

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, yaitu 87,2 persen dari total penduduk Indonesia. Islam memiliki kebenaran dasar yang harus dianut oleh seluruh umat Islam, yaitu Rukun Islam.¹ Rukun Islam terdiri dari lima kegiatan dasar yang harus dilakukan semua umat Islam, yang berpuncak pada pelaksanaan haji. Ziarah dilakukan oleh orang yang mempunyai izin untuk melakukannya atau yang mampu melakukannya. Oleh karena itu, jika seseorang mempunyai kekuatan atau kemampuan maka wajib menunaikan ibadah haji atau umrah.²

Haji secara etimologi (bahasa) berarti "menuju" sedangkan secara etimologi (istilah) adalah berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk beribadah kepada Allah dengan mengerjakan manasik tertentu (seperti wukuf, thawaf, sa'i melontar jumrah dan amalan lainnya) pada waktu dan tempat tertentu demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharap ridhanya.

¹<https://samarindakota.bps.go.id>, "Agama di Indonesia", 17 Mei 2024.<
<https://samarindakota.bps.go.id/statictable/2024/05/17/324/agama-di-indonesia-2024.html>> [Diakses, 12 Juli 2024]

²Maharani, Mega Utami, dkk, 'Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah' Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umrah, 1 (2022),85-106 (h.86)

Adapun menurut arti istilah (terminologi) jika kalangan ahli bahasa menyebut haji untuk segala jenis maksud berpergian (alqashad) secara umum, maka ahli fiqh mengkhususkan hanya untuk niatan datang ke baitullah guna menunaikan ritual-ritual peribadatan (manasik) tertentu. pakar ahli fiqh lain mengatakan haji adalah pergi mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan perilaku tertentu dan waktu tertentu.³

Haji pada hakikatnya merupakan sarana dan media bagi ummat islam untuk melaksanakan ibadah ke baitullah dan tanah suci setiap tahun. karena setiap tahun sebagian kaum muslimin dari seluruh dunia datang untuk menunaikan ibadah haji.

Adapun dalil Al-Qur'an yang memberi petunjuk bahwa melaksanakan ibadah haji ini adalah suatu kewajiban yaitu terdapat pada Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 97, yang berbunyi:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مِّمَّا بُرِّهِيَ اللَّهُ ۚ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَاسِبٌ عَدْلٌ ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ۙ

“Di dalamnya terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) Maqam Ibrahim. Siapa yang memasukinya (Baitullah), maka amanlah dia. (di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, (yaitu bagi) orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Siapa yang mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu pun) dari seluruh alam” (QS. Ali Imran: 97)

³Abdul Aziz Muhammad Azzam and Abdul Wahhab Sayyed Hawwas, *Fiqh Ibadah*, Cetakan 1 (Jakarta: Amzah, 2023), h. 482.

Haji merupakan salah satu rukun islam yang kelima yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada orang-orang yang mampu menunaikannya, yakni memiliki kesanggupan biaya serta sehat jasmani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut. Kewajiban haji dan umrah hanya sekali dalam seumur hidup pada hakikatnya, tujuan pokok dari perjalanan haji dan umrah ada tiga, yaitu:

1. Mengerjakan haji, hukumnya wajib (bagi yang mampu) dan hanya sekali seumur hidup. Adapun selebihnya itu sunnah. Haji hanya dapat dikerjakan pada musim haji, berbeda dengan umrah yang waktunya tidak terbatas.
2. Mengerjakan umrah, hukumnya sama dengan haji, hanya saja antara haji dengan umrah terdapat persamaan dan perbedaan dalam waktu dan pelaksanaannya.
3. Mengadakan ziarah, hukumnya sunnah. Dan berziarah dimaksudkan adalah ketempat-tempat, baik di Jeddah, Makkah, Madinah dan tempat-tempat lain yang bersejarah.

Umrah secara etimologi (bahasa) berarti "berkunjung" secara terminologi istilah syar'i adalah berkunjung ke baitullah melakukan ibadah kepada Allah dengan melalui thawaf dan sa'i lalu diakhiri dengan mencukur rambut atau sekedar memendekkannya (Tahallul).⁴

⁴Johari Arifin, Johar, *Tuntunan Manasik Haji Dan Umrah*, Edisi 1 (yogyakarta: Cv Istana Agency, 2019), h. 2

Secara terminologi Umrah adalah berkunjung ke Baitullah al Haram dengan tujuan mendekati diri kepada Allah ta'ala dengan amalan yang dijelaskan oleh Rasulullah Shallallahu alaihi wa Sallam.⁵

Pemerintah Arab Saudi menaikkan kuota haji untuk jemaah haji di Indonesia dari 210.680 kuota haji naik hingga 213.320 orang jemaah haji. meskipun jumlah kuota Jamaah haji meningkat, tetapi tetap saja tidak mampu menutupi jumlah permintaan jemaah haji di Indonesia yang sangat membludak.

