

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan.¹⁰

Strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat

¹⁰ Stephanie Marrus, *Building The Strategic Plan: Find Analyze, And Present The Right Information*, (USA: Wiley, 2012).hlm.109

oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.¹¹

Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.¹²

Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.

2. Jenis Strategi

Jenis strategi terdiri dari berikut ini:¹³

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi yang dilakukan perusahaan agar dapat mendapatkan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para pesaing baik melalui merger, akuisisi, atau

¹¹ Siagian Sondang, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 320

¹² Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen* (Jakarta: Bayu media Publishing, 2015), hlm. 90

¹³ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen* (Jakarta: Bayu media Publishing, 2015), hlm. 91

membuat perusahaan sendiri. Strategi ini memiliki tiga bagian yaitu integrasi kedepan, integrasi kebelakang, dan integrasi horizontal.

1) Integrasi ke Depan (*Forward Integration*)

Strategi integrasi kedepan adalah strategi yang dijalankan dengan meraih kendali atas jalur distribusi, mulai dari distributor hingga retaile, wujud dari kendali atas jalur distribusi adalah mendirikan sendiri jalur distribusi.

2) Integrasi kebelakang (*Backward Integration*)

Strategi kebelakang adalah strategi yang digunakan dengan memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok.

3) Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration*)

Strategi integrasi horizontal adalah strategi yang digunakan untuk memperoleh peningkatan kendali atas perusahaan pesaing.

b. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah strategi yang berkaitan dengan pengembangan produk dan penetrasi pasar karena memerlukan usaha usaha yang terus menerus dalam meningkatkan penjualan produk dengan persaingan perusahaan. Pengembangan produk adalah proses untuk menghasilkan ide dan konsep baru untuk menciptakan produk baru atau memodifikasi produk yang ada.

Sedangkan penetrasi pasar adalah proses meningkatkan penjualan produk yang ada di pasar yang ada.¹⁴

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi ini merupakan bagaimana sebuah perusahaan melakukan pembagian produknya, apakah dengan produk/usaha yang berkaitan/berhubungan atau sama sekali berbeda. Strategi diversifikasi ini dibedakan kedalam dua bagian, diantaranya konsentris dan konglomerasi, Strategi diversifikasi konsentris ini merupakan strategi untuk menambahkan produk baru yang masih terdapat hubungannya dalam hal kesamaan teknologi, fasilitas bersama, atau juga jaringan pemasaran yang sama dengan produk yang ada sekarang ini. Sedangkan strategi diversifikasi konglomerasi ini merupakan strategi untuk menambahkan produk baru yang dipasarkan pada pasar baru yang tidak berhubungan atau berkaitan dengan yang ada sekarang ini.¹⁵

d. Strategi Defensif

Dalam kondisi tertentu perusahaan akan lebih memilih strategi defensive yang akan mempertahankan posisi yang ada saat ini atau karena kondisi yang terbatas maka perusahaan paling tidak harus survive. Strategi defensive

¹⁴ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen* (Jakarta: Bayu media Publishing, 2015). hlm. 93

¹⁵ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen* (Jakarta: Bayu media Publishing, 2015). hlm. 94

juga memiliki tiga bagian yaitu strategi penghematan, strategi divestasi dan strategi likuidas.¹⁶

- 1) Strategi penghematan terjadi ketika perusahaan melakukan regrouping melalui pengurangan biaya dan asset, untuk mengatasi penurunan penjualan. Langkah awal dalam pelaksanaan strategi penghematan ini adalah menonaktifkan beberapa asset yang tidak produktif, jika ini tidak berhasil, maka menonaktifkan asset yang produktif dengan syarat perusahaan mengalami penurunan penjualan. Wujud nyata dari strategi ini juga berupa, pemangkasan lini produk, penutupan unit bisnis, penutupan pabrik, pengurangan karyawan, dan system pengendalian biaya yang ketat.
- 2) Strategi divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Strategi divestasi dapat juga menjadi bagian dari keseluruhan dari strategi penghematan untuk memangkas bisnis yang tidak profitable, untuk membebani dan memerlukan modal cukup banyak,

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. ANDY Offset, 2008). hlm. 39

dan yang tidak sejalan dengan misi dan aktivitas perusahaan.¹⁷

3) Strategi likuidasi merupakan penjualan semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun, barangkali lebih baik berhenti beroperasi dari pada terus menderita kerugian dalam jumlah besar. Strategi ini merupakan langkah terakhir dalam sebuah perusahaan

e. Strategi Umum Porter

Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya perunit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Sedangkan diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Sedangkan fokus adalah membuat produk dan

¹⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. ANDY Offset, 2008). hlm. 40

menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen¹⁸

3. Langkah Perumusan Strategi

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:¹⁹

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicitacitakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya
- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- e. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

¹⁸ Siagian Sondang, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004). hlm. 328.

