurangan kuota haji dan umrah membuat perusahaan kesulitan untuk memaksimalkan strategi yang digunakan dalam menjalankan usahanya. Apabila pelanggan banyak yang mendaftar, namun dengan adanya pengurangan kuota maka calon jamaah tidak bisa diberangkatkan seperti yang sudah di janjikan oleh perusahaan.

Kendala yang dihadapi oleh calon jamaah haji dan umrah dengan pengurangan kuota haji yang dikeluarkan oleh pemerintah, sebagai berikut:

“Disini nak, dengan adanya pengurangan kuota jamaah haji dan umrah yang dikeluarkan oleh pemerintah akibat adanya pandemi yang terjadi. Contohnya saya seharusnya berangkat melaksanakan ibadah haji sebelum adanya pandemi di tahun 2019 dengan munculnya Covid-19 pemerintah Arab Saudi mengeluarkan kebijakan pengurangan kuota haji selama Pandemi yang mengharuskan saya menunggu pemberangkatan haji pada tahun yang akan datang.”³⁸

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa akibat adanya pengurangan kuota haji dan umrah yang dikeluarkan pemerintah Arab Saudi. Salah satu calon jamaah haji PT. BSTRavel Bengkulu sangat merasakan kendala akibat kebijakan yang telah dikeluarkan akibatnya seharusnya melakukan ibadah haji pada itu tetapi menunggu pelaksanaan ibadah haji yang akan datang akibat pandemi.

3. Biaya-Biaya Protokol Kesehatan yang Dipenuhi

Kendala lainnya yang dihadapi oleh PT. BSTRavel Bengkulu dalam menerapkan startegi pemasaran yaitu dengan ketatnya protokol

³⁸Adhi Stiawan, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

kesehatan yang dipenuhi sehingga membuat perusahaan dan calon jamaah haji dan umrah mengeluarkan biaya yang lebih untuk memenuhi hal tersebut. Misalnya persyaratan yang dipenuhi oleh calon jamaah haji dan umrah seperti tes SWAB-Antigen. Semua persyaratan tersebut nantinya akan disediakan dan difasilitasi oleh PT. BSTravel Bengkulu supaya dapat terlengkapi. Hal ini disampaikan langsung oleh staf administrasi PT. BSTravel Bengkulu sebagai berikut:

“PT. BSTravel Bengkulu dalam menerapkan strategi pemasaran merasa dilema. Misalnya, jika perusahaan menawarkan variasi produk dan variasi harga yang disesuaikan dengan keadaan ekonomi masyarakat pada masa pandemi, namun terdapat biaya-biaya tambahan yang cukup besar untuk memenuhi protokol kesehatan”.³⁹

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa ketatnya protokol kesehatan yang dipenuhi, membuat strategi yang dipilih tidak bisa dijalankan secara maksimal dan optimal. Jika perusahaan menerapkan strategi produk dan strategi promosi dengan variasi atau penyesuaian dengan kondisi ekonomi masyarakat ditengah pandemi, namun terdapat biaya-biaya tambahan yang dikeluarkan oleh perusahaan atau pelanggan yang cukup besar, maka strategi tidak bisa dilaksanakan tidak dapat dilaksanakan seperti yang sudah direncanakan.

Kendala yang juga dirasakan oleh pegawai PT. BSTravel Bengkulu dengan biaya-biaya protokol kesehatan yang dipenuhi, sebagai berikut:

“Dalam situasi pandemi yang terjadi kami melakukan manajemen *wasilah* agar bisa menarik minat calon jamaah haji maupun umrah. Akibat adanya protokol kesehatan yang dipenuhi oleh jamaah haji dan umrah ketika hendak melaksanakan ibadah langkah awal untuk mengurangi penyebaran Covid-19 yang rentan terjadi.”⁴⁰

³⁹Gesinta Yuricha, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Staf Adminstrasi)

⁴⁰Anton Saputra, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Technical Service Sales)

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa calon jamaah haji dan umrah yang hendak melaksanakan ibadah mereka mengeluarkan biaya-biaya kesehatan untuk mengurangi penyebaran virus yang terjadi ketika melaksanakan ibadah di tanah suci Mekkah.

4. Persaingan Harga

PT. BSTravel Bengkulu dalam menjalankan usahanya selama ini lebih mengedepankan pelayanan berkualitas dan memberikan fasilitas-fasilitas baik kepada pelanggan. Untuk memberikan pelayanan dan fasilitas yang berkualitas, tentu membutuhkan biaya yang lebih besar yang dibayarkan oleh calon jamaah haji dan umrah. Di masa pandemi ini, perekonomian calon jamaah umumnya mengalami penurunan. Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, perusahaan menjadi kesulitan dalam menerapkan strategi produk dan strategi promosi. Hal ini disampaikan langsung oleh kepala cabang PT. BSTravel Bengkulu berikut ini:

“PT. BSTravel Bengkulu selama ini sangat konsisten dengan pelayanan dan pemberian fasilitas yang berkualitas kepada calon jamaah haji dan umrah. Jika pada masa Pandemi ini, perekonomian keluarga sulit, maka daya belinya juga berkurang. Untuk memberikan produk yang berkualitas dan fasilitas yang baik kepada calon jamaah haji dan umrah didukung dan memadai.”⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara dapat dipahami, dalam masa pandemi kemaren, daya beli masyarakat menjadi menurun akibat ekonomi keluarga sulit. Untuk memberikan pelayanan dan fasilitas yang berkualitas, perusahaan tidak bisa memberikan harga yang murah. PT. BSTravel Bengkulu yang tetap mengedepankan kualitas, menjadi kesulitan dalam memberikan harga dalam perjalanan haji dan umrah kepada calon jamaah. Namun hal ini, menguntungkan dan menjadi peluang bagi perusahaan untuk memberikan potongan harga. Kondisi ini

⁴¹Adhi Stiawan, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Kepala Cabang)

membuat pesaing bisnis lebih diuntungkan karena harganya lebih terjangkau oleh kalangan masyarakat menengah ke bawah.

Kendala yang juga dirasakan oleh staf administrasi PT. BSTravel Bengkulu dengan adanya persaingan harga, sebagai berikut:

“Pada masa pandemi kemaren kuota pendaftar haji dan umrah semakin menurun dan ekonomi yang sulit dirasakan oleh masyarakat. Oleh karena itu, agar tetap mempertahankan perusahaan kami memasarkan produk yang ditawarkan dengan harga yang berbeda-beda sehingga masyarakat dapat memilih terhadap paket yang ditawarkan. Kami mengutamakan kualitas kepada calon jamaah dengan pelayanan yang baik dan memuaskan.”⁴²

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa persaingan harga yang ditawarkan oleh PT. BSTravel Bengkulu yang selalu mengedepankan kualitas produk. Produk yang di tawarkan kepada calon jamaah bervariasi tergantung paket yang dipilih oleh calon jamaah haji dan umrah.

