

**STRATEGI PENETAPAN HARGA PAKET UMRAH DI
PT.AQM TOUR & TRAVEL KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S.E) Dalam Bidang Ilmu Manajemen Haji dan Umrah

OLEH :

RANDY APRIYANSYAH

NIM 1911170010

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN HAJI DAN
UMROH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO**

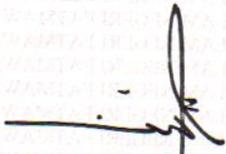
BENGKULU 2022 M/ 1444 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

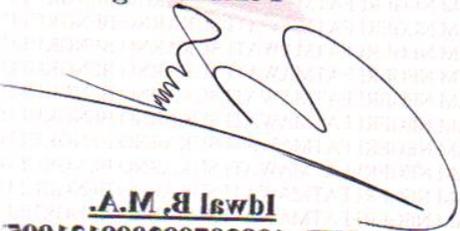
Skripsi yang ditulis oleh Randy Apriansyah, NIM 1911170010 dengan judul "Strategi Penetapan Harga Umrah di PPIH Kota Bengkulu", Program Studi Manajemen Haji dan Umrah Jurusan Manajemen Syariah, telah diperiksa dan dipertahakan sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, Skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang Mawazayyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 22 Desember 2022 M
Jumadil Awal 1444 H

Pembimbing II


Faisal Muttadin, M.S.M.
NIP. 198701282019031007

Pembimbing I


Idwal B. M. A.
NIP. 19830702009121002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul “Strategi Penetapan Harga Paket Umrah di PT.AQM Tour & Travel Kota Bengkulu” yang disusun oleh :

Nama : Randy Apriyansyah
NIM : 1911170010
Program Studi : Manajemen Haji dan Umroh
Bentuk Tugas Akhir : Skripsi

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 27 Januari 2023/ 27 Jumadil Akhir 1444

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Bengkulu, 27 Januari 2023
4 Rajab 1444

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Eka Sri Wahyuni, SE., MM
NIP.197705092008012014

Sekretaris

Faisal Muttaqin, M. SM
NIP. 198701282019031007

Penguji 1

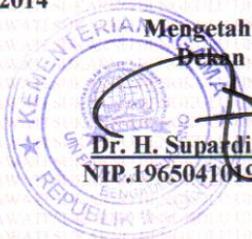
Eka Sri Wahyuni, SE., MM
NIP. 197705092008012014

Penguji 2

Herlina Yustati, M.A.E.k.
NIP.198505222019032004

**Mengetahui,
Dekan**

Dr. H. Supardi, M. Ag
NIP.19650410199303007



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Randy Apriyansyah

Nim : 1911170010

Prodi : MAnejemen Haji dan Umroh

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “ Strategi penetapan harga paket umrah di PT. AQM Kota Bengkulu” .secara keseluruhan adalah hasil skripsi / karya saya sendiri, bagian tertentu yang dirujuk sebelumnya.

Bengkulu Januari 2023
Pembuat pernyataan



RandyApriyansyah
NIM. 1911170010

MOTTO

**‘TIADA ISLAM TANPA KOMUNITAS
TIADA KOMUNITAS TANPA KEPEMIMPINAN
DAN TIADA KEPEMIMPINAN TANPA
KETAATAN”**

(Umar Bin Khatab)

وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

**Dan katakanlah: “ ya tuhanku, tambahkanlah kepadaku ilmu
pengetahuan”**

(Qs.Thaha : 144)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, dengan penuh rasa syukur atas nikmatnya kupersembahkan Skripsi ini untuk :

1. Untuk amak dan abak tercinta yang selalu memberikan dukungan baik tenaga maupun materi, semoga Allah selalu melindungimu serta di berikan keteguhan hati dan iman.
 2. Untuk Kakak - kakak ku une Nevi dan adang Dika yang selalu memberikan motivasi serta semangat dan dukungannya untuk adik bungsu kalian ini.
 3. Untuk keluarga besar Ninin Abas (Almarhum) yang telah memberi semangat dan mendo'akan ku.
 4. Untuk etek Tika Septi Mardini, M.Ak yang telah berkecimpung dalam pembuatan skripsi ini serta memberikan ilmu baik secara langsung ataupun tidak langsung.
 5. Untuk Bapak/ Ibu dosen serta staf semuanya yang telah memberikan ilmu dan penguatan yang luas kepada saya.
 4. Kepada guru yang menjadi tempat belajar dari masa sekolah hingga sekarang yang sangat berjasa sampai saya bisa seperti ini.
 5. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 kalian semua hebat terimakasih banyak untuk beberapa tahun ini.
 6. Semua orang yang berada di sekitar saya terimakasih banyak telah memberikan suport dan banyak bantuan baik secara langsung atau pun tidak langsung.
- Almamater yang telah menempahku...

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridanya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Strategi penetapan harga paket umrah di PT.AQM Tour & Travel Kota Bengkulu

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Dalam Bidang Ilmu Manajemen Haji dan Umrah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Tidak dapat disangka bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Bapak Dr. H. Supardi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Dalam Bidang Ilmu Manajemen Haji dan Umrah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
3. Bapak Idwal B, M.A selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada penulis.
4. Bapak Faisal Muttaqin, M.SM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya selama proses bimbingan.
5. Ibu Eka Sri Wahyuni, M.M selaku Dosen Penguji I yang telah banyak memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat mengarah kesempurna.
6. Ibu Herlina Yustati, M.A.Ek selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan serta saran sehingga skripsi ini dapat mengarah kelebih yang baik.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Dalam Bidang Ilmu Manajemen Haji dan Umrah yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah serta seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.

8. Amak dan Abak tercinta yang telah banyak berkorban, baik materi maupun tenaga demi keberhasilan dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
9. Seluruh keluarga besar yang saya cintai serta selalu senantiasa mendo'akan dan memberikan semangat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi menyempurnakan skripsi ini.

Bengkulu, Desember 2022

Penulis



ABSTRACT

UMARH PACKAGE PRICING STRATEGY AT PT. AQM TOUR AND TRAVEL BENGKULU CITY

By Randy Apriyansyah, NIM 1911170010

The purpose of this study was to determine the Implementation of the Umrah Package Pricing Strategy at PT. AQM Tour and Travel of Bengkulu City and How to Manage Strategy in Setting Umrah Package Prices at PT. AQM Tour and Travel Bengkulu City. To test this, researchers used qualitative methods, with sources obtained from a combination of direct interviews, observation, and documentation.

From the results and discussion of the research that in implementing the Umrah package pricing strategy, PT. AQM Tour and Travel has several stages. First, setting company goals, namely serving God's guests (duyufurrohman), and at the same time getting a decent profit. Second, estimate costs and sales volume. Third, estimate competitors' prices and costs. Fourth, estimate the risk in setting prices. Fifth, determine the methods and strategies in setting prices. Sixth, adjust the price structure and market conditions. Whereas in the management strategy that influences AQM Tour and travel in setting the price of Umrah packages using the strategy of adding up the total costs of the Umrah components, then adding the company's profit and promotion costs.

Keywords: Strategy, Determination, Package Price, Umrah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia yaitu Indonesia, melakukan penyelenggaraan ibadah haji dan umroh setiap tahunnya. Haji dan umroh telah menjadi hal yang sangat menarik untuk dicermati, melihat animo masyarakat yang tinggi untuk melaksanakan ibadah haji, tetapi disisi lain karena adanya pembatasan kuota haji, maka setiap calon jama'ah yang telah mendaftar harus tidak dapat berangkat haji pada tahun berjalan. Panjangnya daftar antrian calon jama'ah Indonesia membuat daftar tunggu (*waiting list*) yang berkisar 15-20 tahun akibat banyaknya jamaah calon haji per tahunnya. Sistem *waiting list* atau sistem daftar tunggu haji yang cukup lama membuat calon jama'ah memilih untuk melakukan ibadah umroh terlebih dahulu atau mendaftar haji plus. Meskipun, haji plus itu biayanya lebih mahal dibandingkan dengan haji reguler, haji khusus mempunyai kelebihan yaitu sistem *waiting list*-nya yang lebih cepat. Masyarakat memilih ibadah umroh karena tidak membutuhkan waktu lama untuk

bisa menunaikan ibadah haji ke baitullah dan umroh bisa dilakukan setiap bulan.¹

Hal tersebut yang kemudian membuka peluang hadirnya travel haji dan umrah atau biro-biro perjalanan yang saling berantusias dalam merekrut para jamaah. Perkembangan usaha yang maju akan berdampak pada tingkat persaingan yang semakin ketat pula. Perkembangan tersebut akan mempengaruhi suatu perusahaan dalam mempertahankan pangsa pasarnya. Untuk itu, setiap perusahaan khususnya biro perjalanan haji dan umroh harus meningkatkan kualitas strategi pemasaran yang lebih baik unggul dan terpercaya dari kompetitornya, untuk memenangkan persaingan dalam merekrut jama'ahnya. Dalam suatu perusahaan hal terpenting dalam menjalankan usahanya yaitu strategi pemasaran adalah proses sosial yang membuat individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan.² Pemasaran tersebut dilakukan dengan cara menciptakan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai yang diberikan orang lain. Usaha pemasaran yang keras menentukan suksesnya perusahaan

¹ Mustadzkiroh, Akhmad Khisni, *Analisis Kebijakan Pembatasan Pendaftaran Haji* (Kota Salatiga: Studi Kantor Kementrian Agama), Vol.12. No.2. hlm.271

² Vivi Nurul Afidah dan Syahril Romli, Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umrah dalam Merekrut Jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru. *Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Program Studi Manajemen Dakwah. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.* (Riau, 2019), Vol.1, No.3.

besar maupun kecil butuh yang namanya pemasaran, baik pencari laba, domestik, dan global. Manfaat pemasaran yaitu untuk menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen.

Sedangkan manajemen pemasaran merupakan analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk membangun, menciptakan, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan. Dalam manajemen pemasaran, ada yang namanya *marketing mix*. *Marketing mix* ialah manajemen pemasaran yang berupa pengelolaan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat memberikan peranan penting terhadap keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat tetap melangsungkan usahanya. Strategi ini berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk disertai strategi pendukung lain berupa harga, penetapan lokasi atau saluran distribusi pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasarnya, serta penetapan promosi untuk memenangkan dari kompetitor lain. Penetapan harga merupakan suatu masalah ketika perusahaan harus menentukan harga untuk pertama kali. Hal ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru.

Tujuan penetapan harga dapat menjadi bagian dari strategi pemasaran keseluruhan yang agresif yang berfokus pada persaingan bukan harga, yaitu tindakan agresif dalam satu atau lebih dari variabel bauran pemasaran bukan harga.³ Dalam kepariwisataan, harga adalah suatu variabel yang diperhatikan oleh wisatawan dan dapat dijadikan sebagai suatu strategi dalam kegiatan pemasaran. Menurut Luck dan Ferrel, bersama-sama dengan produk, harga cenderung menjadi fungsi komponen strategis dan dalam beberapa hal dapat menjadi komponen yang amat penting dalam kegiatan pemasaran.⁴ Hal ini juga disinggung dalam Islam, manajemen dakwah adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dari muballigh kepada masyarakat dengan menyampaikan wahyu Allah. Dalam hal ini, Islam juga ikut berpengaruh dalam menetapkan harga jual beli. Islam memberikan kebebasan pasar dan menyerahkan kepada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan. Salah satu ayat yang menguatkan hukum umrah yang wajib ialah, pada surah Al-Baqarah ayat 196 yang berbunyi:

³ Verina H. Secapramana, *Model Dalam Strategi Penetapan Harga*. Surabaya 2017 Vol. 9 No.01, hlm.22

⁴ Oka A. Yoeti, *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2002), hlm.146.

وَأَتَمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ ۖ فَإِنْ أُخْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ ۚ وَلَا تَحْلِقُوا رُءُوسَكُمْ حَتَّىٰ يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحَلَّهُ ۚ ۖ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيضًا أَوْ بِهِ أَذًى مِّن رَّأْسِهِ ۖ فَفِدْيَةٌ مِّن صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ ۚ فَإِذَا أَمِنْتُمْ ۖ فَمَنْ تَمَتَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ ۚ فَمَنْ لَّمْ يَجِدْ فَصِيَامٌ ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ فِي الْحَجِّ وَسَبْعَةً إِذَا رَجَعْتُمْ ۚ تِلْكَ عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ۚ ذٰلِكَ

Artinya: “Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah. Tetapi jika kamu terkepung (oleh musuh), maka (sembelihlah) hadyu yang mudah didapat, dan jangan kamu mencukur kepalamu, sebelum hadyu sampai di tempat penyembelihannya. Jika ada di antara kamu yang sakit atau ada gangguan di kepalanya (lalu dia bercukur), maka dia wajib berfidyah, yaitu berpuasa, bersedekah atau berkorban. Apabila kamu dalam keadaan aman, maka barangsiapa mengerjakan umrah sebelum haji, dia (wajib menyembelih) hadyu yang mudah didapat. Tetapi jika dia tidak mendapatkannya, maka dia (wajib) berpuasa tiga hari dalam (musim) haji dan tujuh (hari) setelah kamu kembali. Itu seluruhnya sepuluh (hari). Demikian itu, bagi orang yang keluarganya tidak ada (tinggal) di sekitar Masjidilharam. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah sangat keras hukuman-Nya”.

Dari ayat diatas maka dapat disimpulkan bahwa kita wajib untuk menyempurnakan haji dan umrah karena allah. Dan barang siapa mengerjakan umrah sebelum haji, wajib menyembelih hadyu yang mudah didapat, tetapi jika tidak mendapatkannya, maka wajib berpuasa tiga hari dalam musim haji dan tujuh hari setelah kembali.

Perkembangan dunia usaha dari waktu ke waktu semakin tidak terbandung, hal ini dapat di lihat dari semakin banyak perusahaan yang berimplikasi pada ketatnya persaingan antara perusahaan biro perjalanan haji dan umrah. Dalam proses persaingannya PT AQM Tour and Travel melakukan sosialisasi dalam kajian keagamaan, guna memperkenalkan perusahaan dan produk jasa yang ditawarkan. PT AQM Tour and Travel merupakan salah satu perusahaan yang berdiri sebagai solusi dari banyaknya permintaan pasar, banyak calon jamaah umrah yang ingin mendapatkan fasilitas serta kemudahan yang lengkap dan praktis. Di samping ibadah umrah yang dijadikan sebagai suatu usaha, PT AQM Tour and Travel melayani perjalanan haji dan umrah karena pada saat ini perjalanan umrah merupakan suatu trend, sebab ada pandangan dari beberapa konsumen bahwa sebelum berangkat haji alangkah baiknya bila umrah terlebih dahulu sebagai suatu ujian sebelum melaksanakan ibadah haji.

Penetapan harga paket mempunyai pengaruh besar terhadap meningkatnya penjualan produk barang atau jasa. Oleh sebab itu setiap organisasi profit harus teliti dalam menetapkan harga suatu barang. Penetapan harga paket umroh kepada setiap masyarakat berbeda-beda sesuai dengan daerah atau permintaan konsumen. Strategi tersebut diaplikasikan oleh panitia penyelenggaraan ibadah haji

(PPIH) di Kota Bengkulu. PPIH merupakan petugas yang memberikan pembinaan, pelayanan dan perlindungan kepada jamaah haji di Indonesia dan di Arab Saudi selama masa operasional penyelenggaraan ibadah haji. Mengingat hal itu, pemerintah bersinergi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah dengan memberikan beberapa pedoman kebijakan yang cukup membantu antara biro perjalanan umroh dan jamaah. Dalam hal ini, Kemenag RI membuat sebuah undang-undang dalam biaya penyelenggaraan ibadah umroh. Berdasarkan keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 221 tahun 2021 tentang BPIU referensi, maka mulai April 2022 BPIU referensi menetapkan minimum harga umroh sebesar Rp.28.000.000 belum termasuk harga test PCR dan masa karantina, sebelum keberangkatan, kedatangan, hingga kepulangan. Dengan adanya undang-undang tersebut, pemerintah telah mengupayakan untuk menanggulangi terjadinya penipuan berulang, sebagai pedoman bagi penyelenggara perjalanan ibadah umroh (PPIU), dan untuk mengatasi adanya perang harga pada penyelenggaraan ibadah umroh di Indonesia. Adanya kebijakan tentang penetapan standar harga minimum umroh ini tentunya memiliki dampak baik dan buruk. Kebijakan ini berdampak kurang bagus bagi calon jamaah yang kurang mampu. Dampak buruk ini dikarenakan berkurangnya minat para calon jamaah umroh untuk

mendaftarkan diri. Namun, kebijakan pemerintah mengenai harga minimum tentunya juga memiliki dampak positif. Dampak positif ini adalah calon jamaah umroh terlindungi dari adanya penipuan-penipuan berulang akibat murahnya harga suatu paket umroh, karena ada sebuah kata bijak yang menyatakan bahwa, harga menentukan kualitas. Dalam hal ini, semakin mahal suatu harga yang diberikan atas suatu produk atau jasa, maka semakin barang atau jasa tersebut memiliki kualitas yang baik. Oleh karena itu, penelitian ini cukup menarik untuk dibahas. Dalam hal ini, calon jamaah perlu mengetahui komponen-komponen biaya batas minimum suatu harga umroh yang wajar, sehingga calon jamaah tidak mudah tertipu dengan beberapa agen biro perjalanan yang bisa menawarkan harga dibawah batas harga minimum.

