

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.