Menurut Nurhavisia, manajemen *wasilah* yaitu komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan mencoba dan membelinya. Upaya komunikasi penjualan ialah fokus kepada informasi dan membujuk konsumen dengan tujuan jangka pendek membuat penjualan dan untuk jangka panjang membangun hubungan baik dengan menyesuaikan keinginan tersebut dengan produk barang perusahaan dan akhirnya membujuk konsumen untuk membelinya.⁴³

⁴²Gesinta Yuricha, *Wawancara*, 26 Juli 2023. (Staf Administrasi)

⁴³Nurhavisia, “Strategi Pemasaran Paket Ibadah Umrah Pada PT. Shirotol Jannah Pekanbaru di Era New Normal”, *Jurnal Capital Market*, (2021), h. 32.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu adalah sebagai berikut: (a) manajemen *wasilah* melalui produk, diantaranya: haji khusus, haji furoda, umrah reguler/plus, dan umrah Ramadhan; serta (b) manajemen *wasilah* melalui promosi, yang meliputi: iklan secara offline, iklan secara online, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi.
2. Hambatan dalam penerapan manajemen *wasilah* pada jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu, yaitu: a) Pembatasan sementara aktivitas kantor karena pandemi; b) pengurangan kuota haji dan umrah oleh pemerintah; c) biaya-biaya protokol kesehatan yang dipenuhi; dan d) adanya persaingan harga.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis sangat berharap kepada peneliti selanjutnya agar lebih menyempurnakan hasil penelitian sebelumnya, melalui tahap analisis dari penelitian ini maka peneliti ini diharap mampu memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Kepada pihak PT. BStravel Bengkulu disarankan agar menggunakan hasil penelitian ini dalam melakukan inovasi strategi pemasaran seperti strategi produk dan strategi promosi yang lebih baik dan dapat diterima semua pihak sehingga dapat meningkatkan penjualan. Hal ini dikarenakan strategi pemasaran mampu meningkatkan atau menarik minat dan perhatian lebih banyak kepada

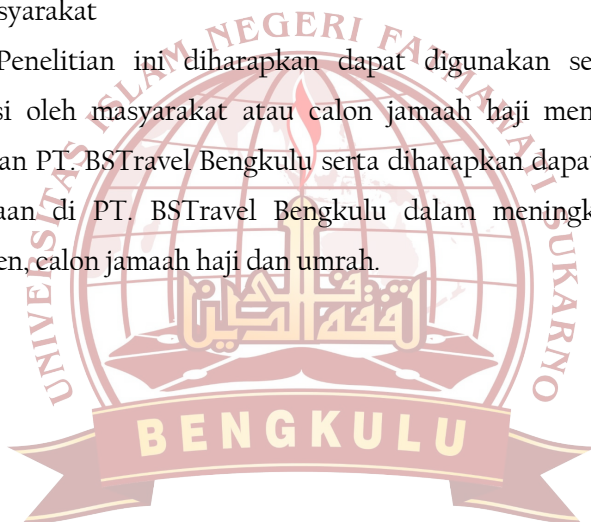
masyarakat atau calon jamaah meskipun di era pandemi. Selain itu diharapkan juga agar dapat mempertimbangkan dengan baik faktor yang mempengaruhi keputusan calon jamaah atau kepuasan yang berbeda dengan travel lainnya.

2. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai oleh lembaga pendidikan tinggi atau program studi serupa serta mahasiswa yang akan melakukan penelitian tentang manajemen *wasilah* serta biro perjalanan ibadah haji dan umrah.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi oleh masyarakat atau calon jamaah haji mengenai strategi pemasaran PT. BSTravel Bengkulu serta diharapkan dapat berguna bagi perusahaan di PT. BSTravel Bengkulu dalam meningkatkan jumlah konsumen, calon jamaah haji dan umrah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Francis, Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Aziz, Abdul & Kustini. (2007). *Ibadah Haji dalam Sorotan Publik*. Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan.
- Choliq, Abdul. (2011). *Pengantar Manajemen*. Semarang: Rafi Sarana Perkasa.
- Damis, Hasanuddin., dkk. (2021). "Pengaruh Bauran Promosi terhadap Kepuasan Pembelian Paket (Studi Kasus Pada Travel Haji dan Umrah PT. Al-Ikhlas Nur Safari)", *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 4 No. 2.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2000). *Pedoman Peragaan Ibadah Haji*. Jakarta: Ditjen PHU.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2008). *Modul Pembelajaran Ibadah Haji*. Jakarta: Ditjen PHU.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2009). *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahannya*. Bandung: Jabal Rodhotul Jannah.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (1997). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Effendi, Mochktar. (2006). *Manajemen; Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Islam*. Jakarta: Salemba Humanik.
- Handayani, Reski. (2017). *Manajemen Pemasaran Biro Jasa Haji dan Umrah (Studi pada PT Medussa Multi Bussines Centre Kabupaten Jeneponto)*. Makassar: UIN Alauddin, skripsi tidak diterbitkan.
- Huda, Nurul dkk. (2017). *Pemasaran Syariah; Teori dan Implikasi*. Jakarta: Kencana.

- Jaelani, Ahmad. (2015). *Panduan Ibadah Haji dan Umrah*. Yogyakarta: Buku Pintar.
- Juliana., dkk (2022) “Analisis Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah pada PT. Siar Haramain International Wisata di Medan”, *Jurnal Bisnis Net*, 5(2).
- Kahf, Monzer. (2022). *Ayat & Hadits tentang Ekonomi*, penerjemah: Unang Fauzi & Muhammad Isa. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Kardaman, A.M. & Udaya, Yusuf. (2004). *Pengantar Ilmu Manajemen (Buku Panduan Mahasiswa)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Lubis, Ibrahim. (2001). *Pengendalian Dana Pengawasan Proyek Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Maharani, Mega Utami., dkk. (2022) “Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umroh dalam meningkatkan Minat Calon Jamaah”, *Mabrur; Academic Journal of Hajj and Umra*, 1(6).
- Mahmud. (2016). *Manajemen Haji, Umrah dan Wisata Agama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Manullang, M. (2001). *Dasar-Dasar Manajemen*, Edisi ke-7. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Margono, S. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan; Komponen MKDK*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muchtaron, Zaini. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*. Yogyakarta: Al-Amin.
- Munawwir, Ahmad Warson. (1984). *Kamus Al-Munawwir; Arab-Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- Nurhavisia. (2021). “Strategi Pemasaran Paket Ibadah Umrah Pada PT. Shirotol Jannah Pekanbaru di Era New Normal”, *Jurnal Capital Market*.
- Pratama, Aris. (2017). “Strategi Pemasaran Bisnis Travel dalam Meningkatkan Jumlah Komsumen”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 91 No. 5.