Penyelenggaraan Haji dan Umrah adalah seluruh rangkaian kegiatan pelaksanaan Ibadah Haji yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelayanan, pengendalian, pengawasan dan evaluasi.⁵ Dalam upaya peningkatan penyelenggaraan ibadah haji dan umroh antara lain dilakukan melalui revitalisasi asrama haji, pengembangan sistem pendaftaran haji, pengembangan pelayanan haji, pengoptimalisasian dana haji dan reformasi keuangan haji, rasionalisasi BIPH, peningkatan kualitas laporan keuangan

⁵Halik. 2019. Tuntunan Lengkap Wajib & Sunnah Haji Dan Umrah. Depok: Mulia.hlm.117.

haji, dan peningkatan akuntabilitas Dana Abadi Umat (DAU). Pada Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh, dijelaskan bahwa ibadah haji adalah rukun Islam kelima bagi orang Islam yang mampu untuk melaksanakan serangkaian ibadah tertentu di Baitullah, masyair, serta beberapa tempat lainnya, pada waktu dan syarat tertentu.⁶ Waktu mengerjakan ibadah haji dimulai sejak 1 Syawal hingga menjelang terbit fajar malam kesepuluh Dzulhijjah.

Variasi paket umrah yang telah disediakan oleh panitia penyelenggaraan ibadah haji Kota Bengkulu memiliki harga yang berbeda dengan berbagai jadwal keberangkatan. Jadwal keberangkatan umrah terbagi menjadi 3 waktu, yaitu program keberangkatan umrah bulan suci ramadhan, jadwal keberangkatan umrah bulan Januari-Mei dan jadwal keberangkatan umrah bulan Oktober-Januari. Program keberangkatan umrah bulan suci ramadhan dibagi menjadi beberapa paket yaitu, paket hemat 12 hari, paket regular 12 hari, paket full ramadhan 30 hari, paket regular 9 hari, paket premier 9 hari, paket Nuzul Quran 12 hari, paket Nuzul Quran dan Lailatul Qadar 9 dan 12 hari dan Lailatul Qadar 15 hari. Berdasarkan uraian diatas, hal tersebut yang melatar belakangi penulis ingin meneliti lebih lanjut terkait Strategi Penetapan Harga Paket Umrah diPT AQM Tour and

⁶ Kh.Ahmad Chodri Romli. 2018. Ensiklopedia Haji & Umrah .Yogyakarta: Diva Press.hlm.122.

Travel Kota Bengkulu, karena harga merupakan elemen paling penting dalam strategi pemasaran dan harus senantiasa dilihat dalam hubungannya dalam strategi pemasaran. Adapun salah satu alasan peneliti memilih penetapan harga ialah untuk melihat tercapai atau tidaknya suatu target bisnis seperti memperoleh keuntungan penjualan, meningkatkan dan mengembangkan produksi, serta memperluas target pemasaran bisnis karena harga berinteraksi dengan seluruh elemen lainnya dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas dalam setiap elemen dan keseluruhan elemen.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Dari uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang ingin diteliti adalah :

1. Bagaimana Implementasi Strategi Penetapan Harga Paket Umrah diPT AQM Tour And Travel Kota Bengkulu?
2. Apa Saja Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Penetapan Harga Paket Umrah diPT AQM Tour And Travel Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini untuk :

1. Untuk Mengetahui Implementasi Strategi Penetapan Harga Paket Umrah diPT AQM Tour And Travel Kota Bengkulu.

2. Untuk Mengetahui Apa Saja Strategi Dalam Penetapan Harga Paket Umrah diPT AQM Tour And Travel Kota Bengkulu.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut :

1. Akademik

Pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen haji dan umrah, khususnya dalam bidang studi manajemen dan menjadi referensi bagi jurusan manajemen haji dan umrah, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi bagi mahasiswa untuk memiliki kompetensi dalam bidang haji dan umrah.

2. Praktisi

Dapat dijadikan pedoman bagi pihak-pihak yang terkait terutama pihak PT AQM tour dan travel, dalam meningkatkan pelayanan yang berkualitas.

E. Penelitian Terdahulu

Didalam penyusunan skripsi ini, penulis telah melakukan tinjauan pustaka, banyak pendapat yang harus diperhatikan untuk dijadikan pembandingan dari setiap judul orang lain. Setelah penulis melakukan tinjauan pustaka, penulis akhirnya menemukan sebuah skripsi mempunyai judul yang hampir sama dengan akan penulis teliti. Akan tetapi, untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti

“menjiplak” hasil karya orang lain, maka penulis perlu mempertegas perbedaan antara masing- masing judul dengan masalah yang sedang dibahas yaitu diantaranya:

1. Penelitian Verina H Secapramana yang berjudul “Model Dalam Strategi Penetapan Harga”. Masalah yang diangkat dari penelitian ini adalah mengetengahkan masalah penetapan harga dari salah satu model dari Harper W. Boyd Jr dan Orville C. Walker, Jr. (1982). Tujuan dari penelitian ini untuk diperhitungkannya dua faktor utama dalam penetapan harga, yakni faktor internal dan faktor eksternal. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Maka dari itu, dapat disimpulkan perbedaannya dengan penelitian penulis adalah rumusan masalah yang diangkat, objek yang dituju berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama mendeskripsikan tentang penetapan harga suatu produk.⁷
2. Penelitian Winny Gayatri yang berjudul “Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada Pt.Pertani (Persero) Cabang Sulawesi Utara”.⁸ Masalah yang diangkat oleh peneliti Winny Gayatri adalah tentang harga produk benih padi dengan menggunakan metode pendekatan cost plus pricing pada PT.Petani. Tujuannya

⁷ Verina H. Secapramana, ”Model Dalam Strategi Penetapan Harga”. *Jurnal Economic. Surabaya* 2015, Vol. 9 Nomor. 1, hlm.33.

⁸ Winny Gayatri, ”Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing Pada PT. Pertani cabang Sulawesi Utara. *Jurnal Bisnis. Sulawesi* 2013. Vol. 1, Nomer. 4, hlm.1817.

adalah untuk mengetahui harga produk benih padi tersebut. Alat analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif. Dapat disimpulkan, bahwa Winny Gayatri meneliti tentang harga produk padi di PT.Petani. Sedangkan penulis akan meneliti tentang penetapan harga umroh di Allinma Tour and Travel. Jadi, perbedaannya yaitu masalah produk yang diteliti dan juga metode yang digunakan berbeda. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama tentang penetapan harga.

3. Penelitian dari Lilian Yulis Abadi yang berjudul “Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis *Gourmet Land Cafe*”. Masalah yang diangkat dari penelitian tersebut adalah tentang evaluasi strategi penetapan harga. Tujuannya adalah untuk mengetahui strategi penetapan harga yang digunakan di bisnis *Gourmet Land Cafe*. Sedangkan metode yang digunakan adalah *cost based pricing*, *value based pricing*. Penelitian tersebut menggunakan deskriptif kualitatif. Dapat disimpulkan, bahwa persamaannya adalah sama-sama tentang strategi penetapan harga. Akan tetapi, perbedaannya adalah di metode penggunaan dan objek penelitiannya.⁹

⁹ Lilian Yulis Abadi, “Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis *Gourmet Land Cafe*”, *Jurnal Bisnis. Jakarta 2016*. Vol. 1, Nomor. 1, hlm.112.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Prof. Dr.Sugiyono, penelitian kualitatif adalah pengumpulan data yang dipadu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan. Metode kualitatif adalah suatu teknik pengumpulan data yang menggunakan metode observasi partisipasi, peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian. Konsep pendekatan penelitian lebih mengacu kepada perspektif teoritis yang dipakai oleh para peneliti dalam melakukan penelitian.

2. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek penelitian yang menjadi sumber penelitian. Pertimbangan pemilihan informan penelitian menurut Spradly, yaitu subjek yang mudah untuk dimasuki, tidak payah dalam melakukan penelitian dan mudah memperoleh izin. Pemilihan subjek dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* (sampel bertujuan), yaitu teknik sampel yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya. Informan yang dipilih dirasa mampu untuk memberikan banyak informasi, berkaitan

dengan objek penelitian dan diperkirakan akan memperlancar proses penelitian. Adapun kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

- a) Pimpinan dan manajer terkait dalam kegiatan yang diteliti.
- b) Menjadi bagian dari staf PT AQM Tour and Travel yang berkaitan dengan Penelitian.
- c) Memiliki kesempatan atau waktu cukup untuk diminta informasi.
- d) Memiliki wawasan yang cukup.

Berdasarkan pertimbangan di atas maka yang layak dijadikan informan penelitian, yaitu H. Bambang Sarumi (direktur utama PT AQM Tour and Travel), Marliadi, SE (Manajer Umum Keuangan), Yuningsih (koordinasi marketing), Ricky Sisyanto, S.Kom (*Ticketing*) dan Fahira Ivanka (CS) yang memiliki kedekatan dengan masalah yang diteliti, sehingga total informan yang ada berjumlah 5 orang.

3. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data terdiri dari sumber data primer dan sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individu atau kelompok didapat

melalui wawancara pada informan, hasil observasi terhadap suatu benda atau kejadian atau kegiatan. Sedangkan data sekunder merupakan data pendukung yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Dalam hal ini, sumber data primer diperoleh langsung melalui teknik observasi dan wawancara di PT AQM Tour and Travel kota Bengkulu, sedangkan data sekunder yang dimaksud ialah data pendukung dalam penelitian berupa data-data mengenai deskripsi wilayah PT AQM Tour and Travel, foto, dan dokumen - dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

4. Tempat dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT AQM Tour and Travel, Jl. S Parman. No 17 Kel. Tanah Patah kota Bengkulu. Adapun waktu penelitian yang dilakukan penulis dimulai dari tanggal 13 September sampai 22 Desember 2022.

5. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisa yaitu dengan mengorganisasikan menjabarkannya kedalam sintesa, menyusun ke dalam pola, memilah dan membuat kesimpulan untuk diceritakan kepada orang lain. Yang mana sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan kaluasan serta kedalaman wawasan. Dalam mereduksi data yang dilakukan adalah merangkum, mengambil data yang penting saja.

b. *Display* (penyajian) Data

Setelah reduksi data, langkah selanjutnya penyajian data dalam bentuk tabel dan uraian sehingga data menjadi lebih terorganisir, tersusun dan mudah dipahami. Menurut Sugiyono dengan melakukan penyajian data akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.¹⁰

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan awal yang bersifat sementara dan akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 252.

G. Sistematika Penulisan

Di dalam sistematika penulisan, penulis menjadikannya terdiri dari lima bab, adapun rinciannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metodologi Penelitian, Teknik pengumpulan data serta Sistematika Penulisan yang dipakai dalam membahas masalah ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini berisi tentang Kajian Teori seperti, Teori Strategi Pemasaran Syariah, Strategi Penetapan Harga Paket, Panitia Penyelenggaraan Haji (PPIH), Pengertian Umrah serta Kerangka Konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan metode penelitian yang terdiri dari Sejarah dan profil PT. AQM Tour & Travel, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, Letak Geografis, Prinsip Kerja, Sarana dan Prasarana,

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memiliki dua topik: Pertama, Hasil Penelitian Implementasi Strategi Penetapan Harga Paket Umrah dan Hasil Penelitian Manajemen Strategi Penetapan Harga Paket Umrah.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan pembahasan terakhir, dalam penelitian ini dalamnya berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Disamping itu dalam bab ini juga disajikan saran yang ditujukan bagi para peneliti selanjutnya berkaitan dengan hasil penelitian ini.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Teori Strategi

1. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah

Strategi berasal dari kata *Strategie* yang berasal dari kata *stragos* yang berarti Militer dan *Ag* yang artinya memimpin. Strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai *generalship* atau yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tersebut.¹¹ Dalam konteks manajemen menurut *Wright et All* yang dikutip oleh Yusanto dan Widjadja mengatakan istilah strategis menunjukkan manajemen strategis memiliki cakupan proses manajemen yang lebih luas sehingga dapat lebih tepat dalam penentuan visi dan tujuan organisasi dalam konteks keberadaannya di lingkungan eksternal dan internalnya.

Strategi juga merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi bisa memberikan sebuah pengarahan yang jelas bagi semua

¹¹ Fandy Tjiptono, "Strategi Pemasaran", *Jurnal Economic*. Yogyakarta: Andi Offset, 2008, Hlm, 3

anggota organisasi. Apabila konsep strategi tidak jelas, maka bisa berpengaruh pada keputusan yang diambil. Keputusan akan bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan yang lain.¹²

Pengertian Pemasaran Syariah ialah pemasaran (*marketing*) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*). Definisi ini berdasarkan konsep-konsep inti, seperti kebutuhan, keinginan, dan permintaan, produk-produk (barang-barang, layanan, dan ide), value, biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan, pasar dan para pemasar. Pemasaran sendiri adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah. Kata “syariah” berasal dari kata syara“a al-syai“a yang berarti “menerangkan” atau menjelaskan sesuatu. Atau, berasal dari kata syir“ah yang berarti “suatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain”. Dalam Al-Quran kata

¹² Yusanto dan Widjadjakusuma, “Manajemen Strategis dalam Perspektif Syariah”, *Jurnal Manajemen* . Jakarta: Khairul Bayan, 2003, hlm.5.

syariah disebutkan hanya sekali dalam Surah Al-Jatsiyah, organisasi tersebut.¹³

Maka, Syariah *Marketing* adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholders nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Ini artinya bahwa dalam syariah marketing 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. Definisi di atas, didasarkan pada salah satu ketentuan dalam bisnis Islami yang tertuang dalam kaidah fiqih yang mengatakan, “al-muslimuuna „alaa syuruuthihim illa syarthan harroma halaalan aw ahalla haraaman” (kaum muslimin terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram).

Selain itu, kaidah fiqih lain mengatakan “al-ashlu fil muaamalahtil ibahah illah ayyadulla daliilun „alaa tahriimihaa” (pada dasarnya semua bentuk muamalah (bisnis) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang

¹³ H. Nur Asnawi, *Pemasaran Syariah: Teori, Pilosofi, Dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Raja Wali Per, 2017, hlm 212

mengharamkan).¹⁴ Dalam Syariah Marketing ini mengandung 3 (tiga) prinsip manajemen syariah sebagai berikut:

a) Keadilan

Keadilan merupakan satu prinsip fundamental dalam ideologi Islam. Al-Qur'an telah memerintahkan penganutnya untuk mengambil keputusan dengan berpegang pada kesamaan derajat, keutuhan dan keterbukaan. Maka, keadilan adalah ideal untuk diterapkan dalam hubungan dengan sesama manusia. Kata kunci yang digunakan Al-Qur'an dalam menjelaskan konsep keadilan adalah „adl dan qist yang mengandung makna distribusi yang merata, termasuk distribusi materi. Keadilan yang terkandung dalam Al-Qur'an juga bermakna menempatkan sesuatu pada tempatnya.

b) Amanah dan Pertanggungjawaban

Dalam hal amanah dan pertanggungjawaban, Islam menggariskan dalam firman-Nya berikut ini:

Artinya: “Dan kalau Allah menghendaki, niscaya dia menjadikan kamu satu umat (saja), tetapi Allah menyesatkan siapa yang dikehendaki-Nya dan memberi petunjuk kepada siapa yang dikehendaki-

¹⁴ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*,. hlm. 22-27

Nya. dan Sesungguhnya kamu akan ditanya tentang apa yang Telah kamu kerjakan”. (QS. An-Nahl: 93)

Hal ini jelas bahwa amanah berkenaan dengan kewajiban - kewajiban yang menjadi tanggung jawab kita baik secara individual maupun organisasional.

c) Komunikatif

Sesungguhnya dalam setiap gerak manusia tidak dapat menghindari untuk berkomunikasi. Dalam manajemen, komunikasi menjadi faktor penting dalam melakukan transformasi kebijakan atau keputusan dalam rangka pelaksanaan manajerial itu sendiri menuju tercapainya tujuan yang diharapkan.¹⁵

Pembuatan strategi merupakan suatu hal yang wajib dilakukan oleh suatu organisasi. Hal ini dikarenakan strategi yang akan menentukan tercapainya tujuan suatu organisasi. Agustinus mengutip dari Henry Mintberg yang membagi model strategi dalam tiga macam, yaitu:

d) Model Pembuatan Strategi

1) Model *entrepreneur* (*Entrepreneur mode*)

Model ini biasanya dilakukan oleh perusahaan yang masih baru atau dalam masa pertumbuhan. Hal ini dikarenakan pada model ini pemimpin

¹⁵Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta:Ekonisia, 2004), hlm.16

lebih berperan aktif dalam mencari peluang dan lebih berani dalam mengambil resiko daripada hanya mengambil jalur aman.