Salah satu cara umat muslim di Indonesia untuk berangkat ke tanah suci dengan melaksanakan umrah yang dimana tidak terlalu lama menunggu untuk keberangkatannya. semakin banyak permintaan masyarakat untuk pergi umrah, sangat dibutuhkan peran serta biro Perjalanan atau travel haji dan umrah yang sudah memiliki legalitas dari pemerintah untuk mengantarkan dan membimbing jemaah haji dan umrah ke Tanah Suci.

Sehingga menimbulkan persaingan antara satu biro perjalanan dengan biro perjalanan lainnya sehingga mengakibatkan calon jemaah bingung memilih biro perjalanan mana yang baik dan efisien untuk dilayani. dalam berbagai bidang sehingga kegiatan ibadah haji dan umrah dapat memberikan hasil yang memuaskan bagi para jama'ah.

⁵Muhammad Abizar Albaihaqi, 'Strategi Pemasaran Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) At Taqwa Ujung Harapan Bekasi Dalam Meningkatkan Jumlah Jama'ah' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011), h. 52.

Bisnis travel haji dan umrah sudah semakin menjamur dan memiliki strategi pemasaran masing-masing untuk dijadikan sebagai daya tarik dalam menarik calon jemaah haji dan umrah. Salah satu biro perjalanan haji dan umrah yang memfasilitasi jemaah untuk menggunakan jasanya adalah PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu yang menjadi perwakilan di Wilayah Bengkulu. PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu memiliki banyak pesaing di wilayah Kota Bengkulu seperti BST Tour and Travel, Armindo Jaya Tour, AET Bengkulu, dan masih banyak lagi travel lain di Kota Bengkulu. Adanya persaingan yang ketat membuat setiap perusahaan harus pintar-pintar merancang strategi agar tidak tertinggal dari perusahaan lain. Salah satunya adalah strategi pemasaran yang dapat menjadi solusi ketika menghadapi aktivitas yang berhubungan dengan produk dan jasa.

PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu yang Memiliki Strategi Pemasaran yang Efektif untuk Meningkatkan Calon Jamaah Haji Dan Umrah. PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu sudah mulai usaha Tour & Travel umrah dan haji plus semenjak tahun 2013. Produk jasa PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu meliputi program paket umrah makbul, umrah samawa, umrah mabrur, umrah mustajab, umrah syawal, dan paket umrah umpast.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini

produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya⁶.

Zaman sekarang sudah banyak jasa travel haji dan umrah terkhusus nya di Bengkulu. Untuk memenuhi jumlah target jama'ah umrah tiap tahun, PT. Anugerah Quba Mandiri kota Bengkulu harus dapat bersaing dengan Travel haji dan umrah yang ada di Bengkulu. maka PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu harus memiliki startegi pemasaran yang dapat menarik minat calon jama'ah. Sesuai dengan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran PT. Anugerah Quba Mandiri dalam hal meningkatkan minat calon jamaah umrah dengan membuat sebuah skripsi yang Berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah Di PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dilakukan perumusan masalah yaitu “bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jamaah umrah di PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu”.

⁶Ida Hidayah, dkk, ‘Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu)’, Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 19, (2021), 76-82

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jamaah umrah di PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berguna sebagai tambahan literatur bagi peneliti lainnya yang terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jamaah umrah di PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu, sehingga menjadi rujukan dalam melakukan penelitian yang serupa.