- Rahmat MZ, A.A. (2006). *Manajemen; Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmawan, Abu Kayyisa Zaki. (2015). *Panduan Manasik Haji dan Umrah*. Bandung: Pustaka Khazanah Fawa'id.
- Rivai Zainal, Vaitzhal. (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta: PT.Bumi Akasara.
- Rohman, Fathur. (2018). "Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah Al-Mabrur Lumajang", *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 04 No. 02.
- Ruslan, Rosady. (2008). *Manajemen Humas dan Manajene Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sa'd, Ahmad Abu. (1987). *Mu'jam al-Tarâkib wa al-'Ibarat al-Ishtihâhiyyah al-'Arabiyah al-Qadim minhâ wa al-Muwallad*. Beirut: Dar al-'Ilm li al-Malayin.
- Shaleh, A. Rosyad. (2007). *Manajemen Dakwah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Shihab, M. Quraish. (2012). *Haji dan Umrah Bersama M. Quraish Shihab*. Tangerang: Lentera Hati.
- Siagian, Sondang. (2002). *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silalahi, Umar. (2002). *Pemahaman Praktis Asas-Asas Manajemen*. Bandung: Madar Maju.
- Solihin, Ismail. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Subagyo, P. Joko. (2006). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tasrudin, Ramsiah. (2011). *Strategi Periklanan dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Makassar: UIN Alauddin Press.
- Usi, Usmara. (2011). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.
- Yaqub, Hamzah. (2011). *Menuju Keberhasilan dan Kepemimpinan*. Bandung: Diponegoro.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

INSTRUMEN WAWANCARA

Nama : Bella Octavia

NIM : 1911330033

Judul : MANAJEMEN WASILAH JAMA'AH HAJI DAN UMRAH DI PT.
BAHANA SUKSES SEJAHTERA BENGKULU

A. Wawancara dengan Kepala Cabang PT. BST Bengkulu

1. Sejak kapan PT. BST ini berdiri?
2. Bagaimana sejarah berdirinya PT. BST Cabang Bengkulu?
3. PT. BST Cabang Bengkulu bergerak dalam bidang apa saja?
4. Apa saja produk yang ditawarkan di PT. BST Cabang Bengkulu?
5. Bagaimana pemasaran yang digunakan oleh PT. BST Cabang Bengkulu untuk meyakinkan calon jamaah?
6. Fasilitas apa saja yang diberikan oleh PT. BST Cabang Bengkulu untuk menarik calon jamaah?
7. Apakah ada hambatan dalam menggunakan suatu strategi marketing tertentu?
8. Apa solusi untuk mengatasi hambatan tersebut?
9. Berapa jumlah perubahan jamaah dari awal berdiri sampai sekarang?
10. Apakah manajemen wasilah yang dilakukan mempengaruhi jumlah jamaah?

B. Wawancara dengan Karyawan Marketing

1. Bagaimana pemasaran yang digunakan oleh PT. BST Cabang Bengkulu untuk meyakinkan calon jamaah?

2. Strategi promosi apa yang digunakan oleh bapak/ibu selaku marketing di PT. BST Cabang Bengkulu?
3. Bagaimana cara bapak/ibu menawarkan produk agar calon jamaah tertarik menggunakan jasa PT. BST Cabang Bengkulu?
4. Komponen terpenting/informasi apa yang harus disampaikan kepada masyarakat dalam melakukan promosi?
5. Apakah ada hambatan dalam menggunakan suatu strategi marketing tertentu?
6. Apa solusi untuk mengatasi hambatan tersebut?
7. Adakah acara khusus yang dibuat oleh PT. BST Cabang Bengkulu kepada jamaah yang pernah menggunakan jasa dari perusahaan ini?

C. Wawancara dengan Jamaah

1. Bapak/ibu tau PT. BST Cabang Bengkulu dari mana atau dari siapa, sejak kapan?
2. Menurut bapak/ibu, bagaimana pelayanan dari PT. BST Cabang Bengkulu kepada bapak/ibu?
3. Menurut bapak/ibu, apakah harga sudah sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. BST Cabang Bengkulu?
4. Setelah bapak/ibu selesai ibadah haji/umrah, apakah bapak/ibu masih ada komunikasi dengan pihak PT. BST Cabang Bengkulu?
5. Kalau ada, komunikasi seperti apa?

DOKUMENTASI PENELITIAN

Kantor BSTravel Bengkulu



Papan Nama BSTravel Bengkulu



Wawancara dengan Ka. Cabang BSTravel Bengkulu



Wawancara dengan Jamaah BSTravel Bengkulu



Pendampingan BStavel Mengurus Dokumen Imigrasi



Pembagian Koper oleh BStavel Bengkulu



Manasik Haji dan Umrah BSTravel Bengkulu



Tokoh Masyarakat (Wasilah) Agen BSTravel Bengkulu





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
 Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Hari/ Tanggal : Kamis, 08-12-2022
 Waktu : 09.00 - 10.00
 Tempat : Gedung D8.1
 Judul Proposal : Strategi wisata sebagai upaya peningkatan jumlah jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses sejahtera Bengkulu.

I. MAHASISWA YANG SEMINAR

No.	NIM	Nama	Tanda Tangan
01	1911330033	Bella Octavia	

II. DOSEN PENYEMINAR

No.	Penyeminar	Tanda Tangan
01	Dr. Japandri, M.Si	1.
02	Indah Masruah, M.A	2.

III. AUDIEN MAHASISWA

No.	Nama	Tanda Tangan
01	Lisa YUPITA Sari	1.
02	Mimi Puspita	2.
03	Liza Kiani	3.
04	Delbi	4.
05		5.
06		6.
07		7.
08		8.
09		9.
10		10.

Mengetahui,
 An. Dekan
 Kajur

NIP. 198607012011011012

**ASPEK-ASPEK, BOBOT KREDIT DAN NILAI
KEGIATAN EKSTRA KURIKULER MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

E. ASPEK PENGABDIAN MASYARAKAT		BOBOT	NILAI	TANGGAL	PARAF
		KREDIT	MHS	PERIKSA	PEMERIKSA
1.	Usaha bantuan Terhadap Bencana Alam/Musibah				
	Ketua Pelaksana	5			
	Anggota Pelaksana	3			
2.	Usaha Pengabdian Terhadap Masyarakat				
	Ketua Pelaksana	5			
	Anggota Pelaksana	3			
3.	Usaha Pengabdian Keagamaan				
	Ketua	5			
	Pengurus Harian	3			
	Tenaga Pengajar	5			
JUMLAH NILAI (1 + 2 + 3)					
F. ASPEK SKILL KEWIRAUSAHAAN					
1.	Pengelolaan dan Produksi Ekonomi Kreatif				
	tingkat Universitas/Fakultas				
	Ketua	5			
	Anggota	3			
2.	Memiliki dan Melakukan Produksi aspek kreatif				
	Manager	9			
	Sekretaris/Bendahara	7			
	Karyawan	5			
JUMLAH NILAI (1 + 2 + 3)					

FORM PENGAJUAN SURAT PENUNJUKAN PEMBIMBING

Kepada Yth. Ketua Jurusan
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
UIN FAS Bengkulu

Assalamu'alaikum wr. wb.


Saya yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Bella Octavia
NIM : 1911330033
No. WA : 082570856909
Jurusan : ~~FUAD~~ DAKWAH
Prodi : Manajemen Dakwah
Semester : 1
Judul Skripsi : Manajemen Wasilah Jamaiah Haini dan Umrah
di Pt. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu
.....
.....