¹⁹ Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen* (Jakarta: Bayu media Publishing, 2015). hlm. 88.

B. Promosi

1. Pengertian Promosi

Philip Kotler dan Gary Amstrong mengungkapkan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi dengan tujuan memperlancar aliran produk, servis atau pandangan baru tentang suatu siklus pendistribusian.²⁰ Promosi merupakan cara mempengaruhi konsumen agar menerima, membeli, merekomendasikan, atau menggunakan produk yang sedang ditawarkan. Promosi merupakan kegiatan mempengaruhi perilaku konsumen untuk membujuk mereka agar menerima produk atau jasa yang ditawarkan.

Promosi adalah satu dari beberapa kunci kesuksesan sebuah pemasaran. Pada dasarnya, promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merk dan produk perusahaan.²¹ Promosi adalah suatu insentif bersifat jangka pendek agar dapat melakukan proses transaksi produk atau jasa.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah komunikasi antara pihak perusahaan dan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan.

²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2015), hlm. 388.

²¹ Nurul Huda dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Depok, Kencana, 2017), hlm. 18.

2. Pengertian Pemasaran

Kegiatan promosi memiliki tujuan-tujuan sebagai berikut:²²

- a. Memberikan informasi mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan perbankan, menjelaskan faedah yang akan didapat jika memiliki produk tersebut, menjelaskan fungsi produk, menawarkan jasa yang tersedia, mengurangi ketakutan kepada calon nasabah agar produk dapat dipercaya dan membangun nama baik perbankan.
- b. Membujuk calon nasabah mengenai persepsi atribut produk agar dapat diterima dengan baik.
- c. Mempertahankan kualitas produk dan pelayanan agar tetap diingat konsumen.
- d. Pembelian produk oleh konsumen merupakan tujuan akhir dari kegiatan promosi.

3. Fungsi Promosi

Adapun fungsi dari promosi yaitu :²³

- a. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli. Perhatian calon pembeli harus diperoleh, karena merupakan titik awal proses pengambilan keputusan dalam hal membeli suatu produk atau jasa.

²² Stanton, William, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2005) hlm. 131

²³ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2015), hlm. 388.

- b. Menciptakan dan menumbuhkan interest. pada diri calon pembeli. Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya. Yang dimaksud pada tahap dengan ini ialah timbulnya rasa tertarik seseorang kepada produk dan jasa yang ditawarkan ini yang akan menjadi dari fungsi promosi.

Pengembangan rasa ingin tahu (*desire*) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan. Setelah seseorang tertarik pada sesuatu maka akan timbul dalam dirinya ingin memiliki terhadap barang atau jasa tersebut. baik dalam hal harga, cara pemakainnya, dan sebagainya. maka rasa ingin memilikinya semakin besar dan diikuti oleh suatu keputusan untuk membeli.

4. Indikator Promosi

Secara garis besar ada empat macam sarana promosi yang digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut : ²⁴

a. Periklanan (*Advertising*)

Iklan atau advertising adalah bentuk komunikasi yang melibatkan media massa maupun sosial media tentang produk, layanan, atau gagasan dari organisasi atau perusahaan. Bagi perusahaan, iklan adalah alat promosi yang berperan penting untuk menawarkan produk atau jasa kepada masyarakat luas.

²⁴ Nurul Huda Dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Jakarta; Prenada Media Group, 2015), hlm. 23.

Perusahaan juga harus memperhatikan strategi dan memilih media yang sesuai dengan kebiasaan masyarakat untuk memasang iklan tanpa melanggar aturan. Misalnya, terdapat konsumen yang senang membaca koran atau menonton televisi, maka perusahaan harus membuat iklan sesuai target audience atau target market yang akan dituju. Hal tersebut diperlukan agar promosi berjalan dengan efektif dan efisien. Dalam periklanan mempunyai sifat-sifat sebagai berikut:²⁵

1) Memasyarakat (*Public Presentation*)

Dengan iklan yang baik dan tepat akan dapat menjangkau masyarakat luas dengan cepat. Dapat memberikan pengaruh terhadap barang yang ditawarkan oleh penjual. karena pesan yang dirancang dalam iklan adalah sama untuk semua target audiens atau konsumen sehingga motivasi pembelian konsumen akan dapat dikenali.

