

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Haji dan umrah merupakan salah satu ibadah yang diwajibkan atas setiap muslim yang mampu. Kewajiban ini merupakan rukun Islam yang kelima. Karena haji merupakan kewajiban, maka setiap orang yang mampu, apabila tidak melakukannya, ia berdosa dan apabila dilakukan dia mendapat pahala. Haji dan umrah hanya diwajibkan sekali seumur hidup. Ini berarti bahwa seseorang telah melakukan haji yang pertama, maka selesailah kewajibannya. Haji yang berikutnya, kedua, ketiga dan seterusnya, merupakan ibadah sunnah.¹

Ibadah haji merupakan kewajiban, maka semua umat muslim yang mempunyai kriteria mampu wajib melaksanakannya, jika tidak melaksanakan maka akan menimbulkan berdosa. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Ali-Imran (3): 97:²

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim; barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban

¹ Ahmad Thib Raya, Siti Musdah Mulia, *Menyelami Selut-Beluk Ibadah Dalam Islam*, (Jakarta. Prenada Media, 2013) hlm. 227

² Al-Qur'an Surat Ali-Imran Ayat 97, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Departemen Agama RI

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 alam.

Biro perjalanan haji dan umrah atau yang biasa disebut travel haji dan umrah merupakan lembaga atau instansi yang mengadakan atau menyediakan layanan perjalanan bagi jamaah yang ingin melaksanakan ibadah haji khusus dan umrah. Penyelenggaraan ibadah haji dan umrah bertujuan memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan kepada jamaah. Pada perusahaan jasa seperti travel haji dan umrah produk yang dihasilkan dan yang dipasarkan kepada masyarakat atau jamaah adalah produk yang berbentuk jasa yang berupa pelayanan dan pembinaan dalam melaksanakan ibadah haji dan umrah.³

Menjamurnya perusahaan-perusahaan yang kemudian berdampak pada ketatnya persaingan termasuk perusahaan travel haji dan umrah membuat perusahaan dituntut untuk kreatif dan berinovasi agar dapat bertahan. Untuk dapat memenangkan persaingan, para pelaku usaha travel haji dan umrah melakukan strategi.

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara yang paling efektif dan efisien, mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat dengan tujuan agar mereka tahu

³ Ahmad Thib Raya, Siti Musdah Mulia, *Menyelami Selut-Beluk Ibadah Dalam Islam*, (Bandung, Alfabeta, 2014), hlm. 231

dan tertarik sehingga melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.⁴

Salah satu strategi perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan melakukan kegiatan promosi. Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan perusahaan tercapai. Tujuan promosi adalah menginformasikan (*informing*) mengenai keberadaan suatu produk, membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk mendorong pembeli belanja saat itu juga, mengingatkan (*reminding*) para pelanggan pada manfaat yang telah diperoleh setelah menggunakan produk tersebut.

Strategi promosi merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang memiliki orientasi bisnis untuk meraih kesuksesan. Banyak perusahaan atau lembaga yang berhasil karena adanya strategi promosi yang baik serta implementasi yang bagus. Strategi

⁴ Romi Adetio S, Analisis Strategi PT. Fac Sekuritas Dalam Meningkatkan Jumlah Investor di Pasar Modal Syariah, *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance Vol. 6 Noomor 2, November 2023*, hlm. 755

promosi juga bertujuan untuk mempengaruhi, mengajak konsumen untuk membeli produk tersebut. karena promosi juga mempunyai fungsi sebagai upaya menyampaikan pesan kepada masyarakat khususnya kepada konsumen yang menjadi target sasaran penjualan produk tersebut. Serta memiliki peran yang sangat penting bagi pemasar itu sendiri, tanpa adanya promosi konsumen tidak akan mengetahui tentang keberadaan produk tersebut di pasaran. Promosi dilakukan dengan upaya perusahaan dapat dikenal oleh masyarakat dan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Salah satu tujuan perusahaan travel Haji dan Umroh dalam melakukan strategi promosi adalah menjadi unggul daripada agen travel lainnya sehingga menjadi daya tarik masyarakat umum untuk menjadi jamaah agen tersebut. Adapun jamaah yang sudah memiliki pengalaman terhadap produk/jasa dapat dijadikan acuan atau tolak ukur. Apabila nasabah bersedia untuk melakukan pembelian ulang suatu produk atau jasa yang disukai secara konsisten di waktu yang akan datang maka disebut dengan *customer loyalty*. Loyalitas nasabah berhubungan erat dengan pelayanan yang baik dan kepuasan. Dalam dunia perbankan, nasabah akan menjadi loyal apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan maupun produk bank tersebut.⁵

⁵ Romi Adetio Setiawan, "Vulnerability of Islamic Financial Institutions in a Financial Crisis," *Journal International Conference on Islamic Finance, Economics and Business, KnE Social Sciences*, 88-10, 2018.

PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umrah khusus yang berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umrah serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah haji dan umrah di Indonesia. Dalam mensosialisasikan penyelenggaraan Haji dan Umrah, PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) ini sampai sekarang masih menggunakan metode *mouth to mouth* dari warga sekitar dan para alumni atau jamaah yang telah menggunakan jasa travel ini, juga dengan menyebarkan brosur, dan pamflet, serta website resmi.

Berdasarkan hasil observasi pra penelitian pada PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM), strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) seperti membuat brosur yang berisikan tentang biaya umrah yang dilengkapi dengan rute keberangkatan, hotel yang digunakan untuk menginap dan lama waktu untuk melaksanakan umrah juga dijelaskan dalam brosur, selain itu PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) juga menggunakan pamflet. Promosi juga dilakukan melalui media sosial yaitu dengan menggunakan facebook, adapun nama facebooknya yaitu PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM), tetapi untuk *whatsApp* masih menggunakan nomor *whatsApp* pemilik atau pimpinan. Sosialisasi di media sosial juga dilakukan dengan cara *menshare* postingan tentang umrah di *group-group whatsApp*.

Dengan melihat persoalan diatas, maka penulis mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Promosi

Penyelenggaraan Ibadah Haji Dan Umrah PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana strategi promosi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu?
2. Apa saja faktor pendukung melaksanakan strategi promosi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu?
3. Apa saja faktor penghambat melaksanakan strategi promosi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi promosi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat melaksanakan strategi promosi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu.
3. Untuk mengetahui penghambat melaksanakan strategi promosi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah PT. Anugerah Quba Mandiri Kota Bengkulu

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaannya adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa membantu refensi keilmuan berupa pengembangan ilmu manajemen pemasaran Haji dan Umrah dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wadah bagi peneliti dalam mengaplikasikan pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai manajemen promosi.

b. Bagi PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) Kota Bengkulu

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan kebijakan dalam menyusun strategi promosi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi peneliti selanjutnya terkait manajemen promosi dengan penambahan variabel lainnya.

E. Penelitian Terdahulu

Agar penelitian terbukti orinanilitas proposal penelitian ini perlu dikemukakan tulisan karya ilmiah yang terdahulu

setelah diuji secara objektif, terdapat beberapa kajian ilmiah dikemukakan oleh penulis sebagai berikut :

- a. Maharani dengan judul “Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umroh dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah”.⁶ Tujuan penelitian adalah untuk bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dan bagaimana cara mengimplementasikan strategi pemasaran yang dilakukan Ghinasepti Tour and Travel dalam menarik minat calon jemaah. Metode yang dilakukan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 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*). Evaluasi strategi pemasaran yang dilakukan Ghinasepti ini dengan dua teknis yaitu teknis pelaksanaan kegiatan dalam menyebarkan informasi melalui media komunikasi pemasaran yang telah dilakukan dan mengevaluasi terhadap sumber informasi yang diperoleh calon jemaah. Persamaan penelitian ini adalah sama menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan perbedaannya terletak pada tempat penelitian.

⁶ Maharani Mega Utami, “Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji dan Umroh dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah”, *MABRUR:Academic Journal of Hajj dan Umra Volume 1. Nomor 6, 2022*

- b. Afidah yang berjudul “Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umrah dalam Merekrut Jamaah Di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru⁷”. Tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut strategi pemasaran paket ibadah haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT. Sela Express Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan analisis kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian data diatas, dapat disimpulkan bahwa, strategi pemasaran paket ibadah haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru dengan menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix*, pertama melalui produk, harga, distribusi dan promosi. Persamaan dengan peneltian sekarang adalah sama meneliti bauran pemasran yang dilihat dari 4P dan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian.