Dengan ini mengajukan permohonan surat penunjukan pembimbing dengan syarat:

NO	PERSYARATAN	ADA	KET
1.	Fotokopi pembayaran UKT terakhir (dengan menunjukkan aslinya)	✓	
2.	Fotokopi cover proposal	✓	
3.	Fotokopi halaman pengesahan seminar yang telah disahkan	✓	
4.	Masukkan ke dalam map kertas 1 buah (Biru= Jurusan Ushuluddin, Kuning= Jurusan Adab, Hijau= Jurusan Dakwah)	✓	

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Menyetujui,
Verifikator,

10/2023
15
.....
Fida Kusnata

Bengkulu,
Pemohon,

.....
Bella Octavia

Catatan:
Berkas pengajuan menjadi arsip prodi

FORM PENYAMPAIAN PENUNJUKAN PEMBIMBING*

Kepada Yth. Pengelola Akademik
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
UIN FAS Bengkulu

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan surat permohonan Mahasiswa :

Nama : Bella Octavia
NIM : 1911330033
No. WA : 082370856909
Jurusan : FUAD DAKWAH
Prodi : Manajemen Dakwah
Semester : 8
Judul Skripsi : Manajemen Wasilah jamaah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu

Maka dengan ini disampaikan nama Pembimbing mahasiswa tersebut sebagai berikut :

1. Pembimbing I : Dr. Apriantono, M.Pd
2. Pembimbing II : Nida Masrura, MA

Demikianlah penyampaian nama-nama pembimbing, mohon untuk diproses surat penunjukan pembimbing terhadap mahasiswa tersebut.

Ketua Jurusan,



NIP.

Koordinator Prodi,



NIP.

*Form ini diserahkan ke bagian Akademik

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul “Manajemen Wasilah Jama’ah Haji dan Umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu” disusun oleh:

Nama : Bella Octavia
NIM : 1911330033
Prodi : Manajemen Dakwah

Telah diseminari oleh tim Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 8 Desember 2022
Pukul : 09.00-10.00 WIB

Dan proposal telah diperbaiki sesuai saran-saran dosen penyeminari, oleh karenanya sudah dapat usulan penetapan Surat Keputusan (SK) pembimbing skripsi.

Bengkulu, Mei 2023

TIM PENYEMINAR


Penyeminari I


Dr. Japarudin, M.Si
NIP. 198012032005011008

Penyeminari II


Indah Masrurroh, MA
NIP. 199112082020122008

Mengetahui
An. Dekan Fuad
Ketua Jurusan Dakwah


Wira Hadikusuma, S.Sos. I, M.S.I
NIP. 198601012011011012

FORM PENYAMPAIAN UJIAN MUNAQASYAH

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan surat permohonan Mahasiswa :

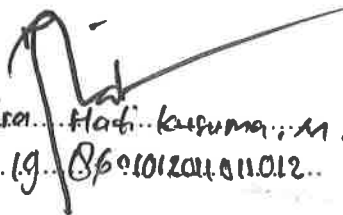
Nama : Bella Octavia
NIM : 1911320033
No. WA : 082370856909
Jurusan : Dakwah
Prodi : Manajemen... Dakwah
Semester : 9
Judul Skripsi : Manajemen Wahiah... Jamaah Kaji dan Umrab.
di... P.T. Bahann... Sukses... Sejahtera... Bengkulu...

Maka dengan ini disampaikan nama Penguji Munaqasyah mahasiswa tersebut sebagai berikut :

- 1. Ketua : Dr. Japandia, M.Si
- 2. Sekretaris : Indri Masruah, MA
- 3. Penguji I : ~~Dr. Asep Suryana, M.Pd~~ Dr. Ann Spt, M.A
- 4. Penguji II : Chen Radmil, MPA

Demikianlah penyampaian nama penguji munaqasyah, mohon untuk diproses penjadwalan ujian munaqasyah terhadap mahasiswa tersebut.

Ketua Jurusan,


Wisa Hati Kusuma, M.Si
NIP. 19. 06. 01012011012



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
 Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

BUKTI KEHADIRAN SEMINAR PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Bella Octavia
 NIM : 1911330033
 Jurusan/ Prodi : Dakwah/Manajemen Dakwah

No.	Hari/Tanggal	Judul Proposal	Penulis Proposal	Penyeminar	Tanda Tangan/ Paraf Penyeminar
01	Rabu, 21 September 2022	" Menjaga Kepercayaan Jama'ah : Diti- nggalkan oleh Bisnis Islam di Jember Bengkulu. <i>Pr. Bagaimana Kita sebagai</i>	Vinna Octavia Sapitri	1. Dr. Ashati Cahyadi, MA. 2. M. NIEMAN HASIR, M. Pd	1. 2.
02	Rabu, 21 Septem-ber	Pengelolaan masjid jamik soekarno kota Bengkulu sebagai cagar Budaya	Mimi Puspita	1. Dr. Aan Supiar M. Ag 2. Ahmad ABAT MASOPFA M. Ag	1. 2.
03	30 September 2022	Upaya menghadirkan TPS di Dusun Ul- tesa Tanjung Mera Bengkulu utara; tinjauan dan faktor penghambat	Misa Yafira Sasi	1. Dr. M. Fidno Syabir, M. Ag. 2. Uhaan Syuri, LC, MA	1. 2.
04	3 November 2022	Faktor keberhasilan penyelenggaraan simbaah dikantor urusan agama (KUA) kecamatan kaur selatan kabupaten kaur	Setty Guryani	1. Refieny, MA (Penyeminar II) 2. Asti Hartati, M. Pd (penyeminar I)	1. 2.
05	Kamis 3 November 2022	Hubungan Support Sistem Keuangan Terka- dal kemandirian anak-anak didik di jema- taha panti asuhan khulid anas kelas II (PKI)	Mdiah Lutfya Mingsam (1911320087)	1. Dr. Nelly Markayati, M. Si 2. Asti Hartati, M. Pd	1. 2.
06				1. 2.	1. 2.
07				1. 2.	1. 2.
08				1. 2.	1. 2.

Mengetahui,
 A.n Dekan
 Ketua Jurusan Dakwah,

Catatan :

- Proposal dapat diseminarkan apabila penulisnya telah menghadiri seminar sekurang-kurangnya 5 (lima) kali.
- Bukti kehadiran mengikuti seminar harap diisi dan diserahkan kepada jurusan ketika mendaftar ujian seminar proposal.