2) Kemampuan membujuk

Periklanan mempunyai daya bujuk yang tinggi (sangat persuasif), hal ini disebabkan periklanan dapat dimuat berkali-kali. Dengan demikian para calon pembeli dapat membanding-bandingkan dengan

²⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2015), hlm. 388.

iklan dibuat pesaing. Format iklan memberikan pesan yang positif akan citra perusahaannya.

3) Ekspresif (*expressiveness*)

Periklanan mempunyai kemampuan untuk mendramatisir produk sekaligus juga perusahaannya. Hal ini disebabkan periklanan menggunakan seni cetak, warna, suara dan formalnya yang menarik.

4) Tidak terhadap orang tertentu saja (*Impersonal*)

Periklanan merupakan bentuk komunikasi yang hanya menolong. Oleh karena itu konsekuensinya tidak dapat menanggapi respon atau tanggapan secara langsung dari pembaca iklan. Dalam hal ini iklan kurang luwes.

5) Efisien

Periklanan dikatakan efisien, karena periklanan dapat menjangkau masyarakat luas, terutama secara geografis. Sehingga biaya persatuan untuk promosi menjadi rendah atau murah.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh sebuah perusahaan guna memasarkan produk atau jasanya dalam penempatan dan aturan tertentu agar menarik minat konsumen.²⁶ Promosi penjualan di sini bertujuan agar jumlah nasabah meningkat. Oleh karena

²⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2015), hlm. 392.

itu, perusahaan memerlukan gagasan-gagasan menarik dalam membuat promosi dalam penjualan produk atau jasanya agar konsumen tertarik. Contoh promosi penjualan adalah memberikan diskon, memberikan kupon atau voucher, memberikan sampel produk, serta mengadakan kontes atau *giveaway*. Adapun manfaat yang didapat dari kegiatan promosi penjualan:

- 1) Dari segi komunikasi. Jika perusahaan memberikan informasi tentang produk atau jasanya dengan baik, maka hal tersebut akan menarik perhatian nasabah dan segera membeli.
 - 2) Dari segi insentif. Perusahaan akan diuntungkan jika semangat menawarkan produk atau jasanya ke nasabah.
 - 3) Invitasi. Dari kegiatan promosi penjualan, diharapkan nasabah segera melakukan pembelian produk.
- Tidak hanya iklan, promosi penjualan juga mempunyai berbagai program, yaitu: ²⁷

- 1) Promosi konsumen yang meliputi penggunaan kupon, memberikan sampel produk, atau hadiah menarik.
- 2) Promosi dagang yang meliputi dukungan berupa alat atau insentif.
- 3) Promosi wiraniaga yang meliputi pengadaan kontes penjualan.

²⁷ Indriyo Gitosudarmo, Manajemen Pemasaran, (Bandung,: Alfabeta, 2019), hlm.2408.

Beberapa tahapan dalam melakukan promosi penjualan, yaitu:

- 1) Memastikan arah atau tujuan yang ingin dicapai dalam melakukan penjualan.
- 2) Menyaring produk apa saja yang akan dipromosikan.
- 3) Menyusun program promosi yang sesuai.
- 4) Mengevaluasi program yang telah disusun.
- 5) *Take action* atau melaksanakan program tersebut dengan baik
- 6) Memberikan penilaian terhadap kinerja program promosi penjualan yang telah dilaksanakan.

c. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Personal selling merupakan Merupakan penjualan secara langsung yang dilakukan oleh pegawai perusahaan dengan konsumen agar dapat memberikan pengaruh positif dan intensif serta dapat mengetahui ambisi, antusiasme, dan gaya hidup konsumen. Ada beberapa cara dalam personal selling, yaitu :

- 1) *Door to door selling*, yaitu penjualan dari rumah ke rumah.
- 2) *Mail order*, yaitu penjualan berdasarkan pesanan melalui katalog produk atau dari promosi produk di sosial media.
- 3) *Telephone Selling*, yaitu penjualan melalui telepon secara langsung.