2) Model Penyesuaian (*Adaptive Mode*)

Model ini mengharuskan bagi pembuat strategis untuk bisa cepat beradaptasi teradap lingkungan yang kompleks dan dinamis. Hal ini dikarenakan strategi model ini diterapkan saat ada suatu masalah yang bisa datang tanpa diprediksi.

3) Model Perencanaan (*Planning Mode*)

Model ini lebih berorientasi pada analisis sistematis yang dilakukan berdasarkan analisis biaya dan keuntungan. Perusahaan yang konsisten dalam efisiensi dan pertumbuhan yang akan menerapkan strategi model ini dengan perencanaan jangka panjang.

e) Kerangka Manajemen Strategis

Yusanto dan Widjajakusuma membagi proses manajemen menjadi empat tahapan utama, yaitu:¹⁶

1) Tahap Analisis Lingkungan Organisasi Pada tahapan analisis ini berfokus pada analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Pada tahapan ini dilakukan penganalisaan data perkembangan perusahaan tiga tahun sebelum

¹⁶ Yusanto dan Widjajakusuma, "Manajemen Strategis Perspektif Syariah", *Jurnal Manajemen* (Jakarta: Khairul Bayan, 2018), hlm.10-13.

melakukan penganalisaan. Hal ini dilakukan untuk menentukan rencana pengembangan perusahaan dalam jangka lima tahun kedepan. Analisis ini biasanya menggunakan model analisis SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, and Treath*). Hasil dari penelitian ini akan memberikan solusi pilihan strategi *generic* serta kebutuhan sumber daya organisasi. Analisis SWOT merupakan *matching tool* yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi. Keempat strategi yang dimaksud adalah:

a) Strategi SO (*Strenght-Opportuniy*)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal organisasi untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar organisasi. Pada umumnya, organisasi melaksanakan strategi-stragetgi WO, ST, atau WT untuk menerapkan strategi SO. Oleh karena itu, jika organisasi memiliki banyak kelemahan mau tidak mau organisasi harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat. Sedangkan jika organisasi menghadapi banyak ancaman, organisasi harus berusaha menghindarinya dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada.

b) Strategi WO (*Weakness-Opportuniy*)

Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal organisasi dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Kadang kala organisasi menghadapi kesulitan untuk memanfaatkan peluang-peluang karena adanya kelemahan-kelemahan internal. Misalnya, ada permintaan yang tinggi terhadap perangkat elektronika untuk mengontrol jumlah dan waktu fuel injeksi pada mesin mobil (*Opportunity*), tapi pabrik-pabrik mengalami kesenjangan teknologi untuk memproduksi alat-alat ini (*Weakness*). Salah satu alternatif untuk mengatasi masalah kesenjangan teknologi ini adalah melalui strategi WO, yakni dengan mengadakan suatu kerja sama (*join venture*) dengan organisasi lain yang memiliki kompetensi.

c) Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ini bertujuan untuk menghindari dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa organisasi besar yang tangguh harus selalu mendapatkan ancaman.

d) Strategi WT (*Weakness-Threat*)

Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Suatu organisasi yang

dihadapkan dengan sejumlah kelemahan internal dan eksternal yang sesungguhnya berada dalam posisi yang berbahaya dan ia harus berjuang untuk tetap bertahan dengan melakukan strategi-strategi tertentu.

2) Tahap Formulasi Strategi

Formulasi strategi dilakukan untuk mendapatkan nilai - nilai utama dan orientasi strategis, yaitu strategi induk ditingkat korporasi dan strategi fungsional.

3) Tahap Implementasi Strategi

Pada tahapan implementasi strategi lebih focus pada alokasi dan organisasi sumber daya manusia, kepemimpinan, budaya, organisasi, prosedur, dan program. Pada tahapan ini dibagi atas dua aktivitas. Aktivitas pertama yaitu distribusi kerja dan kelompok kerja dengan memperhatikan tingkatan manajemen, tipe pekerjaan, dan pengelompokan bagian pekerjaan. Hal ini dilakukan dengan tujuan dapat mempersatukan semua bagian agar pekerjaan lebih efektif dan efisien. Aktivitas kedua meliputi aspek kepemimpinan dan pengambilan keputusan. Aktivitas ini berkaitan dengan pembuatan prosedur dan program perusahaan.

4) Tahap Pengendalian Strategi

Pengendalian strategi merupakan tahapan akhir yang meliputi penilaian kinerja dan proses pemberian umpan balik. Penilaian kerja dilakukan sesuai dengan prosedur perusahaan yang mengacu pada strategi dan operasional perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui ketepatan pencapaian organisasi. Hasil dari analisis tersebut bisa menjadi acuan untuk strategi dan implementasi berikutnya.¹⁷

2. Strategi Penetapan Harga Paket Umrah

a. Pengertian Strategi Penetapan Harga Paket

Menetapkan satu harga untuk semua pembeli adalah ide yang relatif modern yang timbul bersama perkembangan perdagangan eceran skala besar pada akhir kesembilanbelas. Dahulu, harga beroperasi sebagai determinan utama pilihan pembeli. Konsumen dan agen pembeli mempunyai lebih banyak akses pada informasi harga dan pemberi diskon harga. Harga menjadi suatu ukuran tentang mutu produk bila pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk-produk yang kompleks.¹⁸

¹⁷ Husein Umar, *Strategic Managemen in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2021), hlm.224- 226

¹⁸ M Taufiq, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), hlm.174

a) Definisi Harga

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller pada dasarnya harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran atau marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan, dimana elemen yang lain mendapatkan biaya.¹⁹ Bagi pengusaha atau pedagang, harga paling mudah disesuaikan dengan keadaan pasar sedangkan elemen yang lain seperti produk, tempat dan promosi memerlukan waktu yang lebih lamadan panjang untuk disesuaikan dengan keadaan pasar, karena harga dapat memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai kualitas produk dan merek dari produk tersebut. Tjiptono mengungkapkan bahwa harga dijadikan sebagai indikator dari manfaat yang diperoleh konsumen atas barang dan jasa yang diterima, hal ini erat kaitannya dengan sebuah nilai yang didapat konsumen atas harga. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga atau dapat dirumuskan sebagai berikut.²⁰

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga,2008), hlm.68

²⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, (Yogyakarta, 1997), hlm.151

b) Konsep Penetapan Harga

Perusahaan harus menetapkan harga pada saat pertama kali mengembangkan produk atau jasa yang dijualnya, ketika perusahaan memperkenalkan produk legulernya kepada para konsumen di suatu wilayah dan ketika perusahaan memasukkan penawaran pekerjaan kontrak baru. Perusahaan harus memutuskan di mana perusahaan akan memposisikan produk atau jasanya berdasarkan kualitas dan harga. Perusahaan atau travel harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menentukan kebijakan penetapan harganya. Kotler dan Keller di dalam bukunya menjelaskan setidaknya ada enam tahapan yang dilakukan perusahaan untuk menetapkan harga suatu produk, yaitu:²¹

1. Memilih tujuan penetapan harga
2. Menentukan permintaan
3. Memperkirakan biaya
4. Menganalisis biaya, harga dan tawaran pesaing
5. Memilih metode penetapan harga
6. Memilih harga akhir.

Harga memiliki dua peranan utama dalam proses

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.75.

pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi:

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa.
 - b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.
- b. Langkah-langkah Menetapkan Harga Paket

Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menyusun kebijakan penetapan harga paket. Ada enam langkah dalam menetapkan harga paket, yaitu:²²

- 1) Memilih Sasaran Harga

Perusahaan pertama-tama harus memutuskan apa yang ingin ia capai dengan suatu produk tertentu.

²² Oka A. Yoeti, *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 2002), hlm.146

Jika perusahaan tersebut telah memilih pasar sasaran dan penentuan posisi pasarnya dengan cermat, maka strategi bauran pemasarannya, termasuk harga, akan cukup mudah. Jadi, strategi penetapan harga sangat ditentukan oleh keputusan yang menyangkut penempatan posisi pasar. Pada saat yang sama, perusahaan harus dapat membuat sasaran tambahan. Semakin jelas sasaran perusahaan, semakin mudah baginya untuk menentukan harga. Setiap harga yang mungkin akan memiliki pengaruh yang berbeda atas sasaran-sasaran tertentu seperti: laba, pendapatan penjualan, dan pangsa pasar.

2) Menentukan Permintaan

Setiap harga paket yang ditentukan perusahaan akan membawa kepada tingkat permintaan yang berbeda-beda oleh karenanya akan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap sasaran pemasarannya. Skedul permintaan menggambarkan jumlah unit yang akan dibeli oleh pasar pada periode waktu tertentu atas alternatif harga yang mungkin ditetapkan selama periode itu. Dalam kasus yang normal, hubungan permintaan dengan harga adalah berlawanan, yaitu

semakin tinggi harga, semakin rendah minat (sebaliknya).

3) Memperkirakan Biaya

Permintaan umumnya membatasi harga tertinggi yang dapat ditentukan perusahaan bagi produknya. Dan perusahaan menetapkan biaya yang terendah. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutupi biayanya dalam menghasilkan, mendistribusikan, dan menjual produk, termasuk pendapatan yang wajar atas usaha dan resiko yang dihadapinya.

4) Menganalisis Penawaran dan Harga Paket

Para Pesaing Perusahaan dapat mengirimkan pembelanja pembanding untuk mengetahui harga dan membandingkan penawaran pesaing yang mana perusahaan dapat memperoleh daftar harga pesaing dan membeli peralatan pesaing dan memisah-misahkannya. Ketika perusahaan mengetahui harga dan penawaran (produk) pesaing, ia dapat menggunakannya sebagai titik orientasi untuk penentuan harganya sendiri. Jika tawaran produk perusahaan sama dengan tawaran (produk) utama pesaing, maka perusahaan harus menetapkan harga paket yang dekat dengan pesaing atau jika tidak akan kehilangan penjualan.

Jika tawaran perusahaan adalah lebih jelek, perusahaan tidak dapat menetapkan harga lebih dari pesaingnya. Biar bagaimanapun perusahaan harus lebih memperhatikan, kemungkinan perubahan-perubahan harga pesaing sebagai respon terhadap harga perusahaan. Pada dasarnya, perusahaan akan menggunkan harganya untuk menempatkan penawaran terhadap pesaing.²³

5) Memilih Suatu Metode Harga

Dengan tiga C skedul permintaan konsumen (*costumer demand schedule*), fungsi biaya (*cost function*), dan harga pesaing (*competitor's price*) perusahaan kini siap untuk memilih suatu harga paket. Harga akan berada pada suatu tempat antara satu yang terlalu rendah untuk menghasilkan keuntungan dan satu yang terlalu tinggi untuk menghasilkan permintaan. Hal ini meringkas tiga pertimbangan utama dalam menetapkan harga paket. Biaya menentukan harga pasar sedangkan harga pesaing dan harga barang pengganti merupakan titik orientasi yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menetapkan harganya. Penilaian konsumen

²³ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm.171.

terhadap ciri produk khusus dalam penawaran perusahaan membentuk harga tertinggi.

6) Memilih Harga Akhir

Metode-metode penetapan harga paket sebelumnya mempersempit cakupan harga untuk memilih harga akhir. Dalam memilih harga akhir perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor tambahan, yaitu: harga psikologis, kebijakan penetapan harga perusahaan, dan pengaruh harga terhadap pihak lain.

c. Struktur Penetapan Harga Paket

Perusahaan (travel) tidak menetapkan tunggal, mereka menetapkan beberapa struktur penetapan harga yang mencakup produk dan jenis barang yang berbeda dan yang mencerminkan variasi dalam permintaan dan biaya geografis, variasi segmen pasar, penetapan waktu pembelian, dan faktor lainnya. Beberapa strategi penyesuaian harga sebagai berikut:²⁴

1) Penetapan harga geografis

Penetapan harga geografis melibatkan perusahaan dalam memutuskan cara menetapkan harga produknya kepada pelanggan dalam lokasi-lokasi yang berbeda. Apakah perusahaan harus menetapkan harga tinggi terhadap pelanggan yang

²⁴ Yusanto dan Widjadjakusuma, "Manajemen Strategis dalam Perspektif Syariah", *Jurnal Manajemen Jakarta: Khairul Bayan*, 208, hlm.8

jauh untuk menutupi biaya pengiriman yang lebih tinggi dengan resiko hilangnya usaha mereka, atau apakah perusahaan haruskah menetapkan harga yang sama bagi semua pelanggan dimanapun mereka berada. Penetapan harga berdasarkan geografis, perusahaan harus bisa mengambil keputusan untuk menetapkan harga paket kepada konsumennya dari berbagai tempat ataupun lokasi yang berbeda-beda. Karena sering timbulnya masalah dalam hal pembayaran, maka dari itu pembeli kadang memberikan opsi dalam pembayaran, seringkali pembeli menawarkan barang lain dalam pembayaran. Hal tersebut bisa menimbulkan imbal dagang. Imbal dagang memiliki beberapa bentuk:

2) Barter

Merupakan pertukaran barang dengan barang secara langsung, dan tanpa melibatkan pihak ketiga.

3) Transaksi kompensasi

Penjual menerima sebagai persentase pembayaran yang berupa uang, sedangkan sisanya diberikan produk yang sesuai dengan harganya.

4) Persetujuan pembelian kembali

Perusahaan menjual peralatan, atau teknologi ke Negara lain dan Negara tersebut setuju menerima produk tersebut, peralatan tersebut dipasok sebagai bagian dari pembayaran.

5) Offset penjual menerima pembayarn penuh dari pelanggan atau konsumennya.

6) Potongan harga dan potongan pembelian

Kebanyakan perusahaan akan memodifikasi harga dasar mereka untuk memberihadiah kepada pelanggan atas pembayaran awal, volume pembelian, dan pembelian di luar musim. Penyesuaian harga ini disebut diskon dan potongan pembelian. Maka dapat dijelaskan sebagai berikut:²⁵

a) Diskon atau potongan kas yaitu, pengurangan harga kepada pembeli yang membayar kewajiban mereka tepat waktu. Contoh: seorang pelanggan yang mempunyai pembayaran selama 30 hari, tetapi pelanggan tersebut melunasinya selama 10 hari, maka orang tersebut akan mendapat potongan harga 2%. Diskon tersebut adalah umum dalam banyak industri dan membantu peningkatan likuiditas penjual dan mengurangi biaya pengumpulan kredit dan utang tertagih.

²⁵ Sumarwan Ujang, *Pemasaran Strategik "Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan"*, (Bogor: IPB Press, 2015), hlm.65

- b) Diskon atau potongan jumlah, yaitu pengurangan harga bagi pembeli dalam jumlah besar. Misalnya, \$10 perunit bagi yang kurang dari 100 unit, \$9 per unit bagi 100 unit atau lebih.
- c) Potongan musiman, yaitu pengurangan harga terhadap pembeli yang membeli dagangan atau jasa di luar musimnya. Diskon musiman memungkinkan untuk mempertahankan produksi yang tetap selama bertahuntahun.
- d) Diskon atau potongan pembelian
Potongan pembelian adalah jenis lain pengurangan dari harga dasar. Misalnya, potongan penjualan *trade-in* adalah pengurangan harga yang dilakukan untuk memasukkan jenis produksi lama ketika membeli yang baru. Adapun potongan *trade-in* adalah yang paling umum dalam industri mobil dan juga ditemukan dalam jenis barang tahan lama lainnya. Potongan penjualan promosi adalah pengurangan pembayaran atau harga untuk menghadiahkan penyalur atau peran sertanya dalam iklan dan program dukungan-penjualan.
- e) Penetapan Harga Promosional
Pada kondisi tertentu, perusahaan terkadang menetapkan harga produk mereka di bawah harga

resmi dan mungkin di bawah biaya. Penetapan harga promosi meliputi beberapa bentuk, yaitu: penetapan harga kepemimpinan yang rugi, penetapan harga peristiwa khusus, perjanjian jaminan dan perbaikan. Penetapan harga promosi meliputi beberapa bentuk:

1. Penetapan harga kepemimpinan yang rugi (*lose leader pricing*): disini pasar swalayan dan toko serba ada menurunkan harga merek-merek yang sudah dikenal untuk merangsang lintas penyimpanan.
2. Penetapan harga peristiwa khusus: para penjual akan membuat harga khusus pada musim tertentu untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan. Jadi, linen secara promosi diharga di bulan januari untuk menarik pelanggan yang enggan berbelanja ke toko.
3. Rabat kas: pelanggan ditawarkan rabat (potongan) kas untuk merangsang pembelian mereka atas produk periode waktu tertentu. Rabat tersebut dapat menghabiskan persediaan produsen tanpa menurunkan harga resmi mereka.