Wira Hadi Kusuma, M.Si
 NIP. 198601012011011012

FORM PENGAJUAN UJIAN MUNAQASYAH

Kepada Yth. Ketua Jurusan
 Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 UIN FAS Bengkulu

Assalamu'alaikum wr. wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bella Octavia
 NIM : 1911330033
 No. WA : 082370056709
 Jurusan : Dakwah
 Prodi : Manajemen Dakwah
 Semester : 9
 Judul Skripsi : Manajemen Khafah Jamaah Haji dan Umroh di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

Dengan ini mengajukan permohonan ujian munaqasyah dengan syarat:

NO	PERSYARATAN	ADA	KET
1.	Fotokopi KTM dan KTP	✓	syarat komprehensif
2.	Fotokopi sertifikat lulus mengaji	✓	syarat komprehensif
3.	Fotokopi ijazah terakhir	✓	syarat komprehensif
4.	Bukti pembayaran UKT semester 1 s.d. terakhir asli	✓	syarat komprehensif
5.	KRS semester 1 s.d. semester akhir asli yang telah ditanda tangani oleh PA dan KHS semester 1 s.d. semester akhir asli yang telah disahkan oleh bagian Akademik	✓	syarat komprehensif
6.	Transkrip sementara yang telah diperiksa oleh pengelola akademik asli	✓	syarat komprehensif
7.	Skripsi dijilid rangkap 4 (hanya dicek dan kemudian dikembalikan ke mahasiswa ybs)	✓	
8.	Lembar pengesahan tim penilai SKEK asli	✓	
9.	Nilai bimbingan asli	✓	
10.	Nilai ujian komprehensif asli	✓	
11.	Fotokopi sertifikat TOEFL/ TOAFL min. 375 (TOAFL prodi BSA min. 400) dengan menunjukkan sertifikat asli	✓	
12.	Telah mendaftar ujian munaqasyah di SIKAD	✓	
13.	Bukti menghadiri ujian munaqasyah asli min. 2 kali	✓	
14.	Surat keterangan plagiat asli	✓	
15.	Blangko ujian munaqasyah	✓	

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Menyetujui,
 Verifikator,

Yah Kusnola
 9/07/10

Bengkulu,
 Pemohon,

Bella Octavia

FORM PENYAMPAIAN UJIAN MUNAQASYAH

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan surat permohonan Mahasiswa :

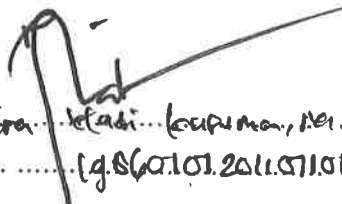
Nama : Bella Octavia
NIM : 1911320033
No. WA : 082370856909
Jurusan : Dakwah
Prodi : Manajemen Dakwah
Semester : 9
Judul Skripsi : Manajemen Wahiah, Jamaah Haji dan Umrah di P.T. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu

Maka dengan ini disampaikan nama Penguji Munaqasyah mahasiswa tersebut sebagai berikut :

- 1. Ketua : Dr. Japandia, M.Si
- 2. Sekretaris : Indah Masruah, MA
- 3. Penguji I : ~~Dr. Arif Suryana, M.Pd~~ Dr. Ann Sptz, M.Si
- 4. Penguji II : Chem Rahmil, MPA

Demikianlah penyampaian nama penguji munaqasyah, mohon untuk diproses penjadwalan ujian munaqasyah terhadap mahasiswa tersebut.

Ketua Jurusan,


Wira Hafid, S.Pd, M.Pd, M.Si
NIP. 198601012011071012

FORM PENGAJUAN UJIAN MUNAQASYAH

Kepada Yth. Ketua Jurusan
 Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 UIN FAS Bengkulu

Assalamu'alaikum wr. wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bella Octavia
 NIM : 1911330033
 No. WA : 082370856709
 Jurusan : Dakwah
 Prodi : Manajemen Dakwah
 Semester : 9
 Judul Skripsi : Manajemen Waqaf Jamaah Haji dan Umroh di PT. Kahana Sukses Sejahtera Bengkulu.

Dengan ini mengajukan permohonan ujian munaqasyah dengan syarat:

NO	PERSYARATAN	ADA	KET
1.	Fotokopi KTM dan KTP	✓	syarat komprehensif
2.	Fotokopi sertifikat lulus mengaji	✓	syarat komprehensif
3.	Fotokopi ijazah terakhir	✓	syarat komprehensif
4.	Bukti pembayaran UKT semester 1 s.d. terakhir asli	✓	syarat komprehensif
5.	KRS semester 1 s.d. semester akhir asli yang telah ditanda tangani oleh PA dan KHS semester 1 s.d. semester akhir asli yang telah disahkan oleh bagian Akademik	✓	syarat komprehensif
6.	Transkrip sementara yang telah diperiksa oleh pengelola akademik asli	✓	syarat komprehensif
7.	Skripsi dijilid rangkap 4 (hanya dicek dan kemudian dikembalikan ke mahasiswa ybs)	✓	
8.	Lembar pengesahan tim penilai SKEK asli	✓	
9.	Nilai bimbingan asli	✓	
10.	Nilai ujian komprehensif asli	✓	
11.	Fotokopi sertifikat TOEFL/ TOAFL min. 375 (TOAFL prodi BSA min. 400) dengan menunjukkan sertifikat asli	✓	
12.	Telah mendaftar ujian munaqasyah di SIAKAD	✓	
13.	Bukti menghadiri ujian munaqasyah asli min. 2 kali	✓	
14.	Surat keterangan plagiat asli	✓	
15.	Blangko ujian munaqasyah	✓	

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Menyetujui,
 Verifikator,

YH
Tito Kusuma

9/07
10

Bengkulu,
 Pemohon,

Bella Octavia

**PERIHAL KEGIATAN EKSTRA KURIKULER MAHASISWA
UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

Kepada:

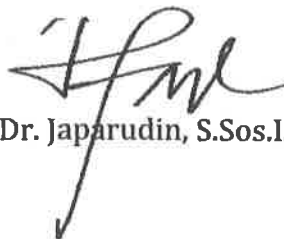
Segenap mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Salam. Dengan ini disampaikan bahwa, selain kegiatan perkuliahan, mahasiswa juga wajib memiliki/mengikuti kegiatan ekstra kurikuler yang dihitung dan dikenal dengan nama SKEK mahasiswa. Sebagai satu dari beberapa syarat menyelesaikan studi (tamat) kuliah, mahasiswa akan dihitung SKEKnya terlebih dahulu baru boleh mendaftar ujian skripsi. Untuk itu, berikut ini disampaikan form dan berbagai macam kegiatan ekstra kurikuler yang dapat diikuti oleh mahasiswa, yang ada nilai SKEKnya.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka dihimbau kepada mahasiswa agar dapat mengikuti kegiatan yang ada/bisa dinilai – jenis kegiatan sebagaimana tercantum dalam formulir penilaian SKEK terlampir. Jumlah angka SKEK yang diperlukan mahasiswa adalah 120. Untuk mencapai angka SKEK 120 tersebut, sekurang-kurangnya setiap semester seorang mahasiswa mengikuti/memperoleh angka SKEK dari kegiatan yang diikuti sejumlah 20/per semester atau setara dengan 10 kegiatan/sertifikat/piagam yang nilainya 2. Jika 20 angka SKEK setiap semester, maka selama 6 semester mahasiswa akan dapat memenuhi total angka SKEK 120 tersebut.

Mulai sekarang – utamanya yang masih semester 1, ayo dilihat bentuk kegiatan dalam formulir terlampir – dan rencanakan kegiatan apa saja yang akan diikuti, dan bagi yang sudah di semester 3 dan 5 ayo masih ada waktu aktif mengikuti berbagai kegiatan ekstra kurikuler.