4) *Direct selling*, yaitu menawarkan produk secara langsung kepada masyarakat.²⁸

d. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan Masyarakat merupakan bagian penting dalam bauran promosi suatu perusahaan. Tugas perusahaan dalam menjalankan sebuah misi *public relations* adalah merencanakan serta membagikan informasi agar citra perusahaan dapat dikelola dan diawasi dengan baik. Sedangkan Frank Jefkins mendefinisikan *public relations* sebagai suatu perencanaan komunikasi internal maupun komunikasi eksternal antara suatu perusahaan dengan masyarakat untuk memperoleh tujuan khusus dengan cara memberikan pengertian satu sama lain. Pada intinya, *public relations* merupakan ilmu untuk memahami agar membentuk alterasi positif.²⁹ Dramatisasi dan kredibilitas merupakan sifat spesifik dari hubungan masyarakat.

e. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung merupakan suatu kegiatan komunikasi secara langsung antara pihak perusahaan dan konsumen yang di targetkan agar terciptanya korelasi yang baik antara keduanya. Kegiatan pemasaran langsung dapat melalui telemarketing, catalog, poster,

²⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2019), hlm.178.

²⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2015), hlm. 398.

website, dan lain-lain. Adapun beberapa ciri-ciri pemasaran langsung adalah:³⁰

- 1) *Non-public* yaitu pesan promosi umumnya dikirim kepada orang-orang tertentu.
- 2) *Customized* yaitu pesan promosi yang dikirim khusus untuk membujuk individu tertentu.
- 3) *Up-to-date* yaitu pesan promosi terkini.
- 4) Interaktif, yaitu pesan yang dapat berubah sewaktu-waktu berdasarkan *feedback* yang diterima dari konsumen.

C. Haji

1. Pengertian Haji

Haji secara *lughawi* (etimologis) berasal dari bahasa Arab *al-hajj*; berarti tujuan, maksud, dan menyengaja untuk perbuatan yang besar dan agung. Selain itu, *al hajj* berarti mengunjungi atau mendatangi. Makna ini sejalan dengan aktivitas ibadah haji, dimana umat Islam dari pelbagai Negara mengunjungi dan mendatangi Baitullah (Ka'bah) pada musim haji karena tempat ini dianggap mulia dan agung.³¹

Makna haji secara istilah (terminologis) adalah berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan

³⁰ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jawa Timur, Qiara Media, 2020), h. 388.

³¹ Said Agil Husin Al Munawar, dan Abdul Halim, *Fikih Haji menuntun Jamaah Mencapai Haji Mabrur* (Jakarta, Ciputat Press, 2003), h. 1

beberapa amalan, antara lain: wukuf, tawaf, sa'i dan amalan lainnya pada masa tertentu, demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharapkan ridho-Nya. Haji merupakan rukun Islam kelima yang pelaksanaannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu antara tanggal 8 sampai dengan 13 Dzulhijjah setiap tahun.

Arti kata haji berasal dari bahasa Arab hajja-yahujju-hujan, yang berarti *qoshada*, yakni bermaksud atau berkunjung. Sedangkan dalam istilah agama, haji adalah sengaja berkunjung ke Baitullah Al-Haram (Ka'bah) di Makkah Al-Mukarromah untuk melakukan serangkaian amalan yang telah diatur dan ditetapkan oleh Allah SWT sebagai ibadah dan persembahan dari hamba kepada Tuhan.¹ Haji adalah sengaja mengunjungi Baitullah untuk melakukan serangkaian ibadah ditempat-tempat tertentu pada waktu tertentu dan cara-cara tertentu dengan mengharap ridha Allah SWT

Rangkaian kegiatan manasik haji, baik yang berupa rukun maupun syarat wajib haji seluruhnya dilakukan di tempat-tempat yang telah ditetapkan oleh syari'at, antara lain miqat yang berlokasi permanen: Makkah, Arafah, Mina dan Muzdhalifah, termasuk ziarah ke makam Nabi Muhammad saw di Madinah. Semua tempat ini berada di

wilayah Kerajaan Arab Saudi dan tidak berubah hingga akhir zaman.³²

2. Dalil Tentang Haji

a. QS al-Baqarah Ayat 197

الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَةٌ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ يَعْلَمْهُ اللَّهُ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ ١٩٧

Artinya: (Musim) haji adalah beberapa bulan yang dimaklumi, barangsiapa yang menetapkan niatnya dalam bulan itu akan mengerjakan haji, maka tidak boleh rafats, berbuat fasik dan berbantah-bantahan di dalam masa mengerjakan haji. Dan apa yang kamu kerjakan berupa kebaikan, niscaya Allah mengetahuinya. Berbekallah, dan sesungguhnya sebaik-baik bekal adalah takwa dan bertakwalah kepada-Ku hai orang-orang yang berakal.³³

b. QS Ali 'Imran Ayat 96-97

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِّلْعَالَمِينَ ٩٦ فِيهِ ءَايَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ ءَامِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٩٧

Artinya: Sesungguhnya rumah yang mula-mula dibangun untuk (tempat beribadat) manusia, ialah Baitullah yang di Bakkah (Mekah) yang diberkahi dan menjadi petunjuk bagi semua manusia. 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.