2. Kegunaan Praktis

- a) Hasil penelitian ini juga berguna bagi travel-travel umrah lainnya untuk meningkatkan strategi pemasaran umrah di travelnya.
- b) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pembelajaran dan pengkajian pada jurusan Manajemen Haji dan Umrah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Maharani dkk yang bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran di biro perjalanan haji dan umrah dalam meningkatkan minat para calon jamaah haji dan umrah. Pendekatan Penelitian ini adalah Kualitatif. Populasi Penelitian ini sebanyak Berdasarkan hasil temuan

pada dokumen profil Ghinasepti Tour and Travel bahwasannya Ghinasepti International Tour and Travel merupakan trademik/merk dagang dari PT. Satria Barokah Wisata, sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang tour and travel dengan fokus utama pada pelayanan penyelenggaraan ibadah umrah dan haji khusus. teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan melakukan studi dokumentasi. Perbedaan Penelitian ini terletak pada subjek penelitiannya, Sedangkan Persamaannya terletak pada Objek Penelitiannya.⁷

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf sayudi yang bertujuan untuk Mengetahui analisis strategi bauran pemasaran haji dan umrah. Pendekatan Penelitian ini adalah kualitatif. Dengan Hasil penelitian teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan melakukan studi dokumentasi. *Kedua*, teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan melakukan studi dokumentasi. *Ketiga*, teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan melakukan studi dokumentasi. *Keempat*, Strategi Promosi Perusahaan tersebut

⁷Maharani, Mega Utami, dkk, 'Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah', Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umrah, 1 (2022),85-106.

dengan melalui iklan, promosi penjualan melalui agent dan penjual langsung.⁸

3. Penelitian yang dilakukan Elsa efinda yang bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah calon jamaah umrah di PT. Bahagia Wisata Tour and Travel Payakumbuh. Pendekatan Penelitian ini adalah Kualitatif. Hasil penelitian yaitu yang *Pertama*, strategi pembetulan produk, (paket ibadah Umrah). *Kedua*, strategi penetapan harga paket ibadah. *Ketiga*, strategi pendistribusian paket perjalanan ibadah umrah. *Keempat*, strategi penetapan kegiatan promosi dalam meningkatkan jamaah umrah. *Kelima*, SDM, strategi peningkatan kualitas karyawan (people). *Keenam*, strategi pemberian bukti fisik (*Physical evidence*) untuk meningkatkan jamaah umrah. *Ketujuh*, proses dalam jasa pelayanan memudahkan jamaah umrah dalam keberangkatan ke tanah suci. Perbedaan Penelitian ini Terletak pada Subjek Penelitiannya, sedangkan Persamaannya terletak Pada objek Penelitiannya.⁹
4. Penelitian yang dilaksanakan Oleh Ardie Kusumawan dkk yang bertujuan untuk mengetahui Analisis Strategi pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan Kuota Calon jama'ah Umrah

⁸Muhammad Yusuf Sayudi, 'Analisis Strategi Bauran Pemasaran Haji Dan Umroh Pada PT. Nratour & Travel Jakarta Selatan' (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2013).

⁹Elsa Efinda, 'Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah di PT. Bahagia Wisata Tour Dan Travel Payakumbuh' (Skripsi, UIN Suska Riau, 2021).

dan Haji Plus Di PT. Tawabbiin. Pendekatan Penelitian Ini adalah Kualitatif. Hasil Penelitian Analisis Strategi Pemasaran di PT. Tawabbiin menggunakan Strategi Pemasaran (Bauran Pemasaran) Marketing Mix Dalam rangka Meningkatkan Jumlah Calon Jama'ah Umrah dan Haji Plus. PT.Tawwaabiin mempunyai produk-produk yang berkualitas, harga yang bersaing, promosi dengan menggunakan Brosur, Banner, Radio lokal dan media sosial Instagram dan PT.Tawaabiin juga mempunyai jaringan koordinasi serta para alumni jama'ah, sehingga di harap dapat meningkatkan kuota calon jama'ah Umrah dan Haji Plus di PT.Tawwaabiin Sedayulawas Brondong Lamongan. Perbedaan Penelitian Ini Terletak pada Objek Penelitiannya.¹⁰

5. Penelitian yang dilaksanakan oleh Aceng Ahmad Fahluroji yang Bertujuan Untuk Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran Program Umrah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah ESQ Tour and Travel 165. Pendekatan Penelitian ini adalah Kualitatif. Hasil Penelitian Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Ikhwanul ikhlas wisata diantaranya adalah ESQ tour and travel sebagai biro perjalanan haji dan umrah yang telah menerapkan strategi pemasaran yang Mapan dan profesional mulai dari pemilihan karyawan, pengerahan seluruh karyawan sebagai marketer perencanaan