4. Pendanaan bunga rendah: selain mengurangi harga, perusahaan dapat menawarkan pendanaan bunga rendah kepada jamaah. Produsen travel & tour mengumumkan pendanaan 3% dan dalam satu kasus 0% pendanaan untuk menaiki pelanggan. Karena banyak jamaah yang mendanai pembelian tiket umrah karena jamaah berpikir pendanaan berbunga rendah sangat menarik.
5. Perjanjian jaminan dan perbaikan: perusahaan dapat meningkatkan penjualan dengan menambahkan jaminan gratis yang ditawarkan atau perjanjian dalam melayani jamaah haji.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Penetapan Harga Paket.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi dalam menetapkan harga paket yaitu:²⁶

- 1) Internal
 - a) Tujuan pemasaran

Sebelum menetapkan harga, perusahaan seharusnya menentukan strateginya atas produk tersebut. Jika perusahaan telah memilih pasar sasaran dan memosisikannya dengan baik, maka strategi bauran pemasarannya, termasuk harga, akan

²⁶ Victorinus Louli, Analisis Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Bisnis Silboga* 2018. Vol. 1, Nomer. 2, hlm.20.

berjalan dengan baik. Pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga yaitu: berorientasi pada laba, berorientasi pada volume, berorientasi pada citra, stabilisasi harga.

b) Strategi bauran pemasaran

Harga adalah salah satu alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Kebutuhan konsumen merupakan titik awal pemasaran. Tanpa memahami kebutuhan konsumen, manajer akan sulit menentukan produk dan pelayanan yang paling memuaskan. Kebutuhan setiap orang dapat bervariasi tergantung dari perkembangan yang terjadi.

c) Biaya

Biaya menjadi dasar bagi harga yang dapat ditetapkan perusahaan terhadap produknya. Perusahaan ingin menetapkan harga yang dapat menutupi semua biaya untuk produksi, distribusi, dan penjualan produk, dan memberikan laba yang wajar bagi usaha dan resikonya. Biaya adalah nilai kas atau setara kas yang dikeluarkan (dibebankan) untuk mendapatkan barang atau jasa, yang diterapkan dapat memberikan manfaat bagi organisasi pada saat ini maupun di masa yang akan datang.

2) Eksternal

a) Pasar dan permintaan

Permintaan dan penawaran menentukan harga pasar. Permintaan timbul dari keinginan. Hal itu menunjukkan bahwa keinginan dan permintaan itu merupakan hal yang berbeda satu dengan yang lainnya.

b) Biaya, harga, dan penawaran pesaing

Faktor eksternal lainnya yang mempengaruhi keputusan penetapan harga perusahaan adalah biaya dan harga pesaing serta kemungkinan reaksi pesaing atas tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Seorang jamaah yang cenderung membeli tiket umrah diPT.A akan mengevaluasi harga tiket dengan dibandingkan dengan harga tiket diPT.B.

3) *Marketing Mix*

Marketing mix dapat didefinisikan sebagai suatu strategi pemasaran yang menggabungkan beberapa elemen di dalamnya secara terpadu demi mencapai sebuah tujuan marketing pasar yang telah ditargetkan. Menurut para ahli Buchari Alma, menafsirkan marketing mix merupakan suatu bentuk strategi dalam mengombinasikan berbagai macam kegiatan marketing agar tercipta sebuah kombinasi maksimal sehingga akan

muncul hasil yang paling memuaskan. Marketing mix atau yang dalam bahasa Indonesia dikenal dengan 'Bauran Pemasaran' menjadi fondasi modal dasar suatu bisnis. Istilah ini dikenalkan pertama kali oleh seorang profesor *marketing* Harvard pada 1948 Neil Borden yang terinspirasi dari jurnal koleganya Prof. James Culliton, perkembangan konsep marketing mix yang paling banyak dikenal adalah marketing mix 7P yang mana konsep ini berisi empat elemen 4P ditambah tiga elemen baru, yaitu *physical evidence*, *people*, dan *process*. konsep yang terdapat didalam *Marketing Mix* yaitu :

a) *Place* (Tempat)

Tempat dalam marketing mix pada dasarnya adalah suatu bentuk saluran distribusi yang mengacu pada lokasi di mana produk tersedia dan dapat dijual dan dibeli.

b) *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang memiliki nilai fungsional dan dapat digunakan oleh pelanggan untuk mencapai sesuatu.

4. Ruang Lingkup Tour and Travel (Biro Perjalanan)

Adapun kegiatan usaha biro perjalanan (*travel agency*), antaranya sebagai berikut:

- a. Membuat, menjual dan meyelenggarakan paket wisata.

- b. Mengurus dan melayani kebutuhan jasa angkutan bagi perseorangan dan atau kelompok orang yang diurus.
- c. Melayani pemesanan akomodasi, restaurant dan sarana wisata lainnya.
- d. Mengurus dokumen perjalanan.
- e. Menyelenggarakan pemanduan perjalanan wisata.

Dalam QS. al-Baqarah/2: 197 menjelaskan tentang :

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

Artinya: “(Musim) haji itu (pada) bulan-bulan yang telah dimaklumi. Barang siapa mengerjakan (ibadah) haji dalam (bulan-bulan) itu, maka janganlah dia berkata jorok (rafats), berbuat maksiat dan bertengkar dalam (melakukan ibadah) haji. Segala yang baik yang kamu kerjakan, Allah mengetahuinya. Bawalah bekal, karena sesungguhnya sebaik-baik bekal adalah takwa dan bertakwalah kepadaku wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat”.

Munculnya biro perjalanan memiliki beberapa peran, yaitu:

1. Pengurusan dokumen perjalanan.
2. *Ticketing* (penjualan tiket pesawat domestik dan internasional).

3. *Hotel Reservation* (dalam dan luar negeri).
4. Agen perjalanan kapal pesiar, *charter flight*, kapal laut dan kereta api.
5. Paket wisata untuk dalam dan luar negeri.
6. *Escort services* (jasa mengiringi).
7. Jemput dan antar tamu dari dan ke bandara.
8. Pelayanan Umrah, Ibadah Haji dan perjalanan rohani lainnya.²⁷

Sedangkan fungsi biro perjalanan haji dan umrah yaitu sebagai berikut :

1) Fungsi umum

Dalam hal ini biro perjalanan wisata merupakan suatu badan usaha yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

2) Fungsi khusus

Dalam hal ini fungsi khusus biro perjalanan, meliputi sebagai berikut:

- a) Biro Perjalanan Wisata sebagai perantara. Dalam kegiatannya ia bertindak atas nama perusahaan lain dan menjual jasa-jasa perusahaan yang diwakilinya. Karena itu ia bertindak di antara wisatawan dan industri wisata.

²⁷ A. Yoeti, *Tours and Travel Marketing*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2003), hlm.27

- b) Biro Perjalanan Wisata sebagai badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan tour dengan tanggung jawab dan resikonya sendiri.
- c) Biro Perjalanan Wisata sebagai pengorganisasi yaitu dalam menggiatkan usaha, biro perjalanan aktif menjalin kerjasama dengan perusahaan lain baik dalam dan luar negeri. Fasilitas yang dimiliki dimanfaatkan sebagai dagangannya.²⁸

Adapun dasar hukum Tour and Travel Usaha Biro Perjalanan Wisata juga diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata.
- 2) Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.105/PW.304/MPPT-91 tentang Usaha Jasa Pariwisata.
- 3) Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.10/HK/PM.102/MPPT-93 tentang Ketentuan Usaha Jasa Biro Perjalanan Wisata dan Agen Wisata.
- 4) Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.85/HK.501/MKP/2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Perjalanan Wisata.

²⁸ A. Yoeti, *Tours and Travel Marketing*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2003), hlm.77

5) Peraturan perundang-undangan kementerian agama republik Indonesia no 34 tahun 2009 tentang penetapan peraturan pemerintah pengganti undang-undang no 2 tahun 2009 tentang perubahan atas undang-undang no 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umrah.²⁹

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa peningkatan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan terhadap jamaah Haji dan umrah terus diupayakan melalui penyempurnaan system, penetapan harga paket dan manajemen penyelenggaraan ibadah haji dan umrah karena srategi inilah yang mengintegrasikan elemen - elemen terpenting penyelenggaraan haji,yakni pendaftaran haji, dokumen haji dan keuangan haji. Dengan adanya peningkatan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah memudahkan calon jama'ah dalam memperoleh pelayanan dan kecepatan informasi sehingga calon jamaah haji lebih siap dan mandiri dalam menunaikan ibadah haji sesuai dengan tuntunan agama.

²⁹ <https://haji.kemenag.go.id> (diakses 10 November 2022)

B. Kerangka Konseptual



Dari kerangka konseptual diatas maka dapat dijelaskan bahwa Kantor Kementerian Agama Kota Bengkulu merupakan induk organisas yang didalamnya terdapat Seksi Penyelenggaraan Haji dan Umrah. PT AQM Tour and Travel merupakan suatu perusahaan yang menawarkan jasa dalam bidang pelayanan haji dan umrah. Sedangkan strategi penetapan harga dalam pelayanan dibidang haji dan umrah merupakan salah satu tujuan yang ingin dicapai oleh PT AQM Tour And Travel secara khusus dan Kementrian Agama Kabupaten Kota secara umum.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah dan Profil PT. Anugerah Quba Mandiri Tour & Travel

PT. Anugerah Quba Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang tour dan travel, Pertama kali didirikan di Samarinda tanggal 17 Juni 2011 yang kemudian berkembang pesat dan hadir di kota Bengkulu yang di resmikan pada tanggal 19 Januari 2013, yang pada awalnya nama perusahaan ini adalah PT Qubah Dan kemudian berganti nama PT. AQM Tour And Travel atau (AQM) dengan tujuan memberikan kemudahan dan pelayanan istimewa kepada para jama'ah untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah, serta memberikan pelayanan pelanggan untuk paket pariwisata domestik dan internasional dan menjadi satu-satunya perusahaan resmi yang bergerak dalam bidang pemberangkatan haji plus dan umrah di kota Bengkulu, sehingga memiliki peluang yang sangat besar untuk maju dan berkembang.

PT Anugerah Quba Mandiri beralamat di Jl. S. Parman No. 17 K. Tanah Patah. Kota Bengkulu. Perusahaan ini resmi berdiri pada tanggal 19 Januari 2013 oleh H. Bambang Sarumi dan berkembang pesat hingga sampai sekarang ini. Perusahaan ini dibangun dengan motivasi membangun dua

kebaikan, yakni dunia dan akhirat. Adapun tujuannya yakni memberikan kemudahan dan pelayanan istimewa kepada para jamaah, untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah, serta memberikan pelayanan pelanggan untuk paket pariwisata domestik dan internasional dan menjadi satu-satunya perusahaan resmi yang bergerak dalam bidang haji plus dan umrah dan berkantor pusat di kota Bengkulu, sehingga memiliki peluang yang sangat besar untuk maju dan berkembang, dan telah mendapatkan izin kemenag RI dengan NO.SK 848 2016.71 Tujuan didirikannya PT Anugerah Qubah Mandiri adalah:

1. Mengelola usaha penyelenggaraan perjalanan ibadah yang berdimensi dua kebaikan.
2. Menjadi salah satu sumber pendapatan yang halal dan thayyibah.
3. Menjadi pintu masuk untuk mengembangkan berbagai usaha lain yang berkaitan.

B. Visi dan Misi

1) Visi

- a) Memberangkatkan umat Islam sebanyak-banyaknya ke tanah suci dengan berbagai kemudahan serta aman dan amanah.
- b) Memberikan pelayanan yang maksimal kepada seluruh jamaah dari proses pendaftaran hingga keberangkatan dan kepulangan.

2) Misi

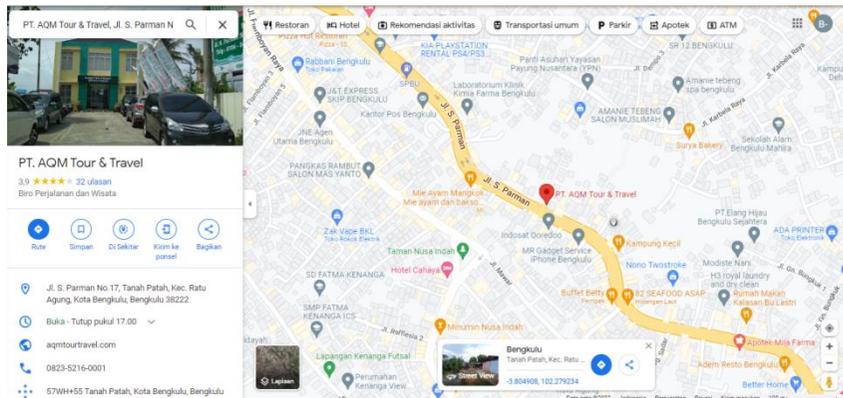
- a) Membangun sistem informasi pendaftaran yang cepat, akurat dan kuantitatif.
- b) Memberikan informasi kemudahan keberangkatan dan sistem keberangkatan yang aman, nyaman, amanah, dan terpercaya
- c) Membantu proses penyelesaian administrasi yang tepat dan cepat.
- d) Memberikan edukasi kepada seluruh jamaah melalui petugas/tim syiar yang telah terlatih mengenai travel berizin, fasilitas/akomodasi, harga serta indikasi-indikasi mengenai travel bermasalah.
- e) Bekerjasama dengan berbagai pihak/mitra pembiayaan untuk terciptanya kemudahan pendaftaran dan keberangkatan jamaah yang kekurangan biaya umrah.³⁰

C. Letak Geografis PT. Anugerah Quba Mandiri Tour & Travel

Berikut letak geografis AQM Tour & Travel Kota Bengkulu:³¹

³⁰ Profil dari AQM Tour & Travel Kota Bengkulu, 20 Desember 2022

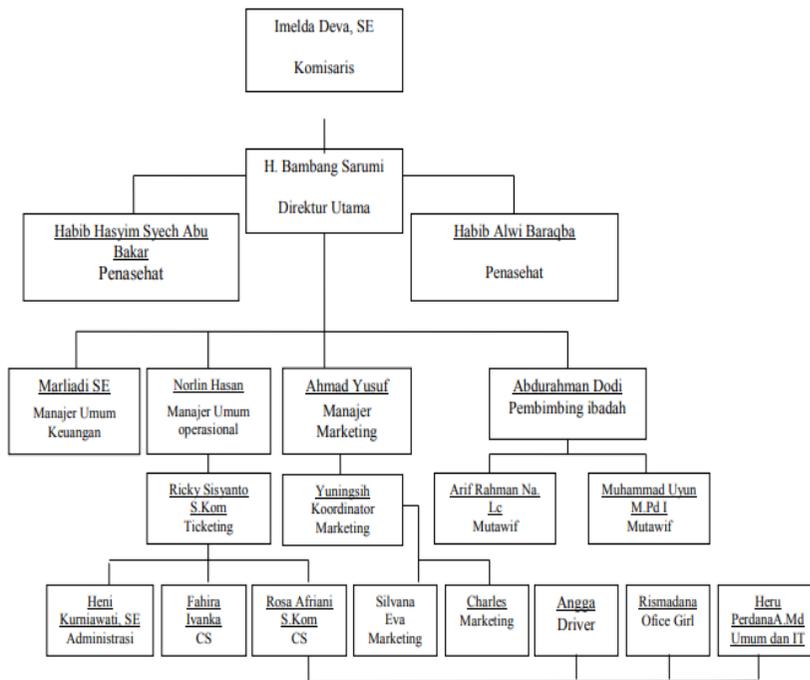
³¹<https://www.google.com/maps/place/PT.AQM+Tour+Travel.Bengkulu>, 20 Desember 2022



D. Struktur Organisasi PT. Anugerah Quba Mandiri Tour & Travel

Dalam perusahaan sangat membutuhkan struktur organisasi untuk kelancaran kegiatan – kegiatan perusahaan itu sendiri. Struktur dirancang untuk mengalokasikan dan mengkoordinasi dari semua kegiatan sesuai dengan posisi dan tugas masing – masing dalam organisasi atau lembaga. Adapun struktur organisasi AQM tour & travel adalah sebagai berikut:

STRUKTUR ORGANISASI PT. AQM TAOUR & TRAVEL TAHUN 2022



Secara terperinci tugas-tugas atau fungsi-fungsi dari struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:³²

1. Penanggung Jawab

Berfungsi sebagai penanggung jawab atas proyek atau instansi yang memiliki proyek atau pekerjaan akan tetapi proyek atau pekerjaan tersebut diberikannya kepada pihak

³²Wawancara dengan direktur AQM tour & travel (Bengkulu, 11 November 2022)

lain yang mampu melaksanakannya sesuai perjanjian kontrak kerja untuk merealisasikan proyek.