³² Achmad Nidjam dan Alatief Hanan, Manajemen Haji (Jakarta: Mediacita, 2006), hlm. 5-6

³³ Al-Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 197, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Departemen Agama RI

Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.³⁴

c. HR. Al-Imam Ahmad

HR. al-Imam Ahmad dari Jabir bin ‘Abdullah, bahwasanya Nabi saw. bersabda;

الْحَجُّ الْمَبْرُورُ لَيْسَ لَهُ جَزَاءٌ إِلَّا الْجَنَّةُ.

Artinya: Haji Mabrur tidak ada imbalan lain baginya kecuali surga.³⁵

3. Syarat Wajib Haji

Para ahli fiqh sepakat bahwa haji wajib dilakukan oleh seseorang mukallaf ketika lima syarat wajib haji terpenuhi, yaitu Islam, baligh, berakal, merdeka (bukan budak), dan mampu.³⁶ Syarat-syarat ada yang merupakan syarat kewajiban dan keabsahan atau pelaksanaan (islam dan berakal), ada pula yang merupakan syarat kewajiban dan ija' (kecukupan) tapi bukan syarat keabsahan (yaitu baligh dan merdeka), dan ada pula yang merupakan syarat kewajiban saja, yaitu kemampuan:

³⁴ Al-Qur'an Surat Ali-Imran Ayat 96-97, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Departemen Agama RI

³⁵ Hasbi Ash- Shiddieqy, *Pedoman Haji*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 2004), hlm. 17

³⁶ Imam Syafi'i Abu Abdullah Muhammad bin Idris, *Mukhtashar Kitab al Umm Fil Fiqhi*, (Jakarta: Putaka Azam, 2014), hlm. 555

a. Islam

Haji tidak wajib atas orang kafir, maka dari itu dia tidak dituntut mengerjakannya di dunia ketika dia masih kafir, dan juga tidak sah jika dia mengerjakannya sebab dia tidak punya kelayakan untuk menunaikan ibadah. Jika orang kafir pernah menunaikan haji kemudian dia masuk Islam dia wajib menunaikan haji lagi, haji yang pernah di lakukannya pada saat dirinya masih kafir tidak terhitung sah.

b. Taklif (baligh dan berakal)

Haji tidak wajib atas anak kecil dan orang gila sebab keduanya tidak dituntut mengerjakan hukum-hukum syariat. Karena itu, keduanya tidak harus menunaikan haji. Haji atau umrah juga tidak sah dilakukan oleh orang gila, sebab dia tidak memiliki kelayakan untuk mengerjakan ibadah. Seandainya mereka berdua telah menunaikan haji kemudian si anak kecil mencapai umur baligh dan si orang gila menjadi waras, mereka tetap wajib menunaikan haji Islam, dan haji yang kerjakan si anak kecil tadi sebelum baligh terhitung sebagai amal *tathawwu'* (sunnah).

c. Merdeka

Haji tidak wajib atas hamba sahaya, sebab haji adalah ibadah yang lama temponya, memerlukan perjalanan jauh, dan disyariatkan adanya kemampuan dalam hal

bekal dan kendaraan, hal ini mengakibatkan terabaikannya hak-hak majikan yang berkaitan dengan si hamba. Karena itu, haji tidak wajib atasnya, sama seperti jihad.

- d. Kesanggupan (fisik, finansial dan keamanan dalam perjalanan haji).