Wakil Dekan III
Fak. Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. Japarudin, S.Sos.I.,M.Si

FORM PENGAJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

Kepada Yth. Ketua Jurusan Jur. Hani Kusuma M.Si
 Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 UIN FAS Bengkulu

Assalamu'alaikum wr, wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bawa Octavia
 NIM : 1911330093
 No. WA : 082378856409
 Jurusan : Dakwah
 Prodi : Manajemen Dakwah
 Semester : 9
 Judul Skripsi : Manajemen Wasilah Jamaah Haji dan Umrah di PT Bahana Sukses Sigahara Bengkulu

Dengan ini mengajukan permohonan ujian komprehensif dengan syarat:

NO	PERSYARATAN	ADA	KET
1.	Fotokopi KTM	✓	
2.	Fotokopi sertifikat lulus mengaji	✓	
4.	Fotokopi ijazah terakhir	✓	
5.	Fotokopi bukti pembayaran UKT semester 1 s.d. terakhir (dengan menunjukkan aslinya)	✓	
6.	Fotokopi KRS semester 1 s.d. semester akhir yang telah ditanda tangani oleh PA dan KHS semester 1 s.d. semester akhir yang telah disahkan oleh bagian Akademik (dengan menunjukkan aslinya)	✓	
7.	Fotokopi transkrip sementara yang telah diperiksa oleh pengelola akademik	✓	
8.	Resume kisi-kisi ujian komprehensif	✓	
9.	Map kertas berlubang 1 buah (Biru= Jurusan Ushuluddin, Kuning= Jurusan Adab, Hijau= Jurusan Dakwah)	✓	

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Menyetujui,
 Verifikator,

12/23
g

Bengkulu,
 Pemohon,

(Signature)

Hani Kusuma

Bawa Octavia

Catatan:

Berkas pengajuan menjadi arsip prodi



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Bella octavia Pembimbing I : Dr. Japarudin, M.Si
NIM : 1911330033 Judul Skripsi: Manajemen wasilah jam'ah
haji dan umrah di PT. Bahana Sukses
Jurusan : Dakwah sejahtera Bengkulu
Program Studi : Manajemen Dakwah


No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan I/II	Paraf Pembimbing
1	22 Mei 23	Revisi masalah wasilah terkandung dengan Labor Belakang.		Jf
2	16 Juni 23	Teri difungsikan bukan hanya untuk pemabai tabung skripsi. Bahas materi teori 73 teori		Jf
3	26 Juni 23	Pembelian kutipan footnote, dan lain-lain sesuai dengan format dan pedoman Pustaka Skripsi		Jf
4	12 Juli 23	Perbaikan pedoman wawancara observasi sesuai arahan.		Jf

Bengkulu,

Mengetahui,
Ketua Jurusan Dakwah

Pembimbing I


Wira Hadi Kusuma, M.Si
NIP.198601012011011012


Dr. Japarudin, M.Si
NIP.198012032005011008

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Bella octavia Pembimbing I : Dr. Japarudin, M.Si
NIM : 1911330033 Judul Skripsi: Manajemen wasilah jam'ah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses sejahtera Bengkulu
Jurusan : Dakwah
Program Studi : Manajemen Dakwah

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan I/II	Paraf Pembimbing
5	01 Agustus 23	Cerita Display dan sejarah umrah Rungku melalui suksesi karyanya.		
6	22 Ags 23	fatorkan perusahaan yg teras yang ada - bedanya hasil wawancara sbg kutipan langsung.		
7	18 Sept 23	kesimpulan sejarah cithk dan Rungku melalui sejarah awal - Lanjutkan Abstrak, pengantar, dan		
8	05 Okt 2023	ke cithk after Ujian	Bengkulu,	

Mengetahui,
Ketua Jurusan Dakwah

Wira Hadi Kusuma, M.Si
NIP.198601012011011012

Pembimbing I

Dr. Japarudin, M.Si
NIP.198012032005011008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

Nama Mahasiswa : Bella octavia

Pembimbing II : Indah masruroh, MA

NIM : 1911330033

JudulSkripsi: Manajemen wasilah jam'ah haji dan umrah di PT. Bahana Sukses sejahtera Bengkulu

Jurusan : Dakwah

Program Studi : Manajemen Dakwah

No	Hari/Tanggal	MateriBimbingan	Saran Bimbingan I/II	Paraf Pembimbing
1.	Rabu. 17 Mei 2023	Perbaikan BAB I	Tidak Keluar dari 2 Rumusan masalah Teori.	
2.	Senin. 12 Juni 2023	BAB II	Masukan Teori inti	
3.	Jum'at. 07 Juli 2023	BAB III	Uraikan objek atau informan yang akan di wawancara.	
4.	Jum'at. 8 Sep 2023	BAB <u>IV</u>	Tambahkan Profil lembaga - Struktur Sistematisa Penulisan - Masukan Teori - ABSTRAK - Moto	
5.	04 okt 2023	Bab IV & Lampiran	Lanjutkan ACC	

Bengkulu,

Mengetahui,
Ketua Jurusan Dakwah

Pembimbing II

Wira Hadi Kusuma, M.Si
NIP.198601012011011012

Indah masruroh, MA
NIP. 199112082020122008



SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 0784/Un.23/F.III/PP.009/05/2023

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa, maka Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dengan ini menunjuk dosen:

Nama : Dr. Japarudin, M.Si
NIP : 19800123 200501 1 008
Tugas : Pembimbing I

Nama : Indah Masruroh, MA
NIP : 19911208 202012 2 008
Tugas : Pembimbing II

Bertugas untuk membimbing, mengarahkan dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draf skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasah bagi mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

Nama : Bella Octavia
NIM : 1911320033
Jurusan/Program Studi : Dakwah/Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Manajemen Wasilah Jam'ah Haji dan Umrah di PT Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu

emikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di: Bengkulu

Pada tanggal : 12 Mei 2023

An Dekan,
Wakil Dekan 1



Rahmat Ramdhani

Tembusan:

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

FORM PENYAMPAIAN UJIAN KOMPREHENSIF*

Kepada Yth. Pengelola Akademik
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
UIN FAS Bengkulu

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan surat permohonan Mahasiswa :

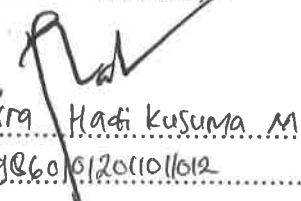
Nama : Bella Octavia.....
NIM : 1911330023.....
No. WA : 082370856709.....
Jurusan : Dakwah.....
Prodi : Manajemen Dakwah.....
Semester : 9.....
Judul Skripsi : Manajemen Wasilah Jama'ah Haji dan Umroh.....
di PT. Bahana Sukset Sejahtera Bengkulu.....
.....
.....
.....

Maka dengan ini disampaikan nama Penguji Komprehensif mahasiswa tersebut sebagai berikut :

1. Penguji Komponen Institut :
2. Penguji Komponen Jurusan :
3. Penguji Komponen Prodi :

Demikianlah penyampaian nama penguji komprehensif, mohon untuk diproses penjadwalan ujian komprehensif terhadap mahasiswa tersebut.

Ketua Jurusan,


Wira Hadi Kusuma M.Si
NIP. 19860101201101012.....

Koordinator Prodi,

.....
NIP.

*Form ini diserahkan ke bagian Akademik



20 September 2023

Nomor : 21/Un.23/F.III/PP.01/09/2023
Lamp : -
Perihal : Jadwal Ujian Komprehensif

Kepada Yth.