2. Direktur

Berfungsi sebagai pengawas dan penasihat di perusahaan, serta membantu perusahaan dalam mengelola dan pengawasan terhadap kinerja karyawan.

3. Divisi Haji & Umroh

Berfungsi dalam mengatur dan mengelola jamaah yang ingin berangkat haji dan umroh mulai dari pemberangkatan sampai pemulangan.

4. Divisi Tour

Berfungsi dalam mengatur dan mengelola para konsumen yang ingin melakukan perjalanan wisata maupun ziarah dan sebagainya yang berhubungan dengan wisata umum.

5. Admin & Tiketing

Berfungsi dalam mengatur dan mengelola konsumen yang ingin memesan pembelian tiket pesawat dan juga bertanggung jawab atas pembuatan paspor bagi para konsumen atau pun jamaah.

6. Accounting (Keuangan)

Berfungsi sebagai pengelola uang dalam perusahaan, dari pengurusan uang tersebut masuk sampai uang tersebut keluar untuk perusahaan.

7. Supporting Staf

Berfungsi membantu segala kegiatan administrasi dan mendukung operasional untuk sebuah divisi tertentu, diantaranya membuat surat (memo masuk dan memo keluar).

E. Prinsip kerja

PT. AQM memegang teguh prinsip kerja : Amanah, Praktis, Obyektif, Terbuka dan Kekeluargaan.

F. Sarana dan Prasarana

1. Perkantoran

a. Kantor Pusat

PT Anugerah Quba Mandiri berkantor pusat di Jl. S.Parman No. 17K Tanah Patah Kota Bengkulu.³³ Kantor pusat ini digunakan sebagai tempat manasik bagi calon jamaah umrah sebelum pemberangkatan ibadah umrah ke tanah suci dan tempat pelayanan pengurusan berkas-berkas calon jamaah, seperti pendaftaran, perlengkapan berkas calon jamaah, persiapan keberangkatan jamaah dan pelayan-pelayanan yang lainnya.

b. Kantor Mubarakah Jaya Mulia (MJM)

Kantor marketing ini digunakan sebagai kantor tim syiar dan tempat untuk melaksanakan rapat, evaluasi ataupun pelayanan informasi terhadap calon jamaah umrah.

³³Wawancara dengan direktur AQM tour & travel (Bengkulu, 11 November 2022)

Selain itu kantor ini juga digunakan sebagai gudang penyimpanan perlengkapan calon jamaah umrah, seperti ; koper, mukenah, kain ihram, tas passport, tas sandal dan barang-barang yang lainnya.

c. Mobil Dinas Pegawai

Mobil dinas pegawai AQM terdiri dari 3 buah mobil yakni: Sigra, Terios dan Xenia. Mobil dinas pegawai ini digunakan untuk membawa tim marketing melaksanakan syiar, kegiatan sosial, mengantar jamaah ke Bandara, menjemput jamaah ke Bandara, mengantar jamaah vaksin, pembuatan passport atau biometrik dan keperluan lainnya.

2. Sarana dan Prasarana Pegawai

Sarana dan prasarana pegawai terdiri dari komputer sebanyak enam buah yang digunakan untuk penginputan data, pemesanan tiket hotel dan pesawat, pendaftaran pembuatan pasport, pendaftaran vaksin biometrik dan keperluan lainnya. Adapun prasarna yang lainnya yakni tempat kerja yang nyaman, Televisi, pendingin ruangan, sofa, tempat rapat, dapur dan lainnya. Adapun daftar pegawai PT Anugerah Quba Mandiri adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Daftar Nama Pegawai³⁴

No	Nama Pegawai	Jenis Kelamin	Pendidikan	Jabatan
1.	H. Bambang Sarumi	L	SMK	Direktur Utama
2.	Imelda Deva, SE	P	Strata 1	Komisaris Perusahaan
3.	Habib Alwi Baraqba	L	Strata 1	Penasehat
4.	Habib Hasyim Syech Abu Bakar	L	Strata 1	Penasehat
5.	Abdurrahman Dody	L	SMA	Pembimbing Ibadah
6.	Ahmad Yusuf	L	SMA	Manager Marketing
7.	Norlin Hasan	P	SMA	Manager Umum
8.	Marliadi, SE	L	Strata 1	Manager Keuangan
9.	Muhammad Uyun M.Pd I	L	Strata 2	Muthawif
10.	Arif Rahman Na. Lc	L	Strata 1	Muthawif
11.	Ricky Sisyanto S.Kom	L	Strata 1	Supervisor Ticketing Umum
12.	Heni Kurniawati, SE	P	Strata 1	Staff Administrasi
13.	Fahira Ivanka	P	SMK	Costumer Service
14.	Rosa Afriani, S.Kom	P	Strata 1	Costumer Service
15.	Yuningsih	P	SMA	Koordinator Marketing
16.	Silvana Eva	P	SMA	Marketing
17.	Charles	L	SMA	Marketing
18.	Heru Perdana Putra, A.Md	L	Diploma 3	Staff Umum / IT
19.	Angga	L	SMA	Staff Driver
20.	Rismadana	P	SMA	Office Girl

G. Produk-Produk yang di Tawarkan AQM Tour and Travel

Dalam melaksanakan kegiatannya AQM tour dan travel mempunyai beberapa produk jasa yang ditawarkan kepada konsumen:

1. Online Tiket pesawat

Sebagai perusahaan jasa perjalanan AQM Tour & Travel juga menyediakan penjualan tiket pesawat online.

³⁴ Profil perusahaan dan informasi PT AQM Tour and Travel. Hasil dokumentasi penulis tanggal 2 November 2022

2. Paket Wisata Paket wisata di AQM Tour & Travel ada dua macam yang pertama yaitu paket wisata religi, seperti berziarah ke makam wali songo, atau ke tempat-tempat bersejarah Islam. Dan yang ke dua yaitu paket wisata umum, adalah perjalanan wisata ke tempat rekreasi baik itu wisata alam atau ke tempat menarik lainnya.

3. Study Tour, KKL, Kunjungan kerja

Untuk perjalanan wisata study tour, KKL, dan kunjungan kerja yang mempunyai tujuan wisata ke tempat yang bersifat edukatif yang bukan hanya bertujuan untuk berwisata saja namun juga untuk menambah wawasan dan pengalaman. AQM Tour & Travel sudah mempunyai banyak link untuk kunjungan wisata yang bersifat edukatif ini.

4. Reservasi hotel Reservasi hotel adalah pemesanan kamar hotel sebelum sampai di hotel, hal ini untuk membantu wisatawan dalam memperoleh hotel. Jasa reservasi hotel ini juga di sediakan oleh Sultan Agung Tour & Travel yang mempunyai banyak link hotel baik di dalam maupun luar kota.

5. Pengiriman paket (Barang & Dokumen)

Jasa pengiriman paket ini AQM Tour & Travel bekerja sama dengan pos Indonesia. Jika ingin mengirim suatu barang sebaiknya alamat ditulis lengkap beserta kode posnya. Untuk pengiriman suatu barang yang besar/kecil

harus ditimbang terlebih dahulu, isi kirimannya apa, harga barang yang dikirim berapa, layanan kiriman mau yang paket express atau paket kilat khusus, jika barangnya besar perlu ditimbang dulu, kalau kurang mantap bisa diukur panjang dikali lebar dikali tinggi dibagi dengan 6000 maka akan ketemu volumenya, apabila lebih besar volumenya maka yang dicantumkan volumenya.

6. Pembayaran rekening Listrik, PAM dan Telkom

Pospay melayani suatu pembayaran apa saja. Seperti: listrik, telepon, PDAM, multifinance, bank channeling, ticketing, pajak, tv kabel, asuransi, deposit, layanan pos. Untuk layanan pos harus diperhatikan secara teliti agar tidak terjadi kesalahan dalam pengiriman.

7. Persewaan Mobil dan Bus

AQM Tour & Travel juga melayani jasa rental mobil, dengan harga sesuai dengan jenis mobil dan lama waktu penyewaannya termasuk menggunakan jasa driver atau tidak. Berikut adalah ketentuan harganya:

- a. Avanza/xenia (L new) Harian Rp.250.000,- Bulanan Rp.5.000.000,-
- b. Kijang inova Harian Rp.350.000,- Bulanan Rp.8.000.000,-
- c. Isuzu Elf Harian Rp.1.000.000,-

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Implementasi Strategi Penetapan Harga Paket Haji dan Umrah diPT. AQM Tour & Travel

Pada tahun 2022 AQM Tour & Travel mempunyai beberapa strategi dalam menetapkan harga paket haji dan umrah untuk ditawarkan ke konsumen seperti:

a. Program Umroh Regular

Program umroh reguler yaitu kegiatan umroh yang dilakukan dengan tujuan (Bengkulu – Jakarta - Jeddah), dan ada juga dengan paket umroh VIP*5, ada pun pelaksanaannya dilakukan 9 hari dengan biaya sebagai berikut:

Tabel 4.1 Harga Paket Perjalanan Haji dan Umrah AQM
Tour & Travel 2022

No.	Paket	Hotel	Pesawat	Harga
1.	Hemat 9 hari	Madinah: Concord Dar Al Khair/ Dal Al Eiman Manar Mekkah: Al Massa	Lion Airline	30,35 Juta
2.	Standar 9 hari	Madinah: Concord Dar Al Khair/ Dal Al Eiman Manar Mekkah: Anjum Hotel	Lion Airline	33,6 Juta
3.	VIP 9 hari	Madinah: Movenpick Madinah/ Hilton/ Mercure Mekah: Swiss Al Maqam	Lion Airline	38,35 Juta
4.	Plus Turkey 14 hari		Saudi/ Lion Airline	43 Juta

Dari harga-harga yang tercantumkan di atas belum termasuk *handling* perlengkapan Rp. 1.000.000, paspor dan suntik meningitis, surat mahrom bagi wanita usia 45 tahun ke bawah yang berangkat sendiri, dan perlu dicermati bahwa harga sewaktu-waktu dapat berubah. Sedangkan harga paket promo haji dan umrah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2 Harga Paket Promo Haji dan Umrah AQM Tour & Travel Kota Bengkulu 2022

No	Harga	Hotel	Pesawat	KEBERAN GKAT AN
1.	26,5 Juta	Makkah: Fajr al-Bady/ Setaraf Madinah: Mubarak/ Golden Saleha/Setaraf	NonGaruda Indonesia	Januari s/d Maret 2022 (Setiap hari Senin, Rabu, Kamis, & Minggu)
2.	28,4 Juta	Makkah: Reyadah*3/Setaraf Madinah: Ansar Al Masi*4/ Setaraf	Garuda Indonesia	27 Januari, 24 Februari, dan 30 aret 2022

Dari harga-harga yang tercantumkan di atas belum termasuk *handling* perlengkapan Rp. 1.000.000, paspor dan suntik meningitis, surat mahrom bagi wanita usia 45 tahun ke bawah yang berangkat sendiri, dan perlu dicermati bahwa harga sewaktu-waktu dapat berubah.

b. Program Umroh Ramadhan

Yaitu kegiatan ibadah umroh yang dilakukan ketika bulan Ramadhan. Biasanya dibulan Ramadhan banyak orang yang melaksanakan ibadah umroh. Berikut adalah

jadwal keberangkatan dan harga umroh AQM Tour dan travel. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Harga Program Paket Perjalanan Umrah dan Haji Ramadhan 2022

No.	Paket	Hotel	Pesawat	Harga (USD)
1.	Liburan (9 hari)	Madinah: Al Majeedi/setaraf Mekkah: Dar Al Eiman Al Zahabi/setaraf	Lion Airline	2.300
2.	Awal ramadhan (10 hari)	Madinah: New Anshar medinah/setaraf Mekkah: Grand Al-Hijra/setaraf	Lion Airline	2.400
3.	Akhir ramadhan (15 hari)	Madinah: Washeel al-Faraj/setaraf Mekkah: Diyafat AlMukhtamirin/setaraf	Citilink	3.500
4.	Full ramadhan	Madinah: Washeel al-Faraj/setaraf Mekkah: Diyafat AlMukhtamiri	Saudi/Lion Airline	4.500

Dari harga-harga diatas belum termasuk handling, perlengkapan dan lain – lain Rp. 1.000.000, pengurusan paspor , suntik meningitis, biaya pengeluaran pribadi (Telepon, laundry, kelebihan bagasi, tip, dll), pengurusan surat mahrom Rp. 350.000 bagi wanita yang berumur kurang dari 45 tahun yang tidak didampingi mahromnya. Untuk syarat pembuatan paspor adalah menyerahkan KTP Asli, KK Asli, Buku Nikah / Ijazah Asli. Sedangkan untuk syarat suntik meningitis menyerahkan FC KTP (1 lembar), FC Paspor (1 lembar), Foto Warna UK. 4 x 6 (1 lembar).

Biaya sudah termasuk tiket pesawat udara kelas ekonomi (Bengkulu – Jakarta – Jeddah / Madinah) PP akomodasi (hotel sesuai paket).

Adapun pembatalan haji dan umrah dikenakan potongan sebagai berikut:

- a) Terhitung 30 hari sebelum keberangkatan dikenakan biaya 25% dari harga paket.
- b) Terhitung 15 hari sebelum keberangkatan dikenakan biaya 50% dari harga paket.
- c) Terhitung 7 hari sebelum keberangkatan dikenakan biaya 75% dari harga paket

B. Manajemen Strategi Dalam Penetapan Harga Umrah di PT. AQM Tour Travel

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan. Penelitian mengali informasi dari informan Yuningsih Selaku Koordinator Marketing AQM tour & travel Kota Bengkulu.

“Strategi apa yang digunakan AQM tour & travel ada beberapa strategi tapi disini AQM tour & travel menggunakan strategi yang standar yang sederhana yaitu itu total biaya yang dikeluarkan dalam komponen-komponen biaya itu kemudian keuntungan kemudian itu sudah menjadi ditambah lagi biaya promosi jadi pertama saya ulangi, total biaya yang dikeluarkan ditambah margin keuntungan ditambah biaya promosi”.

Selanjutnya Yuningsih juga mengatakan bahwa penetapan harga paket haji dan umrah telah ditetapkan.

“Direktur langsung, kalau saya cuman yang memesan tiket hotel, pesawat, handling dan makan. Untuk kemenag Bengkulu ini hanya mewakili kabupaten atau kota. Di kemenag ini tidak mengetahui secara detail terkait harga umrah, karena itu bukan ranahnya...namun kemenag hanya membuat surat rekom calon jamaah umroh dan rekom ini dikhususkan bagi pegawai swata atau non pns untuk menghindari adanya para TKI yang ilegal”.³⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak H. Bambang Sarumi selaku direktur, ia mengatakan bahwa:

“Jadi standarisasi pengurusan paspor..kesehatan itu tidak ditetapkan didalam harga minimum 30,35 juta ...kita lebih menekankan ke jarak hotel 9 hari. Apa harga 30,35 juta itu pengkalkusilannya dihitung dari Jakarta? Ya enggak lah kak itu nasional. Dan kita gak ngatur standar makan seperti apa, cuman cukup makan 3 kali sehari. kalo peraturannya terlalu detail itu bukan aturan biarkan pihak travel berkreasi..hotel juga tidak harus bintang 4.5 tapi sesuai dengan jaraknya”.³⁶

Adapun komponen-komponen dalam penetapan harga paket umrah dapat dilihat dari hasil wawancara yang peneliti

³⁵ Yuningsih selaku koordinasi marketing, wawancara pada tanggal 9 November 2022.

³⁶ H. Bambang Sarumi, Direktur AQM tour & travel, awancara pada tanggal 9 November 2022.

lakukan. Penelitian mengali informasi dari informan Yuningsih Selaku Koordinator Marketing AQM tour & travel Kota Bengkulu.

“Tiket, hotel, visa, asuransi, manasik, terus konsumsi, perlengkapan, air zam-zam,terussss akomodasi disana. ya komponen harga pada umrah ini yang pertama adalah tiket pesawat yang kedua, adalah visa umrah yang ketiga, adalah harga hotel, keempat adalah harga transportasi darat ini menyangkut penyewaan bis selama perjalanan umrah.. kemudian yang kelima adalah biaya handling. Ini termasuk mulai biaya handling domestik juanda handling Saudi termasuk di dalamnya tour guaid dan tour leadher dan biaya lain-lain ini termasuk biaya service termasuk adalah biaya perlengkapan, didalamnya yaitu termasuk koper tas biaya perlengkapan ibadah ini termasuk biaya manasik umrah apakah termasuk ada ruang tunggu vip atau termasuk biaya makan ketika pesawat delay. Itu adalah biaya –biaya tak terduga atau biaya pokok produksi atau hpp dan kemudian baru dihitung marginnya”³⁷.