Kesanggupan meliputi tiga hal yaitu: fisik, finansial dan keamanan. Kesanggupan fisik artinya kesehatan badan. Jadi tidak wajib haji atas orang sakit, orang yang berpenyakit kronis, orang cacat. Yang dimaksud kesanggupan ini adalah kesanggupan taklif, yaitu terpenuhinya faktor-faktor dan sarana-sarana untuk mencapai tanah suci, dan termasuk diantara faktor-faktor tersebut adalah badan tidak mengalami cacat/penyakit yang menghalangi pelaksanaan hal-hal yang diperlukan dalam perjalanan haji

4. Rukun dan Wajib Haji

Rukun dan wajib adalah dua istilah yang digunakan oleh semua ulama fiqh hanya dalam ibadah haji. Keduanya sama-sama mesti dikerjakan. Namun ada perbedaan diantara keduanya, meskipun dalam banyak hal keduanya adalah sama. Rukun dalam haji adalah sesuatu yang sama sekali tidak boleh tertinggal dalam arti bila salah satu rukun yang ditentukan tertinggal, hajinya batal dan oleh karenanya harus diulang kembali tahun berikutnya. Wajib

adalah perbuatan yang mesti dilakukan, namun bila satu diantaranya tertinggal tidak membawa kepada batalnya haji itu, hanya diwajibkan melakukan perbuatan lain sebagai penggantinya. Yang menjadi dasar hukum itu adalah dalil yang kuat dari Al-Qur'an atau hadits Mutawatir, sedangkan dasar hukum dari yang wajib itu hanyalah dalil yang tidak kuat seperti hadits ahad.³⁷

Adapun hal-hal yang wajib (yakni yang apabila tidak dikerjakan dapat dan harus diganti dengan dam) ada enam:³⁸

- a. Ihram dari miqat (tempat yang ditentukan untuk memulai haji). Maka barang siapa melampaui miqat tanpa ber-ihram, diwajibkan membayar dam (denda) seekor domba.
- b. Melempar Jumrah. Barangsiapa tidak melakukannya, diwajibkan membayar dam, seekor domba.
- c. Meneruskan wukuf di 'Arafah sampai setelah matahari terbenam.
- d. Menginap (*mabit*) di Muzdalifah.
- e. Menginap (*mabit*) di Mina.
- f. Thawaf *wada'* (*thawaf* perpisahan sebelum meninggalkan Makkah). Meninggalkan keempat hal terakhir wajib membayar dam, menurut suatu

³⁷ Hasbi Ash- Shiddieqy, *Pedoman Haji*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 2004), hlm. 17

³⁸ Abu Hamid Al-Ghazali, *Rahasia Haji dan Umroh*, (Bandung, Karisma. 2013), hlm. 37

pendapat, tetapi dalam pendapat lainnya hanya dianjurkan saja (tidak wajib).

D. Umrah

1. Pengertian Ibadah Umrah

Umrah menurut arti bahasa berarti mengunjungi. Kalimat "*T'tamarahu*" bersinonim dengan *zaharu*, mengunjunginya. Ia juga disebut sebagai haji kecil karena memiliki kesamaan dengan haji dalam hal ihram, thawaf, sa'i, dan mencukur atau memangkas rambut. Sedangkan menurut arti syara', umrah adalah ziarah ke Baitullah selain waktu haji dengan mekanisme tertentu, yakni dengan *ihram*, *thawaf*, *sa'I*, dan *tahallul*. Haji mempunyai waktu khusus dan tidak diperbolehkan berpindah ke waktu lain. Sedangkan umrah tidak mempunyai waktu khusus, dan boleh dilakukan kapan pun.³⁹

Tujuan dari haji dan umrah adalah beribadah kepada Allah semata di tanah-tanah yang diperintahkan Allah untuk beribadah di dalamnya.

2. Dalil Tentang Umrah

a. Surat Al-Baqarah ayat 158

﴿إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ ١٥٨﴾

Artinya: Sesungguhnya Shafaa dan Marwa adalah sebahagian dari syi'ar Allah. Maka barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau ber'umrah, maka tidak

³⁹ Sholikhin Muhammad, *Keajaiban Haji dan Umrah*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm.03

ada dosa baginya mengerjakan sa'i antara keduanya. Dan barangsiapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, maka sesungguhnya Allah Maha Mensyukuri kebaikan lagi Maha Mengetahui.⁴⁰

b. Surat Al-Baqarah ayat 196

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ وَلَا تَخْلِفُوا
رُءُوسَكُمْ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحَلَّهُ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ بِأَذًى مِنْ
رَأْسِهِ فَفِدْيَةٌ مِنْ صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ فَإِذَا أُمِنْتُمْ فَمَنْ تَمَنَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى
الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ فَمَنْ لَمْ يَجِدْ فَصِيَامُ ثَلَاثَةِ أَيَّامٍ فِي الْحَجِّ وَسَبْعَةٍ
إِذَا رَجَعْتُمْ تِلْكَ عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ذَلِكَ لِمَنْ لَمْ يَكُنْ أَهْلَهُ حَاضِرِي الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ١٩٦