1. Ibrahim, M.Ag (Penguji Komponen Universitas)
2. Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I (Penguji Komponen Jurusan)
3. Pebri Prandika Putra, M.Hum (Penguji Komponen Prodi)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pelaksanaan ujian komprehensif mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Tahun Ajaran 2023/2024, kami memohon kesediaan dan kehadiran Bapak/ Ibu pada:

NO	NAMA/ NIM	HARI/ TANGGAL	JENIS KOMPETENSI	MATERI
1.	Bella Octavia / 1911330033	Senin, 25 September 2023	Universitas	1. Hafalan Ayat dan Hadis,
				2. Tafsir al-Qur'an dan Hadis,
				3. Hafalan Surat Pendek dari Q.S Adh-Dhuha s.d An-Nas).
		Selasa, 26 September 2023	Jurusan	1. Retorika dakwah
				2. Metode Dakwah
				3. Psikologi Dakwah
Rabu, 27 September 2023	Prodi	1. Ilmu Manajemen		
		2. Manajemen SDM		
		3. Manajemen Dakwah		

Demikian, atas kehadirannya diucapkan terima kasih, dan jika berhalangan diharapkan memberi kabar.

Wassalam,
Dekan,



Am Supian

Tembusan :

1. Dosen yang bersangkutan
2. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
MAHASISWA FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
TAHUN AKADEMIK 20...../20.....**

Pada hari ini, ..Kamis..... tanggal ..8.... bulan ..Desember..... tahun 2022.,
bertempat di gedung ..DB.1... pada jam ..09.00.....s.d. ..10.00... WIB, telah
dilaksanakan seminar proposal skripsi mahasiswa;
.....Bella Octavia..... NIM. ..1911330033.....
dengan judul proposal: ..Strategi Uwasilah sebagai upaya peningkatan
Jumlah Jamaah Haji Dan umroh di PT. Bahana Sukses
Sejahtera Bengkulu

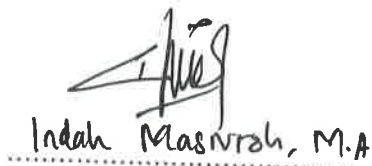
Demikian berita acara ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana
peruntukannya.

Bengkulu, hari dan tanggal sebagaimana tersebut di atas.

DOSEN PENYEMINAR I


.....Dr. Japandri.....

DOSEN PENYEMINAR II


.....Indah Masvrah, M.A......

MENGETAHUI

Kajur

.....
NIP. 196601012011011012

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : /2023

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ~~Pimpinan~~ **Pimpinan** BSTravel cabang Bengkulu menerangkan bahwa :

Nama : Bella Octavia
Nim : 1911330033
Prodi : Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Fatmawati Bengkulu

Menyatakan bahwa mahasiswa tersebut benar-benar telah melakukan penelitian di PT.
Bahana sukses sejahtera Bengkulu

dengan judul penelitian **“Manajemen Wasilah Jama’ah Haji dan Umroh di PT. Bahana Sukses
Sejahtera Bengkulu”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan
sebagaimana mestinya, atas kerja samanya saya ucapkan terimakasih.

Bengkulu, Juli 2023

Hormat Kami,

PT.Bahana Sukses sejahtera



H. Adhi Setiawan (S.Pi)




Pimpinan Cabang

Lampiran III

**ASPEK-ASPEK, BOBOT KREDIT DAN NILAI
KEGIATAN EKSTRA KURIKULER MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

A.	ASPEK KEAGAMAAN DAN MORAL PANCASILA	BOBOT	NILAI	TANGGAL	PARAF
		KREDIT	MHS	PERIKSA	PEMERIKSA
	1. Peringatan hari Besar Islam, Kegiatan Keagamaan				
	2. Forum Pengkajian				
	3. Penyuluhan dakwah/Khutbah :				
	a. Tingkat Internasional				
	Peserta	③			
	Petugas/Panitia	4			
	Penceramah	6			
	b. Tingkat Nasional				
	Peserta	②			
	Petugas/Panitia	3			
	Penceramah/Narasumber	5			
	c. Tingkat Regional				
	Peserta	1			
	Petugas/Panitia	2			
	Penceramah/Narasumber	3			
	d. Tingkat Universitas/Propinsi				
	Peserta	1			
	Petugas/Panitia	2			
	Penceramah/Narasumber	3			
	e. Tingkat Fakultas/Jurusan/Kabupaten				
	Peserta	0,5			
	Petugas/Panitia	1			
	Penceramah/Narasumber	3			
	f. Tingkat Lokal/Prodi				
	Peserta	0,5			
	Petugas/Panitia	1			
	Penceramah/Narasumber	3			
	JUMLAH NILAI				

**ASPEK-ASPEK, BOBOT KREDIT DAN NILAI
KEGIATAN EKSTRA KURIKULER MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

B. ASPEK PENALARAN DAN IDEALISME		BOBOT	NILAI	TANGGAL	PARAF
		KREDIT	MHS	PERIKSA	PEMERIKSA
1.	KEGIATAN: PENDIDIKAN, PELATIHAN, WORKSHOP, DISKUSI DAN SEJENISNYA				
a.	Tingkat Internasional				
	Peserta	⑦	21	4/10 23	
	Petugas/Panitia	8			
	Narasumber	9			
b.	Tingkat Nasional				
	Peserta	⑥	90	4/10 23	
	Petugas/Panitia	7			
	Narasumber	8			
c.	Tingkat Regional				
	Peserta	3			
	Petugas/Panitia	4			
	Narasumber	7			
d.	Tingkat Universitas/Propinsi				
	Peserta	3			
	Petugas/Panitia	4			
	Narasumber	6			
e.	Tingkat Fakultas/Jurusan/Kabupaten				
	Peserta	2			
	Petugas/Panitia	3			
	Narasumber	5			
f.	Tingkat Lokal/Prodi				
	Peserta	1	11	4/10 23	
	Petugas/Panitia	2			
	Narasumber	3			
2.	...				

	2. KEGIATAN PENELITIAN (TIDAK TERMASUK TA)				
a.	<i>Penelitian Kelompok</i>				
	Konsultan	6			
	Ketua	5			
	Peneliti	2			
	Editor	4			
b.	<i>Peneliti Individual</i>				
	Konsultan	5			
	Ketua	4			
	Editor	4			
	3. PENULIS ILMIAH				
a.	<i>Berupa Buku dipublikasi</i>				
	Pengarang	8			
	Editor	4			
b.	<i>Tulisan pada Media Cetak</i>				
	Harian/Majalah Umum	5			
	Koran/Majalah Kampus Tingkat Universtas	3			
	Koran/Majalah Kampus Tingkat Fakultas/Jurusan/Prodi	2			
c.	<i>Tulisan Tidak dipublikasi berupa buku</i>	2			
d.	<i>Penterjemah yang dipublikasi berupa buku</i>				
	Penterjemah	5			
	Editor	4			
e.	<i>Penterjemah tidak dipublikasi</i>				
	Penterjemah	3			
	Editor	4			
f.	<i>Tulisan Non Ilmiah</i>				
	Harian/Majalah Umum	4			
	Harian/Majalah Kampus	2			
	4. PRESTASI KARYA TULIS ILMIAH DAN LAINNYA				
a.	<i>Juara Tingkat Internasional</i>				
	Juara I, II, III	10, 9, 8			
	Juara Harapan I, II, III	7,6,5			




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

Nomor : 2328/Un.23/F.III/PP.01/10/2023
Lamp : -
Perihal : Jadwal Ujian Munaqasyah

10 Oktober 2023

Kepada Yth.