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak H.bambang selaku direktur AQM tour & travel, ia mengatakan bahwa:³⁸

“Begini kakak..kalau dibidang umrah harganya itu bervariasi, kalau 30,35 juta itu ok bisa masuk tapi dengan

³⁷ Yuningsih selaku koordinasi marketing, wawancara pada tanggal 9 November 2022

³⁸ H. Bambang Sarumi, Direktur AQM tour & travel, awancara pada tanggal 9 November 2022.

durasi maksimalnya 9 hari, dan biasanya pesawatnya itu ada yang direct dan ada yang gak itu maskapainya lion..dan harga dibawah 30,35 juta itu juga bisa kak.. harga 30,35 juta itu sudah includ cuman kepentingan pribadi, seperti beli kartu,itu bayar sendiri, atau untuk laundry. penerbitan paspor itu biayanya cuman Rp.350 ribu sama suntik meningitis cuman Rp.350 ribu, terus yang didapatkan jamaah ada tas koper sama...untuk kabin sama tas slempang..bahasa umumnya tas paspor..terus mendapatkan pakaian ihrom, sabuk ihrom, buku panduan dan buku doa..terus kalau perempuan mukenah, jilbab, buku panduan dan buku doa dan kain...seragam..berupa kain.. kenapa kain, karena ukuran setiap orang beda-beda klo kain terserah mau di model apa, terus yang disana apa yang diperoleh jamaah adalah ya semua akomodasi hotel di makkah maupun di madinah semuanya sudah includ itu”.

Berdasarkan dari beberapa jawaban narasumber, peneliti merangkum sebagaimana yang diungkapkan narasumber, bahwa biaya komponen-komponen pada umroh meliputi pesawat, hotel, makan, transport darat selama di Saudi, paspor, visa, handling, vaksin, biaya manasik, biaya mutawif, peralatan umroh yang mencakup tas paspor, koper, mukena, kain ihram, dan kain seragam.

Sedangkan strategi dalam penetapan harga paket haji dan umrah di AQM Tour & Travel ialah:³⁹

- 1) Menghitung biaya yang dikeluarkan dan menjumlahkannya.
- 2) Melihat harga pesaing sebagai pertimbangan harga.
- 3) Memperkirakan kenaikan harga di pasaran baik di dalam negeri atau luar negeri.
- 4) Menjumlahkan laba perusahaan.
- 5) Menghitung seluruh komponen tersebut untuk mendapatkan harga jual.

Untuk lebih meyakinkan lagi peneliti melakukan wawancara dengan ibu Yuningsih selaku koordinasi marketing mengatakan:

“Harga paket umrah sudah direalisasikan atau diperhitungkan secara matang oleh pimpinan dan direktur”.⁴⁰

Hal ini juga dijelaskan oleh bapak H. Bambang selaku direktur bahwa kisaran laba di AQM tour & travel yaitu:

“Ya, memang tidak bisa di ambil rata-rata, tapi antara 5 sampai 10 persen karena ada kadang-kadang kemungkinan dalam strategi pasar tertentu kita tidak mengambil untung sama sekali karena ada biaya untuk promosi tapi klo standar normalnya biasanya 5 sampai 10 persen. apalagi kalau harga yang paling hemat atau ekonomis atau yang paling murah kita

³⁹ Hasil wawancara dengan Bambang Sarumi Selaku Pimpinan PT AQM Tour and Travel, 10 November 2022

⁴⁰ Yuningsih selaku koordinasi marketing, wawancara pada tanggal 10 November 2022

enggak mungkin bisa mengambil keuntungan banyak untuk itu kita bisa cuman 3-5 persen, tapi kalau vip bisa kita ambil 5 sampai 10 persen”.⁴¹

Jadi, AQM Tour & Travel tidak bisa mengambil secara pasti akan suatu keuntungan perusahaan, namun kisarannya dapat diperkirakan antara 5 sampai 10 persen untuk paket standar dan vip. Dalam paket hemat, AQM Tour & Travel hanya bisa mengambil keuntungan sekitar 3 sampai 5 persen saja.

C. Hasil Penelitian

Berikut menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumen, dan data-data pendukung dari berbagai web:

1. Implementasi startegi dalam menetapkan harga haji dan umrah di AQM tour & travel

Dalam hal ini, pemerintah telah menetapkan biaya standar harga minimum umrah kurang lebih 28 juta tergantung fasilitas dan ketentuan penyediaan jasa dan biasanya biaya tersebut belum termasuk biaya karantina atau PCR. Pengertian biaya standar ini, cocok dengan tujuan adanya kebijakan standar harga minimum umrah. Sebelum pemerintah memutuskan sebuah kebijakan tentang suatu batas minum harga, pemerintah harus telah menganalisis biaya-biaya yang menjadi sumber komponen. Biaya standar

⁴¹Hasil wawancara dengan Bambang Sarumi Selaku Pimpinan PT AQM Tour and Travel, 10 November 2022

ini merupakan biaya - biaya yang dianggarkan dapat memenuhi suatu berjalannya sebuah produksi, yaitu perjalanan ibadah umrah.

Menurut Mulyadi, harga yang dipakai harga standar dapat berupa:⁴²

- a) Harga yang dianggap akan berlaku di masa yang akan datang.
- b) Harga yang terjadi pada saat penyusunan standar.
- c) Harga yang dianggap merupakan harga normal dalam jangka panjang.

Dalam hal ini, peneliti sependapat dengan Mulyadi, bahwa biaya standar perlu sering untuk di evaluasi. Hal ini dikarenakan biaya standar yang telah ditetapkan masih memiliki peluang ketidak akuratan. Jika penetapan biaya standar tidak dievaluasi secara berkala, maka kebijakan penetapan untuk standar biaya minimum umrah ini akan tidak berfungsi lagi sebagaimana tujuan dari penetapan standar harga minimum umroh. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengadakan evaluasi secara berkala terkait biaya standar harga minimum umrah, sehingga harga dapat diperbarui sesuai dengan biaya yang ada di pasaran. Menurut peneliti, penetapan harga minimum umroh ini kurang efektif, karena sebagaimana penjelasan tentang biaya standar, bahwa keadaan ekonomi cenderung berubah setiap waktu, seperti

⁴² Ibid, Mulyadi.89

inflasi deflasi. Dalam hal ini, komponen-komponen biaya umrah juga cenderung menggunakan harga luar negeri. Dengan demikian, peneliti merasa jika lebih baik kebijakan akan harga minimum umrah menggunakan standar harga pada penjualan tiket pesawat, yaitu ada tipe *full service*, *Low Cost carrier (LCC)*, dan *medium*. Dengan demikian, para calon jamaah umrah akan dengan mudah menentukan sesuai dengan finansial yang dimiliki, serta kualitas pelayanan yang ingin didapatkan. Selain itu, pemerintah perlu lebih intens lagi dalam mengawasi para pemilik biro perjalanan umrah.

Dalam Islam, ada beberapa ulama yang tidak menyetujui adanya penetapan harga umrah yang dipraktekkan pemerintah. Namun dalam beberapa hal, seperti karena adanya monopoli pasar dan kecurangan yang merugikan rakyat, maka pemerintah diperbolehkan dalam membuat sebuah kebijakan dalam menetapkan harga adil. Dalam hal ini, saya sependapat dengan yang dikatakan oleh Ibnu Taimiyah, bahwa penetapan harga perlu dilakukan jika memang itu baik untuk kemaslahatan umum. Hal ini sesuai dengan kebijakan pemerintah tentang harga minimum umroh yang memberikan perlindungan kepada para calon jamaah umroh, sehingga tidak tertipu oleh sebuah biro perjalanan umroh. Maraknya penipuan-penipuan bermodus biro perjalanan ibadah umroh membuat pemerintah gerah, sehingga dibuatlah kebijakan tentang standar harga minimum umroh

atau yang biasa disebut dengan biaya referensi umroh. Dalam pembuatan sebuah kebijakan, diperlukan adanya pertimbangan yang matang, sehingga tidak mengakibatkan hal-hal yang tidak diinginkan. Dengan hal ini, pemerintah perlu mengadakan musyawarah dengan pihak-pihak terkait perjalanan ibadah umrah, seperti para pemilik biro perjalanan umrah dan masyarakat umum. Hal demikian, supaya tidak adanya kesalahpahaman antara kedua belah pihak dalam mengambil sebuah keputusan, sehingga mendapatkan harga yang adil bagi seluruh orang yang berkepentingan.

2. Manajemen Strategi Penetapan Harga Paket Umrah di AQM Tour & Travel.

Harga yang ditetapkan oleh AQM tour dan travel harus dapat memberikan pengaruh yang baik bagi pertumbuhan pasar. Selain itu juga sedapat mungkin mencegah timbulnya pesaing sengit. Dalam hal ini, adapun perhitungan harga haji & umrah yang ditetapkan oleh AQM tour & travel ialah, 30,35 juta sudah termasuk harga tiket pesawat, harga hotel, makan 3 kali sehari, paspor perlengkapan umroh, meliputi tas paspor, mukena bagi wanita, kain ihram bagi laki-laki, buku panduan, tas koper, visa, suntik meningitis, handling dan kain seragam. Biaya dihitung berdasarkan perjalan umroh selama 9 hari. Komponen-komponen pada biaya umrah bisa dengan mudah

di akses di internet secara bebas. Dalam hal ini, penulis mencoba membedah dari yang paling mudah dicari secara umum.

1. Biaya pada tiket pesawat.

Dalam biaya tiket pesawat biro perjalan umrah biasanya menawarkan harga direct dan harga transit di beberapa lokasi. Dalam harganya, biaya direct lebih mahal daripada harga yang transit. Biaya pada tiket pesawat juga dilatar belakangi oleh tipe pesawat, yaitu *full service*, *low cost carrier (LCC)*, dan medium. Tipe *full service* ini adalah pesawat yang dapat memberikan pelayanan terbaiknya. Tipe pesawat ini contohnya adalah seperti pada Singapore Airlines, Garuda Indonesia, dan Saudia Airlines. Pesawat yang *full service* memiliki kecenderungan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan tipe pesawat yang lainnya. *Low cost carrier (LCC)* tipe ke dua. Dalam hal ini, contohnya seperti pada pesawat Lion Air, Air Asia, dan Flhys. Pada tipe pesawat ini, biaya bisa lebih rendah dari tipe *full service*, namun minim dalam beberapa fasilitas. Ketiga, adalah tipe medium. Pada tipe ini, harga berada diantara *full service*, dan *low cost carrier (LCC)*. Contohnya seperti pesawat Sriwijaya Air. Selain dilihat dari beberapa kategori diatas, waktu keberangkatan juga berpengaruh dalam sebuah harga pesawat. Contoh seperti *low season*, *shouldher*, dan *peak season*. Dalam hal ini

sudah tampak jelas, bahwa yang murah adalah saat *low season*. Dalam penerbangan Indonesia ke saudi, ada perbedaan sebagaimana penerbangan di dalam negeri. Contohnya seperti, ketika di dalam negeri harga akhir tahun cenderung mahal, maka saat itu penerbangan Indonesia ke saudi lebih murah. Peak season terjadi di saudi saat bulan rajab dan bulan ramadhan.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengecek di web langsung maskapai, misalnya keberangkatan Air Asia kisaran harga pada bulan maret 12 juta rupiah. Penulis juga mengecek di web luar negeri untuk pembandingan, seperti Saudi Airline pada bulan maret, dan hasilnya adalah berkisar 8,7 juta rupiah. Dalam hal ini, penulis menyimpulkan, bahwa komponen pada biaya tiket pesawat berkisar antara 12 juta sampai 15 juta rupiah.⁴³

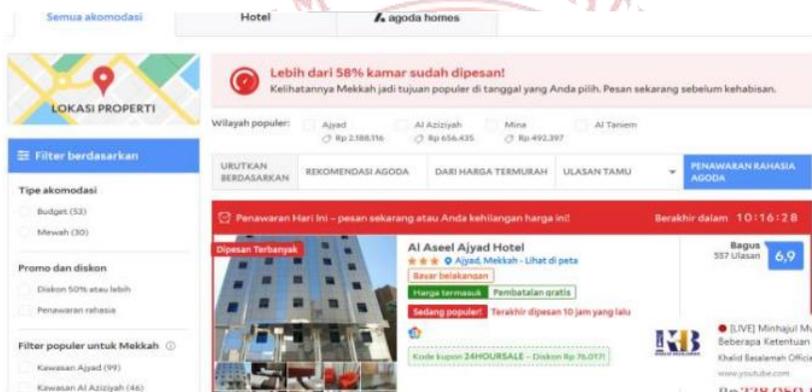
Filter	Bandungkan harga di bulan ini Lihat Kalender Harga	Bandungkan tren harga bulan ini Lihat Grafik Harga
Transit <input type="checkbox"/> Langsung <input type="checkbox"/> 1 Transit <input type="checkbox"/> 2+ Transit	Menampilkan 163+ penerbangan terbaik dengan harga terbaik.	
Waktu Berangkat (JKTC ke JED) <input type="checkbox"/> 00:00 - 06:00 <input type="checkbox"/> 06:00 - 12:00 <input type="checkbox"/> 12:00 - 18:00 <input type="checkbox"/> 18:00 - 24:00 Tiba (JKTC ke JED) <input type="checkbox"/> 00:00 - 06:00 <input type="checkbox"/> 06:00 - 12:00 <input type="checkbox"/> 12:00 - 18:00	Urutkan	
	AirAsia Airasia Indonesia (CGK) 06:15 → (JED) 23:15	21j 0m 1 Transit IDR 4.843.300
	AirAsia Airasia (CGK) 08:30 → (JED) 23:15	18j 45m 1 Transit IDR 4.843.300
	AirAsia Airasia Indonesia (CGK) 05:15 → (JED) 23:15	22j 0m 1 Transit IDR 4.993.300
	AirAsia Airasia (CGK) 10:10 → (JED) 23:15	17j 5m 1 Transit IDR 5.168.100
	SCOOT Scoot (CGK) 20:00 → (JED) 21:00	29j 0m 1 Transit IDR 6.516.000

⁴³ Tiket.com, 15 November 2022

2. Biaya pada akomodasi

Akomodasi adalah biaya inap di Saudi sebagaimana biasanya, hotel akan memberikan fasilitas sesuai dengan harganya. Dengan demikian, lokasi dan layanan merupakan salah satu ukuran harga pada suatu hotel. Hotel yang mempunyai fasilitas lengkap dan berbintang lima akan lebih mahal dibandingkan hotel bintang dibawahnya. Tipe kamar juga salah satu faktor yang mempengaruhi suatu harga hotel. Ada keunikan tersendiri, ketika menyewa hotel di Saudi karena tingkat kemahalan suatu harga hotel dilatar belakangi oleh jauh dekatnya hotel dengan pelataran masjidil haram, jadi semakin dekat hotel dengan Makkah, maka semakin mahal suatu hotel itu. Selain itu, ketika hotel menghadap ke arah masjidil haram atau masjid nabawi, harga hotel juga cenderung mahal. Yang mana, kelas bintang pada hotel di Saudi tidak mengacu pada standar hotel secara internasional pada umumnya. Sebagai contoh, penulis mencoba untuk menemukan harga hotel di Makkah Mina Concorda pada 7 januari 2022. Dalam hal ini, peneliti mendapatkan harga sekitar 488,080 ribu per malam. Peneliti juga menemukan hotel Al Mokhtara Al gharbi di Madinah, dengan harga 506.023 ribu per malam. Pada umumnya, harga hemat biasa menggunakan hotel bintang 3. Dalam hal ini, peneliti mengestimasi biaya hotel di madinah sekitar

600 sampai 800 ribu. Biaya hotel Makkah 700 sampai 1,5 juta. Jadi biaya paling murah sekitar 100 ribu per orang dalam sehari. Hal ini dikarenakan umroh butuh 7 malam, dibagi 4 orang setiap kamar, sehingga dapat diestimasikan bahwa kisaran biaya yang keluar adalah 700-800 ribu selama umrah.⁴⁴



3. Biaya perlengkapan.

Biaya perlengkapan ini adalah biaya yang dikeluarkan sebagai seragam jamaah, seperti kain, mukenah, kain ihram, buku panduan, tas paspor, tas koper, dan lain sebagainya. Biaya ini di AQM tour & travel dianggarkan sekitar 1,5 jutaan. Ada travel yang menganggarkan 1,8 juta sampai 2 juta perjamaah. Dalam hal ini harga menentukan kualitas pada kain dan tas.