⁷ Afidah Vivi Nurul. “Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umrah dalam Merekrut Jamaah Di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru”. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 1 No. 3 Juli 2019

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Sifat penelitian dari penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filosofi *post positivism* yang bertujuan penelitian kualitatif yakni untuk menciptakan wawasan yang tidak dapat diperoleh dengan metode statistik atau cara kuantifikasi (pengukuran)lainnya.⁹

Jenis penelitian yaitu penelitian lapangan, survey sistematis dengan mengumpulkan data yang ditemukan di lapangan diperlukan bagi peneliti untuk memperoleh data tersebut. Dilakukannya kegiatan ini agar peneliti mendapat data konkret mengenai strategi promosi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) Kota Bengkulu.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian akan dilakukan selama 1 (satu) bulan pada PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) Kota Bengkulu yang beralamat di Jl. S.Parman No. 17 tanah Patah Kec. ratu Agung Kota Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Setelah peneliti menentukan unit analisis penelitian yang menggambarkan lokasi penelitian, pemilihan informan untuk penelitian ini dilakukan sesuai

dengan prosedur pengambilan sampel objektif, yang juga dikenal sebagai *purposive sampling*. Informan penelitian sebanyak 4 orang yang merupakan perwakilan dari PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) yaitu Pimpinan, bagian pemasaran, staff dan *customer service* (CS).

4. Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Pada penelitian ini sumber datanya adalah:

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi lapangan secara langsung. Sumber data primer adalah data yang peneliti bawalangsung ke sumbernya tanpa perantara dengan cara responden menggali langsung ke sumber aslinya..

2) Sumber Data Sekunder

Didapat dari media cetak dan internet, serta penelusuran dokumentasi dan literatur menggunakan catatan lapangan. Data yang didapat tidak secara langsung juga berguna memberi tambahan dan penyempurnaan data penelitian disebut data sekunder.

b. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dipakai pada penelitian ini antara lain:

1) Observasi

Observasi merupakan kegiatan pengamatan dan

pencatatan yang dilakukan oleh peneliti guna menyempurnakan penelitian agar mencapai hasil yang maksimal. Observasi dilakukan langsung ke PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) Kota Bengkulu. Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian yang berhubungan dengan strategi promosi penyelenggaraan haji dan umrah.

2) Wawancara (*interview*)

Teknik tanya jawab yaitu teknik mengumpulkan data secara empat mata dimana diajukan pertanyaan secara lisan dan jawaban di terima secara lisan. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Dalam melakukan wawancara akan digunakan panduan wawancara. Wawancara akan dilakukan langsung kepada informan yaitu pimpinan dan bagian pemasaran pada PT. Anugerah Quba Mandiri (AQM) Kota Bengkulu.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data oleh peneliti dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari sumber terpercaya yang mengetahui tentang narasumber. Data yang diperoleh dari proses dokumentasi berfungsi sebagai gambaran tentang

lokasi penelitian dan sejarahnya.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses untuk mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan catatan kecil dilapangan.⁸ Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif dan diuraikan dalam bentuk deskriptif.

Langkah-langkah analisis data menurut Miles dan Huberman adalah sebagai berikut:⁹

- a. Pengumpulan data, yaitu mengumpulkan data di lokasi penelitian dengan cara melakukan wawancara, dokumentasi, observasi, angket.
- b. Reduksi data, yaitu sebagai proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang ada di lapangan langsung, dan diteruskan pada waktu pengumpulan data, dengan demikian reduksi dimulai sejak peneliti memfokuskan wilayah penelitian
- c. Penyajian data, yaitu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan penelitian dilakukan
- d. Penarikan kesimpulan, yaitu dalam pengumpulan data, peneliti harus mengerti dan tanggap terhadap sesuatu

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*, (Bandung: Alfabeta, 2009)

⁹ Asep Saeful Muhtadi dan Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2003), h.107

yang diteliti langsung di lapangan dengan menyusun pola-pola sebab akibat.

G. Sistematika Penulisan

Pada sistematika laporan ini, penulis membagi laporan tugas akhir ini menjadi 4 (empat) bab, adapun pembagian per bab dalam laporan ini yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan dilaksanakannya penelitian, penelitian terdahulu dan metode penelitian.

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan dan menjelaskan teori-teori yang relevan dengan yang diobservasikan atau masalah yang diteliti terdiri dari teori strategi, promosi, haji, umrah dan biro perjalanan haji dan umrah (travel haji dan umrah).

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III akan menjelaskan tentang gambaran objek penelitian yang terdiri dari sejarah PT. AQM Tour dan Travel, filosofi, visi dan misi, serta proses pendaftaran haji dan umrah di PT. AQM Tour dan Travel.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV akan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab V merupakan bab penutup yang terdiri dari simpulan dan saran