Artinya: Dan sempurnakanlah ibadah haji dan 'umrah karena Allah. Jika kamu terkepung (terhalang oleh musuh atau karena sakit), maka (sembelihlah) korban yang mudah didapat, dan jangan kamu mencukur kepalamu, sebelum korban sampai di tempat penyembelihannya. Jika ada di antaramu yang sakit atau ada gangguan di kepalanya (lalu ia bercukur), maka wajiblah atasnya berfid-yah, yaitu: berpuasa atau bersedekah atau berkorban. Apabila kamu telah (merasa) aman, maka bagi siapa yang ingin mengerjakan 'umrah sebelum haji (di dalam bulan haji), (wajiblah ia menyembelih) korban yang mudah didapat. Tetapi jika ia tidak menemukan (binatang korban atau tidak mampu), maka wajib berpuasa tiga hari dalam masa haji dan tujuh hari (lagi) apabila kamu telah pulang kembali. Itulah sepuluh (hari) yang sempurna. Demikian itu (kewajiban membayar fidyah) bagi orang-orang yang keluarganya tidak berada (di sekitar) Masjidil Haram (orang-orang yang bukan penduduk kota Mekah). Dan bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah sangat keras siksaan-Nya.⁴¹

⁴⁰ Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 158, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Departemen Agama RI

⁴¹ Al-Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 196, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Departemen Agama RI

c. Hadits Abu Hurairrah

الْعُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَفَّارَةٌ لِمَا بَيْنَهُمَا، وَالْحَجُّ الْمَنْزُورُ أَلَيْسَ لَهُ جَزَاءٌ إِلَّا الْجَنَّةُ

Dari Abu Hurairah radhiallahu'anhu, Rasulullah shallallahu'alaihi wasallam bersabda, "Antara umrah yang satu dan umrah lainnya adalah penggugur (dosa) di antara keduanya, dan haji yang mabrur tiada balasan (bagi pelakunya) melainkan surga"(HR. Bukhari no. 1773 dan Muslim no. 1349)⁴²

3. Hukum Umrah

Kalangan ahli fiqh menyepakati legalitas umrah dari segi syara' dan ia wajib bagi orang yang disyariatkan untuk menyempurnakannya. Namun, mereka berbeda pendapat mengenai hukumnya dari segi wajib dan tidaknya ke dalam dua arus pendapat berikut.

Pertama, sunnah mu'akkadah. Ini adalah pendapat ibnu Mas'ud, Imam Abu Hanifah, Imam Malik, Imam Asy-syafi'I menurut salah satu versi pendapat, Imam Ahmad menurut salah satu versi pendapat, Abu Tsaur, dan kalangan mazhab Zaidiyyah.

Kedua, wajib, terutama bagi orang yang diwajibkan haji. Pendapat ini dianut oleh imam Asy-Syafi'I menurut versi yang paling shahih diantara dua pendapatnya, Imam Ahmad menurut versi lain, Ibnu Hazm sebagian ulama mazhab Maliki, kalangan mazhab

⁴² Hasbi Ash- Shiddieqy, *Pedoman Haji*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 2004), hlm. 17

Imamiyyah dalam versi yang otoritatif, Asy-Sya'bi, dan Ats-Tsauri. Pendapat ini juga merupakan pendapat mayoritas ulama dari kalangan sahabat dan lainnya, dan mereka bersepakat bahwa pelaksanaannya hanya sekali seumur hidup sebagaimana halnya haji.

4. Syarat Umrah

- a. Beragama islam, hanya orang yang beragama islam yang diwajibkan untuk mengerjakan ibadah haji dan umrah. Sementara orang kafir atau murtad tidak diwajibkan mengerjakannya.
- b. Baligh (Dewasa), orang yang baligh berarti orang yang sudah mencapai usia dewasa.
- c. Berakal sehat, berakal sehat adalah salah satu syarat yang perlu dipenuhi. Orang yang gila dan tidak sadar tidak diwajibkan mengerjakan ibadah haji. Orang sinting, mengidap penyakit ayan, dan semacamnya tidak diwajibkan berhaji. Sebab orang-orang yang tidak berakal sehat memang tidak mendapat beban apa pun dari agama.
- d. Merdeka, maksud dari merdeka bukan budak belian, bukan hamba sahaya yang terikat oleh tugas kewajiban yang dibebankan oleh tuannya. Pengertian budak di sini berbeda dengan perbudakan yang dipraktikkan oleh bangsa Eropa, yang memperjualbelikan orang Negro yang ditangkap dari

Afrika. Seorang budak dalam kamus islam adalah para tawanan perang, ketika terjadi peperangan antara non-muslim dengan muslim dalam membela agama islam. Jadi, apabila ada pasukan islam yang ditangkap musuh dan diperbudak oleh pihak musuh, orang islam tersebut tidak diwajibkan untuk mengerjakan ibadah haji.