⁴⁴ Agoda.com, 15 November 2022

4. Biaya makan.

Makanan adalah salah satu yang termasuk dalam komponen biaya umrah. Hal ini dikarenakan jamaah perlu makan 3 kali dalam sehari. Pada umumnya biaya makan ini sudah termasuk dalam hotel. Namun biasanya untuk makan selama perjalanan, biro perjalanan memberikan nasi kotakkan untuk menghemat pengeluaran biaya. Biaya katering makan di hotel bisa mencapai 250 riyal untuk sekali santap. Dalam hal ini, biaya makan berkisar 35-50 ribu. Jika diestimasikan makan 3 kali dalam sehari untuk 7 hari, maka bisa mengeluarkan sekitar 600 riyal atau 2,5 juta.

5. Biaya transportasi lokal.

Dalam memberikan fasilitas antar jemput jamaaah, maka diperlukan sebuah transportasi jamaah. Dalam hal ini, seperti yang peneliti cari di sebuah web, ada beberapa macam transportasi di Saudi, namun pemerintah menyarankan untuk menggunakan bus yang ber Ac. Sebagaimana yang peneliti lihat di suatu web, bis yang ada di Saudi berkisar antara 4 jutaan. Jika diestimasikan dengan kapasitas bis yaitu 49 orang, maka perhitungannya adalah setiap jamaah mengeluarkan uang sekitar 750 ribu.

6. Mutawif.

Mutawif adalah *tour leadher* bagi para jamaah umrah. Mutawif ini adalah orang Indonesia yang telah diberikan

kepercayaan untuk memandu jamaah selama di Arab Saudi. Namun biasanya tidak semua biro perjalanan ibadah umrah menggunakan mutawif. Biaya untuk menyewa seorang mutawif berkisar 500 ribu sampai 700 ribu perjamaah, bahkan bisa lebih. Harga mutawif ini berbeda-beda tergantung pengalaman dan kuantitas jamaah.

7. Biaya *handling*.

Biaya *handling* adalah biaya untuk memasukkan bagasi dan mengawal jamaah baik di airport Indonesia atau Saudi. Biaya *handling* bervariasi, sebagaimana umumnya berkisar 750 ribu per pak. AQM Tour & Travel menganggarkan 500 ribu untuk biaya *handling*.

8. Biaya paspor.

Biaya paspor adalah biaya yang digunakan untuk pembuatan paspor. Pembuatan paspor ini perlu dikeluarkan, karena umrah merupakan perjalanan ke luar negeri. Harga kisaran dari pembuatan paspor yaitu antara Rp.350 ribu sampai 1 juta per orangnya.

9. Biaya visa.

Visa adalah salah satu syarat pergi perjalanan ke luar negeri. Dalam hal ini, pembuatan visa ke Saudi memiliki ketentuan yang berbeda dari pembuatan visa pada umumnya. Biaya pembuatan visa ini sangat bervariasi. Hal ini dikarenakan lamanya pengurusan, jumlah rombongan yang mengajukan, dan bergantung musim. Maka, biaya

pembuatan visa pada bulan romadhan lumayan mahal dari bulan biasanya. Harga visa ini antara 30 dolar sampai 10 dolar. Jika di rupiahkan berkisar antara 750 sampai 1,5 jutaan. Harga visa akan berbeda lagi jika jamaah selama setahun telah melakukan perjalanan ke Saudi. Dengan itu, visa biasa dinamakan dengan visa progresif. Pembuatan visa progresif berkisar 200 Riyal atau setara dengan 7,91 juta.

10. Biaya pemasaran.

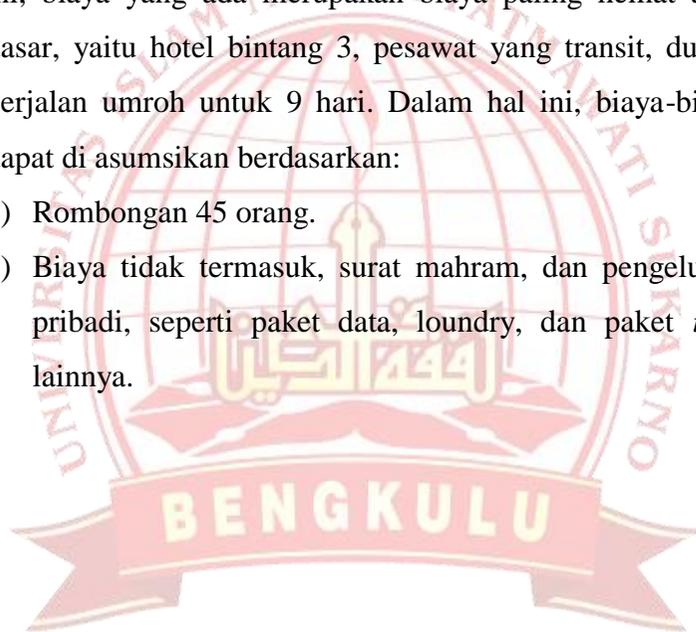
Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan biro perjalanan ibadah umroh untuk melakukan promosi. Biaya pemasaran ini tentunya berbeda-beda bagi setiap pemilik biro perjalanan umrah. Dalam beberapa artikel yang telah ada, biasanya pemilik biro mengambil biaya pemasaran sekitar 200 ribu sampai 2 juta untuk setiap jamaah yang membeli paket umrah. Dalam AQM Tour & Travel, direktur selaku pemilik menyatakan, bahwa beliau mengambil keuntungan untuk biaya promosi sekitar 200 ribuan.

11. Keuntungan biro.

Keuntungan biro adalah variatif. Dalam beberapa artikel menyatakan, bahwa ada pemilik biro umrah yang bisa meraup keuntungan sampai 40 persen, ada yang tidak mengambil keuntungan sama sekali. Ada pemilik travel yang mengambil keuntungan sekitar 7 persen. Biro

perjalanan Umroh AQM Tour &Travel, mengambil keuntungan sekitar 5-10 persen. Dalam hal ini, untuk menghitung seluruh biaya komponen yang sudah disebutkan tadi, maka peneliti akan membuat tabel harga pokok dasar dari paket umroh untuk satu orang. Dalam hal ini, biaya yang ada merupakan biaya paling hemat atau dasar, yaitu hotel bintang 3, pesawat yang transit, durasi perjalanan umroh untuk 9 hari. Dalam hal ini, biaya-biaya dapat di asumsikan berdasarkan:

- 1) Rombongan 45 orang.
- 2) Biaya tidak termasuk, surat mahram, dan pengeluaran pribadi, seperti paket data, laundry, dan paket *tour* lainnya.



Tabel Estimasi Biaya Dasar Umrah

Estimasi Biaya Dasar Umroh 30,35 Juta		
No.	Layanan	Biaya
1.	Tiket Pesawat (LCC)	15.000.000;
2.	Akomodasi	1.500.000;
3.	Biaya Perlengkapan	2.000.000;
4.	Makanan	2.000.000;
5.	Transportasi Darat	750.000;
6.	Mutawif	700.000;
7.	Manasik	500.000;
8.	Paspor	350.000;
9.	Visa	1.500.000;
10.	Biaya Pemasaran	500.000;
11.	Vaksin Meningitis	500.000;
12.	Hadling	750.000;
13.	Hotel	3.000.000;
	Subtotal	29.050.000;
	Keuntungan Biro	4%
	Keuntungan Biro	1.162.000;
	Harga Jual	30.212.000;
	Dalam Dolar	1918,56 USD

Sumber : Tiket.com, Wego.com, Agoda.com, Narasumber 1,3 dan 4

Pada tabel diatas, pesawatnya adalah menggunakan Air Asia sedangkan Hotel menggunakan Makkah Mina Concorda atau Al Massa di Madinah. Dalam hal ini, dapat dilihat bahwa hitungan pada harga dasar pada penjualan perjalanan umrah kurang lebih 30,35 jutaan. Namun sesungguhnya, harga bisa lebih rendah jika jumlah kuantitas banyak bahkan harga juga bisa lebih murah lagi, jika pemilik usaha biro perjalanan umroh mengurangi standar pelayanan umroh yang telah di tetapkan pemerintah. Menurut informan yuningsih, relasi di Arab adalah salah satu faktor yang dapat menekan biaya selama di Arab.

Dalam beberapa hal, sesungguhnya pihak travel juga dapat memberikan beberapa macam cara untuk meminimalkan sebuah biaya umroh, misalnya dengan menginvestasikan uangnya ke bank atau sejenisnya.

Namun tentunya, memiliki waktu tunggu yang cukup lama dan beberapa skema ponzi dan MLM adalah salah satu cara pemilik umroh dalam menekan biaya umroh. Namun dalam hal ini, skema ponzi dan MLM terkadang dapat merugikan jamaah, karena pada saat tertentu pihak biro tidak menemukan calon jamaah lagi. Dalam hal ini, skema ponzi dan MLM juga telah di larang oleh pemerintah, karena cenderung merugikan calon jamaah. AQM Tour & Travel adalah salah satu biro perjalanan ibadah umroh yang telah mengikuti standar penetapan harga minimum umroh. Hal ini tampak jelas berdasarkan harga yang tertera dalam brosurinya. Namun tanpa diketahui banyak orang, AQM Tour & Travel adalah satu biro perjalanan umroh yang peduli terhadap sosial. Dalam hal ini, AQM Tour & Travel dapat memberikan harga spesial atau harga khusus, yaitu harga dibawah standar minimum umroh. AQM Tour & Travel menjalin kerja sama dengan yayasan 1000 sedekah umroh. Dalam hal ini, AQM telah memberangkatkan 2-1 orang jamaah terpilih dari yayasan 1000 sedekah umroh. Disini, AQM Tour & Travel tidak mendapatkan keuntungan yang besar, bahkan

keuntungannya sangat kecil sekali. Menurut direktur sekaligus pemilik AQM Tour & Travel, biaya yang didapatkan berkisar antara 1 sampai 4 persen. Dalam beberapa waktu tertentu, AQM Tour & Travel pernah tidak mendapatkan keuntungan sama sekali.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa harga suatu umrah itu bisa kurang dari 30,35 juta dan jamaah masih bisa mendapatkan fasilitas yang sesuai standar, namun pemilik biro hanya mendapatkan keuntungan yang sedikit dan bahkan tidak mendapatkan keuntungan. Dengan demikian, semua komponen biaya umroh tergantung dari bagaimana pemilik biro perjalanan dalam mengatur keuangannya dan niat dalam memberangkatkan calon jamaah umroh. Jadi pada intinya, peneliti mendapatkan sebuah informasi baru, bahwa harga paket dibawah standar minimum umrah tidak selamanya bercitra buruk. Namun itu merupakan sebuah trik atau taktik perusahaan dalam mengatur biaya yang masuk dan keluar dalam usaha pada biro perjalanan umrahnya.

Tabel Asumsi Perincian Biaya Umrah Di AQM tour & travel

No.	Deskripsi	Tipe			Jumlah
		1	2	3	
1.	Tiket Pesawat (LCC)	15.000.000;	17.524.000	17.524.000;	50
2.	Akomodasi	1.500.000;	1.500.000	1.500.000	50
3.	Biaya Perlengkapan	2.000.000;	2.000.000;	2.000.000;	49
4.	Makanan	2.000.000;	2.000.000;	2.000.000;	21
5.	Transportasi Bus	2.000.000;	2.000.000;	2.000.000;	4
6.	Mutawif	10.000.000;	10.000.000;	10.000.000;	1
7.	Manasik	500.000;	500.000;	500.000;	49
8.	Visa	1.500.000;	1.500.000;	1.500.000;	50
9.	Biaya Pemasaran	500.000;	500.000;	500.000;	49
11.	Asuransi	500.000;	500.000;	500.000;	50
12.	Hadling	750.000;	750.000;	750.000;	50
13.	Air Zam - Zam	1.000.000;	1.000.000;	1.000.000;	50
14.	Pegawai Tetap	3.000.000;	3.000.000;	3.000.000;	7
15.	Sewa Kantor	70.000.000;	70.000.000;	70.000.000;	1
16.	Listrik dan Telepon	5.000.000;	5.000.000;	5.000.000;	1
17.	Hotel	2.700.000;	4.900.000;	9.100.000;	13
18.	Lain – lain	25.000.000;	25.000.000;	25.000.000;	1

Sumber: Tiket.com, Wego.com, Agoda.com, Narasumber 1, 3, 4, dan dokumen.

Sebagaimana tabel diatas, asumsi berdasarkan 50 Orang peserta. Pesawat pada tipe satu adalah pesawat merek Lion Air. Pesawat tipe kedua dan ketiga adalah pesawat Saudi Airlines. Dalam hal ini, biaya pesawat sudah terhitung biaya pulang dan pergi. Biaya hotel pada tabel diatas bervariasi tergantung dari nama dan jenis hotel.

Dalam hal ini, penulis pada hotel tipe satu menggunakan hotel Andalusia di Makkah dan hotel Anshor di Madinah. Hotel tipe kedua penulis menggunakan hotel Anjum di Makkah dan hotel *Golden Tulip* di Madinah. Hotel tipe ketiga penulis menggunakan hotel *Sofwa Orchid* di Makkah dan hotel Dalla Taiba di Madinah. Dalam hal ini, biaya suatu hotel berbeda tiap tipe, karena harga hotel berdasarkan jauh dekatnya dengan jarak Masjidil Haram dan Masjid Nabawi.

Dalam biaya hotel diatas terhitung menyewa hotel di Makkah tiga hari dua malam dan 3 hari dua malam di Madinah. Dalam tabel diatas, biaya untuk jamuan makan masih dihitung untuk satu kali santap dengan menggunakan sistem prasmanan. Dalam biaya transportasi bus, terhitung berdasarkan penyewaan bus dalam sehari. Biaya perlengkapan dalam tabel sudah terhitung mendapatkan koper, tas paspor, seragam batik, kain ihram untuk laki, mukenah dan jilbab untuk wanita, dan buku manasik. Untuk biaya pada komponen-komponen umroh lainnya, harga tidak memiliki perbedaan. Pada tabel asumsi biaya harga di AQM Tour & Travel ini, biaya belum termasuk biaya pembuatan paspor, biaya vaksin meningitis, biaya mahram, dan biaya untuk visa progresif.

Tabel Asumsi Perincian Biaya Perjalanan Paket Umroh di AQM
Tour & Travel Per Perjalanan

No.	Deskripsi	Tipe		
		1	2	3
1.	Pesawat	750.000.000;	876.200.000	876.200.000
2.	Akomodasi	75.000.000;	75.000.000;	75.000.000;
3.	Biaya Perlengkapan	98.000.000;	98.000.000;	98.000.000;
4.	Makanan	42.000.000;	42.000.000;	42.000.000;
5.	Transportasi Bus	8.000.000;	8.000.000;	8.000.000;
6.	Mutawif	10.000.000;	10.000.000;	10.000.000;
7.	Manasik	24.500.000;	24.500.000;	24.500.000;
8.	Visa	50.000.000;	50.000.000;	50.000.000;
9.	Biaya Pemasaran	24.500.000;	24.500.000;	24.500.000;
11.	Asuransi	25.000.000;	25.000.000;	25.000.000;
12.	Handling	37.500.000;	37.500.000;	37.500.000;
13.	Air Zam - Zam	50.000.000;	50.000.000;	50.000.000;
14.	Pegawai Tetap	21.000.000;	21.000.000;	21.000.000;
15.	Sewa Kantor	70.000.000;	70.000.000;	70.000.000;
16.	Listrik dan Telepon	5.000.000;	5.000.000;	5.000.000;
17.	Hotel	35.100.000;	63.700.000;	118.300.000;
15.	Lain - lain	25.000.000;	25.000.000;	25.000.000;

Sumber: Tiket.com, Wego.com, Agoda.com, Narasumber 1, 3, 4, dan dokumen

Pada tabel ini, telah dituliskan biaya keseluruhan pada setiap komponen biaya umrah berdasarkan tipe perjalanan. Dalam penghitungannya, biaya pesawat, handling, asuransi, air zam-zam, dan visa dikalikan 50, sehingga menghasilkan biaya sebagaimana pada tabel diatas. 50 adalah jumlah asumsi dari peserta umrah. Dalam biaya hotel, biaya termasuk penyewaan selama 3 hari 2 malam di Makkah dan 3 hari 2 malam di Madinah. Dalam penyewaan hotel, pemesanan hanya untuk 13 kamar, karena biaya perkamar akan ditanggung untuk 4 jamaah.

Dalam biaya untuk jamuan makan, penghitungan dilakukan untuk makan 3 kali dalam sehari selama 7 hari, sehingga memerlukan 21 kali jamuan makan. Dalam biaya penyewaan bus, terhitung peminjaman bus untuk 4 kali perjalanan, karena jamaah di Saudi selama 7 hari, maka jika diperkirakan perjalanan Jeddah, Makkah, Madinah membutuhkan penyewaan bis selama 4 kali. Untuk biaya pemasaran perorang di bebaskan sekitar 200 ribu. Air zam-zam sebanyak 5 liter akan diberikan setiap jamaah. Biaya diatas adalah biaya yang sudah dikalikan untuk 50 peserta jamaah umroh.