1. Dr. Japarudin, M.Si (Ketua)
2. IPSAL, M-AG Sekretaris
3. EMYNETRI, M-AG (Penguji I) 
4. HANAN RAHMAT, MPA (Penguji II)
M. ZIKRI, M-HUM

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Kami mengharapkan kehadiran Bapak/Ibu /Saudara pada :

Hari/ Tanggal : Kamis, 12 Oktober 2023
Pukul : 08.00-09.30 WIB
Tempat : Gedung D2 Ruang Munaqosah
Acara : Ujian Munaqasyah

No.	Nama/ NIM	JUDUL
1.	Bella Octavia NIM. 1911320033	Manajemen Wasilah Jamaah Haji dan Umroh di PT Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu

Demikian, atas kehadirannya diucapkan terima kasih, dan jika berhalangan diharapkan memberi kabar.

*Wassalam,
Dekan,*

Aan Supian

Tembusan :

1. Dosen yang bersangkutan
2. Arsip

FORM PENYAMPAIAN UJIAN MUNAQASYAH

Assalamu'alaikum wr. wb.

Berdasarkan surat permohonan Mahasiswa :

Nama : Beua Octavia
NIM : 1911320033
No. WA : 002370856909
Jurusan : Dakwah
Prodi : Manajemen Dakwah
Semester : 9
Judul Skripsi : Manajemen wahiah Jamaah Haji dan umrah di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu

Maka dengan ini disampaikan nama Penguji Munaqasyah mahasiswa tersebut sebagai berikut :

- 1. Ketua : Dr. Japardin, M.Si
- 2. Sekretaris : Indah Masruah, MA
- 3. Penguji I : ~~Dr. Asep Suryana, M.Pd~~ Dr. Ann Spt, M.Pd
- 4. Penguji II : Cherun Radmil, M.PA

Demikianlah penyampaian nama penguji munaqasyah, mohon untuk diproses penjadwalan ujian munaqasyah terhadap mahasiswa tersebut.

Ketua Jurusan,


.....
NIP.

FORM PENGAJUAN UJIAN MUNAQASYAH

Kepada Yth. Ketua Jurusan
 Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
 UIN FAS Bengkulu

Assalamu'alaikum wr. wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

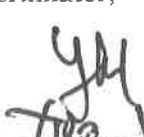
Nama : Bella Octavia
 NIM : 1911330033
 No. WA : 082370856709
 Jurusan : Dakwah
 Prodi : Manajemen Dakwah
 Semester : 9
 Judul Skripsi : Manajemen wasilah jama'ah Haji dan Umroh di PT. Kahana Sueser Sejahtera Bengkulu.

Dengan ini mengajukan permohonan ujian munaqasyah dengan syarat:

NO	PERSYARATAN	ADA	KET
1.	Fotokopi KTM dan KTP	✓	syarat komprehensif
2.	Fotokopi sertifikat lulus mengaji	✓	syarat komprehensif
3.	Fotokopi ijazah terakhir	✓	syarat komprehensif
4.	Bukti pembayaran UKT semester 1 s.d. terakhir asli	✓	syarat komprehensif
5.	KRS semester 1 s.d. semester akhir asli yang telah ditanda tangani oleh PA dan KHS semester 1 s.d. semester akhir asli yang telah disahkan oleh bagian Akademik	✓	syarat komprehensif
6.	Transkrip sementara yang telah diperiksa oleh pengelola akademik asli	✓	syarat komprehensif
7.	Skripsi dijilid rangkap 4 (hanya dicek dan kemudian dikembalikan ke mahasiswa ybs)	✓	
8.	Lembar pengesahan tim penilai SKEK asli	✓	
9.	Nilai bimbingan asli	✓	
10.	Nilai ujian komprehensif asli	✓	
11.	Fotokopi sertifikat TOEFL/ TOAFL min. 375 (TOAFL prodi BSA min. 400) dengan menunjukkan sertifikat asli	✓	
12.	Telah mendaftarkan ujian munaqasyah di SIAKAD	✓	
13.	Bukti menghadiri ujian munaqasyah asli min. 2 kali	✓	
14.	Surat keterangan plagiat asli	✓	
15.	Blangko ujian munaqasyah	✓	


Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenannya diucapkan terima kasih.

Menyetujui,
 Verifikator,

9/27/10


 Tika Kusnida

Bengkulu,
 Pemohon



 Bella Octavia

BIOGRAFI PENULIS



Bella Octavia adalah penulis skripsi ini. Lahir pada tanggal 14 September 2001 di Desa Selali Kec. Pino Raya Kab. Bengkulu Selatan. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Liti dan Erni Hayati. Penulis memulai masa pendidikan dari jenjang Sekolah Dasar di SD Negeri 89 Bengkulu Selatan tahun 2006-2013. Kemudian melanjutkan kejenjang sekolah menengah pertama di SMP Negeri 5 Bengkulu Selatan tahun 2013-2016. Kemudian melanjutkan kejenjang sekolah menengah atas di SMK Negeri 2 Bengkulu Selatan tahun 2016-2019.

Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Program Studi Manajemen Dakwah. Selama kuliah, penulis telah melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) berbasis masjid (Masjid Darul Amri) di Desa Lubuk Saung Kec. Argamakmur Kab. Bengkulu Utara. Kemudian telah melakukan magang (PPL) profesi di PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu (BSTravel), dengan semangat yang begitu besar serta tidak lepas dari doa orang tua. Penulis telah berhasil menyelesaikan pekerjaan tugas akhir semester ini. Semoga dengan tugas akhir penulis yang berjudul: MANAJEMEN WASILAH JAMA'AH HAJI DAN UMRAH DI PT. BAHANA SUKSES SEJAHTERA BENGKULU mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

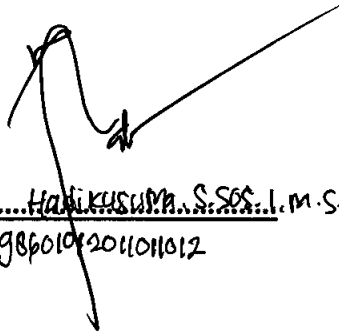
Nama : Bella Octavia
NIM : 1911330033
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Manajemen Wasilah Jama'ah Haji dan Umrah di PT.
Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu

Telah melakukan verifikasi Plagiasi melalui website <https://smallseotools.com/plagiarism-checker/>, skripsi yang bersangkutan memiliki indikasi plagiat sebesar 6% dan dinyatakan dapat diterima.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya, apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan peninjauan kembali.

Mengetahui,
Verifikator

Bengkulu, Oktober 2023
Yang membuat pernyataan



Uica... Hani Kusuma, S.Sos., I.M.Si
NIP. 198601012011011012



Bella Octavia
NIM. 1911330033