- e. Kuasa (Mampu), ibadah haji dan umrah diwajibkan kepada orang yang mampu dan memiliki kuasa untuk melakukannya. Sebaliknya, orang yang tidak mampu, ia tidak diwajibkan mengerjakan ibadah haji.

E. Biro Perjalanan Haji dan Umrah (Travel Haji dan Umrah)

Biro Perjalanan Haji dan Umrah adalah usaha penyedia jasa perencanaan atau jasa pelayanan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah. Biro Perjalanan Haji dan Umrah merupakan suatu badan usaha yang dapat memberikan pelayanan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan ibadah haji dan umrah.

Penyelenggara ibadah haji khusus adalah biro perjalanan yang telah mendapat izin menteri untuk menyelenggarakan ibadah haji khusus. Banyaknya travel yang melaksanakan pemberangkatan ibadah haji, membuat kita harus memilih travel yang terpercaya minimal

memiliki izin resmi dari pemerintah dalam hal ini Kementerian Agama.

Biro perjalanan yang telah mendapatkan izin menteri terkait tersebut harus berbentuk badan hukum baik berupa PT atau setidaknya CV. Biro perjalanan yang telah berbentuk badan hukum tersebut selanjutnya melakukan pendaftaran sebagai biro perjalanan dengan memenuhi persyaratan-persyaratan yang telah ditentukan oleh pemerintah. Untuk dapat menyelenggarakan ibadah haji khusus, penyelenggara ibadah haji khusus harus memenuhi persyaratan/kriteria yang telah ditentukan oleh Kementerian Agama sesuai dengan yang diamanatkan dalam Pasal 35 ayat (4) PP Nomor 79 tahun 2012 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 13 tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, yaitu :

- a. Telah memperoleh izin sebagai PPIU oleh menteri.
- b. Telah menyelenggarakan ibadah umrah paling singkat selama 3 (tiga) tahun dan memberangkatkan jamaah umrah paling sedikit 300 (tiga ratus) orang.
- c. Memiliki kemampuan teknis menyelenggarakan ibadah haji khusus yang meliputi kemampuan sumber daya manusia, sarana dan prasarana serta manajemen.
- d. Memiliki kemampuan finansial untuk menyelenggarakan ibadah haji khusus yang dibuktikan dengan jaminan bank.

- e. Memiliki komitmen untuk menyelenggarakan ibadah haji khusus sesuai dengan peraturan perundang-undangan, standart pelayanan yang telah ditetapkan oleh menteri dan ketentuan pemerintah kerajaan Arab Saudi.

Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) yang telah memenuhi persyaratan tersebut maka dapat menyelenggarakan ibadah haji khusus dengan ketentuan wajibnya memberikan pelayanan yang meliputi :

- a. Pendaftaran
- b. Bimbingan jamaah haji khusus.
- c. Transportasi jamaah haji khusus.
- d. Akomodasi dan konsumsi di Arab Saudi.
- e. Kesehatan jamaah haji khusus.
- f. Perlindungan jamaah haji khusus dan petugas haji khusus.
- g. Administrasi dan dokumen haji.
- h. Dasar Hukum Travel Haji dan Umrah

Adapun dasar hukum travel sebagai penyelenggara haji dan umrah menurut syariat islam secara tekstual tidak terdapat dalam Al-Quran dan hadis dikarenakan perkara atau kegiatan pelaksanaan ibadah haji atau umrah dengan menggunakan jasa travel termasuk kontemporer sehingga dengan merujuk langsung ke sumber hukum islam yang utama yaitu Al-Quran dan hadis maka tidak diketemukan dasar hukumnya, maka travel dapat diumpamakan sebagai sarana penunjang atau yang menjadi perantara dalam

mencapai tujuan kita untuk beribadah dan mendekatkan diri kepada Allah swt. Travel bisa diqiaskan dengan kegiatan yang dilakukan amil zakat yang menjadi perantara orang yang ingin mendekatkan diri kepada Allah dengan mengeluarkan sebagian hartanya di jalan Allah.