¹⁰Ardie Kusumawa, 'Strategi Pemasaran Dalam Rangka Meningkatkan Kuota Calon Jama'ah Umroh Dan Haji Plus Di PT. Tawwaabiin Sedayu Lawas Brondong Lamongan', *Ecomant: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 12.02 (2018), 1-24.

produk, penetapan harga dan penetapan cara-cara promosi terhadap jamaah. Perbedaan Penelitian ini Terletak Pada Objek Penelitiannya.¹¹

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. metode 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 alamiah.¹²

Jenis pendekatan ini menggunakan pendekatan lapangan (Field Research). penelitian lapangan (Field Research) merupakan penelitian guna mendapatkan hasil yang akurat dan pasti, dimana peneliti ikut tinggal, bergaul dan melakukan kegiatan sosial lainnya demi mendapatkan kesimpulan yang sesuai dari apa yang ada dilapangan.¹³

¹¹Aceng Ahmad Fahluroji, 'Strategi Pemasaran Program Umroh Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada Esq Tours and Travels 165', (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015).

¹²Nur Arifatus Sholihah and others, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif* (Selat Media, 2023).

¹³Fadlun maros, 'penelitian lapangan (field research).

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di PT. Anugerah Quba Mandiri, sedangkan waktu penelitian ini dimulai dari hari senin 6 Mei 2024 sampai dengan kamis 6 Juni 2024.

3. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah Subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. dalam penelitian ini menggunakan 6 (Enam) Informan, yang Diantaranya adalah 1 (Satu) General manager, 2 (Dua) Orang Team Marketing dan 3 (Tiga) Orang Jamaah Umrah yang telah menggunakan jasa PT. Anugerah Quba Mandiri.

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat penting untuk memastikan keberhasilan data yang diperoleh dalam mencapai suatu penelitian. data penelitian ini diperoleh dengan beberapa cara yakni:

a. Observasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah di PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu.

b. Wawancara

Wawancara atau Interview adalah sebuah percakapan langsung (face to face) antara peneliti dan informan dalam

proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari atau menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami

a. Reduksi data

Data yang diperoleh dilapangan mereduksi, merangkum, memilih hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal yang penting.

1) Metode data (Data Display)

Setelah data reduksi, maka langkah berikutnya adalah menyiapkan data dalam kualitatif.

2) Penarikan / verifikasi kesimpulan

Langkah ketiga adalah kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, akan berubah bila tidak ditemukan bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun bila kesimpulan memang telah didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan

yang ditemukan merupakan kesimpulan yang kredibel (dapat dipercaya).

G. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan. dalam bab ini berisi beberapa sub bab yaitu: latar belakang masalah. pada bab ini menjelaskan semua yang mengenai alasan mengapa peneliti mengangkat permasalahan yang ingin dibahas. manfaat dari latar belakang sendiri yaitu memberikan gambaran mengenai permasalahan yang dibahas oleh peneliti. rumusan masalah dan tujuan penelitian. pentingnya sub-bab ini dalam bab pendahuluan yaitu, untuk mengetahui apa permasalahan yang akan dibahas dan tujuan yang dilakukan penelitian ini. kegunaan penelitian, pentingnya sub-bab ini terletak pada pendahulu yaitu untuk mempermudah pembaca mengetahui tertuju pada siapa saja penelitian ini dan manfaat apa saja yang bisa didapatkan setelah membaca hasil penelitian yang dilakukan. penelitian terdahulu, dalam bab ini yaitu dapat mengetahui apa saja yang dijadikan peneliti sebagai acuan menyelesaikan skripsi ini.

Bab II Kajian Teori. dibagian ini berisi tentang teori-teori berdasarkan tinjauan pustaka yang terkait dengan penelitian yaitu Umrah, Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran.

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian. dibagian ini berisi penjelasan tentang gambaran umum lokasi penelitian yaitu profil, visi misi, struktur organisasi, produk serta hal-hal yang terkait dengan objek penelitian. hal ini bertujuan untuk

memaparkan lebih jelas mengenai objek yang diteliti secara lengkap agar mudah untuk dipahami.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. dibagian ini berisi penjelasan tentang bagaimana hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pemasaran produk umrah dalam upaya meningkatkan jamaah pada Travel PT. Anugerah Quba Mandiri.

Bab V Penutup. berisikan kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan bab-bab sebelumnya serta saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik usaha, hal ini ditujukan agar memudahkan pembaca untuk memahami seluruh inti dari skripsi tanpa membaca secara menyeluruh.