Tabel Perhitungan *Fixed Cost*

No.	Deskripsi	Tipe		
		1	2	3
1.	Biaya Pemasaran	24.500.000;	24.500.000;	24.500.000;
2.	Pegawai Tetap	21.000.000;	21.000.000;	21.000.000;
3.	Sewa Kantor	70.000.000;	70.000.000;	70.000.000;
4.	Listrik dan Telepon	5.000.000;	5.000.000;	5.000.000;
5.	Lain – lain	25.000.000;	25.000.000;	25.000.000;
	Total	145.500.000	145.500.000	145.500.000

Sumber: Narasumber dan dokumen perusahaan.

Tabel diatas adalah biaya yang termasuk dalam perhitungan biaya *fixed cost*. Dalam hal ini, biaya yang ada tidak termasuk dalam biaya produksi. Dengan demikian, ada ataupun tidak adanya jamaah umrah tidak berpengaruh pada produksi kegiatan. Pada perhitungan *fixed cost* ini termasuk biaya pemasaran, pegawai, sewa kantor, listrik dan telpon.

Tabel Perhitungan *Variabel Cost*

No.	Deskripsi	Tipe		
		1	2	3
1.	Tiket Pesawat	750.000.000;	876.200.000	876.200.000
2.	Biaya Perlengkapan	98.000.000;	98.000.000;	98.000.000;
3.	Makanan	42.000.000;	42.000.000;	42.000.000;
4.	Transportasi Bus	8.000.000;	8.000.000;	8.000.000;
5.	Mutawif	10.000.000;	10.000.000;	10.000.000;
6.	Manasik	24.500.000;	24.500.000;	24.500.000;
7.	Visa	50.000.000;	50.000.000;	50.000.000;
8.	Asuransi	25.000.000;	25.000.000;	25.000.000;
9.	Hadling	37.500.000;	37.500.000;	37.500.000;
10.	Air Zam – Zam	50.000.000;	50.000.000;	50.000.000;
11.	Hotel	35.100.000;	63.700.000;	118.300.000;
		1.130.100.000	1.284.900.000	1.339.500.000

Sumber: Tiket.com, Wego.com, Agoda.com, Narasumber 1, 3, 4, dan dokumen

Tabel diatas menunjukkan biaya-biaya pada komponen umroh yang termasuk pada pada biaya variabel cost. Biaya variabel cost ini meliputi tiket pesawat, sewa kamar hotel, jamuan makan, bus, handling, muthowif, manasik, visa, perlengkapan, asuransi, dan air zamzam. Dalam hal ini, biaya varibel adalah biaya yang diperlukan untuk memproduksi suatu unit produk.

Tabel Perhitungan BEP

No.	Deskripsi	Tipe		
		1	2	3
1.	Harga Paket	30.350.000;	33.600.000;	38.350.000;
2.	<i>Fixed Cost</i>	145.500.000;	145.500.000;	145.000.000;
3.	<i>Variable Cost</i>	1.130.100.000;	1.284.900.000;	1.339.500.000;
	BEF	38	19	12

Sumber: Tiket.com, Wego.com, Agoda.com, Narasumber 1, 3, 4, dan dokumen

Tabel diatas menunjukkan besaran BEP, pada setiap harga paket. Dalam hal ini, harga 30,35 juta bep terletak pada jamaah yang ke 38. Pada harga 33,6 juta, BEP terletak pada jamaah yang ke 19 sedangkan pada harga 38,35 juta, BEP terletak pada jamaah yang ke 12.

Dari pernyataan diatas yang telah dikemukakan tampak jelas, bahwa dalam penetapan harga perlu melihat faktor internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Faktor internal ini adalah seperti tujuan perusahaan dalam menetapkan harga. Dalam hal ini, tujuan pertama AQM Tour & Travel dalam perusahaan yaitu mencari laba, sebagaimana perusahaan pada umumnya. Selain mencari laba dalam menetapkan harga AQM Tour & Travel juga menerapkan konsep penetapan harga berdasarkan *Duyufurrohman*. Dalam menetapkan harga, AQM Tour & Travel telah menerapkan konsep *Duyufurrohman*, yaitu memberikan kemudahan bagi calon jamaah dalam melaksanakan ibadah umroh. Oleh karena itu, AQM Tour

& Travel menyadari, sebagaimana pada awal tujuan pembentukan perusahaannya, bahwa usaha dalam biro perjalanan umroh bukanlah semata-mata untuk mencari profit, namun lebih dari itu, yaitu ingin mendapatkan profit yang lebih besar, yaitu pahala di akhirat. Sehingga, AQM Tour & Travel menyadari, bahwa ketika menerapkan konsep Duyufurohman laba yang didapat akan sangat minim, bahkan terkadang hampir tidak ada sama sekali. Namun Direktur AQM Tour & Travel meyakini, bahwa Allah Swt akan mengembalikan dengan cara yang lain, yaitu seperti ada pelanggan baru atau pembeli. Hal tersebut sebagaimana, ungkapan informan:

“kita yakin bahwa kalau membantu seseorang yang sedang membutuhkan, maka Allah pasti akan ganti dengan rejeki yang lain, atau tamu-tamu yang lain, atau pelanggan-pelanggan yang lain atau pembeli yang lain”.⁴⁵

Faktor eksternal dalam penetapan harga di AQM tour & travel meliputi adanya perkiraan-perkiraan harga di pasar, dan memperkirakan dari harga kompetitor, sehingga didapatkan harga seimbang di pasaran. Ketika semua sudah di perhitungkan dengan baik, maka AQM tour & travel kemudian baru mendapatkan sebuah harga jual. Dalam menetapkan harga, perusahaan juga perlu mempertimbangkan beberapa hal terkait resiko yang akan

⁴⁵ Hasil wawancara dengan Abdurrahman Dody selaku pembimbing ibadah, 11 November 2022.

terjadi di kemudian hari. Hal ini sesuai dengan jawaban narasumber terkait adanya perubahan harga dalam pasaran dan pembatalan sebuah transaksi.

“ya, mangkannya jadi bagini AQM tour & travel tentunya akan melakukan penyesuaian harga. Tentang pembatalan transaksi itu sudah ada didalam *clausul* atau kontrak atau di dalam aturan transaksi pembatalan”.⁴⁶

Dengan hal ini, AQM tour & travel telah membuat sebuah aturan yang baku dalam menetapkan harga, sehingga dapat meminimalisir terjadinya resiko kerugian saat ada perubahan harga atau pembatalan transaksi. AQM Tour & Travel menggunakan beberapa macam strategi dalam membuat sebuah harga paket. Strategi pertama yang digunakan adalah *srategi cost plus pricing*, hal ini sesuai dengan yang diungkapkan informan:

“Ada beberapa strategi tapi disini AQM tour & travel menggunakan strategi yang standar yang sederhana yaitu total biaya, yang dikeluarkan dalam komponen-komponen biaya, kemudian keuntungan kemudian itu sudah menjadi ditambah lagi biaya promosi paket umrah jadi pertama saya ulangi, total biaya yang dikeluarkan ditambah margin keuntungan ditambah biaya promosi”.⁴⁷

⁴⁶ Hasil wawancara dengan Abdurrahman Dody selaku pembimbing ibadah, 11 November 2022.

⁴⁷ Hasil wawancara dengan Bambang Sarumi Selaku Pimpinan PT AQM Tour and Travel, 10 November 2022.

Dalam ungkapan informan, peneliti menemukan bahwa AQM tour & travel adalah biro perjalanan umrah yang menggunakan metode penetapan harga berbasis biaya. Hal ini sesuai dengan sebuah teori pada metode penetapan harga berdasarkan strategi biaya. Metode penetapan harga berdasarkan biaya adalah sebuah metode yang sederhana dalam menetapkan suatu harga dengan metode penetapan harga berbasis biaya adalah metode dengan menjumlahkan sejumlah biaya yang kemudian ditambahkan dengan laba perusahaan, sehingga dapat menutup biaya *overhead*. Dalam mengembangkan bisnis biro perjalanan umrah, AQM tour & travel seringkali menjumpai hambatan-hambatan dalam penetapan harga jual. Hambatan-hambatan itu berasal dari faktor internal dan eksternal perusahaan. Hal ini, semakin ketat persaingan pada harga, maka perusahaan harus lebih berhati-hati dalam menjalankan bisnisnya. Efisiensi dan efektifitas biaya menjadi salah satu alternatif untuk mempertahankan dan mengembangkan keberlangsungan bisnis.

Dalam menentukan harga, AQM tour & travel perlu memahami secara mendalam besaran sensitifitas konsumen terhadap harga. AQM Tour & Travel melakukan penetapan harga salah satunya dengan menggunakan metode harga pasar yang disesuaikan. Dalam hal ini, AQM Tour &

Travel menambahkan laba serta biaya - biaya tertentu dan dimasukkan pada harga jual, kemudian mengikuti dan menyesuaikan harga yang ada di pasar.



BAB V

PENUTUP

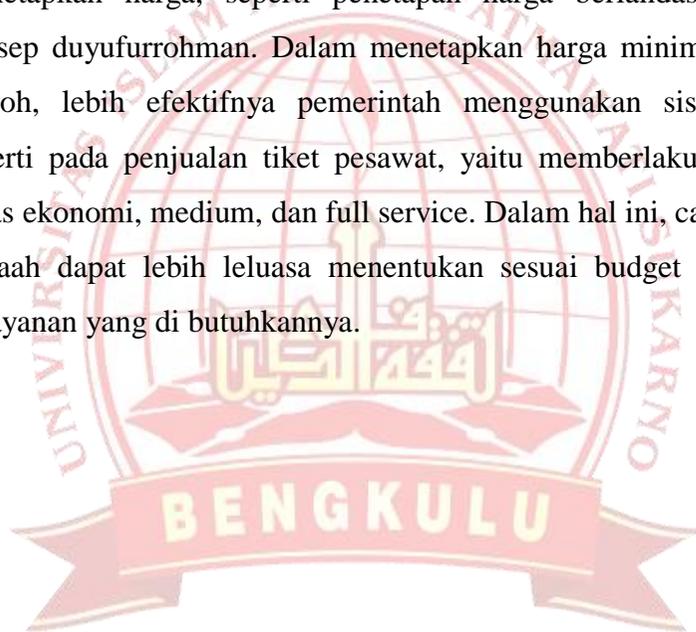
A. Kesimpulan

1. AQM Tour & Travel dalam mengimplementasikan strategi penetapan harga paket umrah, memiliki beberapa tahap. Pertama, menetapkan tujuan perusahaan, yaitu melayani tamu-tamu Allah (duyufurrohman), dan sekaligus mendapatkan keuntungan yang layak. Kedua, memperkirakan biaya dan volume penjualan. Ketiga, memperkirakan harga dan biaya pesaing. Keempat, memperkirakan resiko dalam menetapkan harga. Kelima, menentukan metode dan strategi dalam menetapkan harga. Keenam, menyesuaikan struktur harga dan kondisi pasar.
2. Faktor – faktor yang mempengaruhi strategi penetapan harga paket umrah yang Pertama Internal, seperti tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran dan biaya. Kedua Eksternal, seperti pasar dan permintaan, biaya, harga, penawaran pesaing serta *maxketing mix*.

B. Saran dan Rekomendasi

Dari hasil penelitian di lapangan menunjukkan, bahwa standar harga minimum tidak selamanya memiliki image citra yang negatif, namun itu adalah salah satu strategi perusahaan dalam mengelola keuangan, sehingga dapat menekan biaya

seminim mungkin. Dalam hal ini, seperti mengelola keuangan dengan menerapkan sistem investasi, skema ponzi, dan MLM. Namun menerapkan sistem skema Ponzi dan MLM dilarang oleh pemerintah Indonesia. Menetapkan harga minimum umroh juga dapat dipengaruhi oleh tujuan perusahaan dalam menetapkan harga, seperti penetapan harga berlandaskan konsep duyufurrohman. Dalam menetapkan harga minimum umroh, lebih efektifnya pemerintah menggunakan sistem seperti pada penjualan tiket pesawat, yaitu memberlakukan kelas ekonomi, medium, dan full service. Dalam hal ini, calon jamaah dapat lebih leluasa menentukan sesuai budget dan pelayanan yang di butuhkan.



Lampiran

Struktur Organisasi PT.AQM Tour & Travel



Dokumentasi kegiatan kantor AQM tour



Wawancara dengan staff AQM tour & travel



Dokumentasi bersama calon jamaah AQM tour & travel



Foto bersama Staff AQM tour & travel kota bengkulu



Paket Reguler

A promotional flyer for AQM Umroh Super Promo Arafah. At the top, a red banner with white text reads 'BENGKULU'. The flyer features a central image of the Kaaba in Mecca, framed by a red, scalloped border. To the left of the image is a red calendar icon showing '9 HARI'. To the right is a red price tag showing 'IDR 30,350,000' and 'Juta'. Below the image, the text reads 'Keberangkatan Menggunakan Pesawat Lion Air'. The flyer is divided into three columns: 'Madinah' (Concord Dar Al Khair / Dar Al Eiman Al Manar / Setaraf *3), 'Mekkah' (Al Massa / Setaraf *3), and 'Quad Satu Kamar Berempat'. A 'DAFTAR SEKARANG' button is located below the columns. At the bottom, there are logos for AQM, IATA, AMPIURI, KAN, and SIKO PATUH. A red 'EXCLUDE' button is also present. A small text box at the bottom right lists conditions: 1. Biaya Asuransi Perjalanan, 2. Biaya Pajak 0.4 % dari harga paket, 3. Menunggu keberangkatan Rp. 1.000.000,-.

Paket Umrah Prioritas

AQM
UMROH & HAJI PLUS
WWW.AQMTOURTRAVEL.COM

UMROH PROMO PRIORITAS

9 HARI

IDR 33,6 Juta

Keberangkatan Menggunakan Pesawat Lion Air

Madinah CONCORD DAR AL KHAIR / DAR AL EIMAN AL MANAR / SETARAF *3	Mekkah ANJUM HOTEL / SETARAF *5	Quad Satu Kamar Berempat
---	--	---------------------------------------

DAFTAR SEKARANG *Harga sewaktu-waktu dapat berubah dengan atau tanpa pemberitahuan sebelumnya

EXCLUDE

1. Biaya Asuransi Perjalanan
2. Biaya Pajak 0,5 % dari harga paket
3. Handling
4. Rebecar Rp. 1.000.000,-

Logos: IATA, AMPHURI, KAN, SIKO PATUH

Pakrt Umrah V.I.P

AQM
UMROH & HAJI PLUS
WWW.AQMTOURTRAVEL.COM

UMROH V.I.P BY LION AIR

9 HARI

IDR 38,35 Juta

Keberangkatan Menggunakan Pesawat Lion Air Class Economy

Madinah MOVENPICK MADINAH/ HILTON/ MERCURE/ SETARAF *5	Mekkah SWISS AL MAQAM / SETARAF *5	Quad Satu Kamar Berempat
--	---	---------------------------------------

DAFTAR SEKARANG *Harga sewaktu-waktu dapat berubah dengan atau tanpa pemberitahuan sebelumnya

EXCLUDE

1. Biaya Asuransi Perjalanan
2. Biaya Pajak 0,5 % dari harga paket
3. Handling
4. Rebecar Rp. 1.000.000,-

Logos: IATA, AMPHURI, KAN, SIKO PATUH

PEDOMAN WAWANCARA

Strategi Penetapan Harga Paket Umrah di PPIH Kota Bengkulu

Nama : Randy Apriyansyah
Nim : 1911170010
Prodi : Manajemen Haji Dan Umroh
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

- A. 1. Sejarah awal berdirinya AQM Tour & Travel ?
2. Legalitas AQM tour & Travel ?
3. Visi misi ?
4. Struktur organisasi ?
5. strategi AQM dalam menetapkan harga paket umrah?
6. faktor² yang mempengaruhi AQM dalam menetapkan harga paket umrah?
- B. 1. Komponen² dalam penetapan harga paket umrah?
2. Berapa kisaran laba di AQM?
3. Bagaimana perhitungan penetapan harga paket umrah di AQM? .
4. Resiko apa saja yg dialami oleh AQM dalam penetapan harga paket umrah?

5. Apa konsep AQM dalam penetapan harga paket umrah?
6. Berapa kisaran harga paket perkomponen di AQM?

Bengkulu, November 2022
Penulis

Bengkulu, Desember 2023 M
Jumadil Akhir 1444 H

Pembimbing I



Idwal B, M.A.
NIP. 198307092009121005

Pembimbing II



Faisal Muttaqin, M.SM.
NIP. 198701282019031007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
 Telepon (0736) 51276-51171-51172 Fa:smile (0736) 51171-51172
 Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Mahasiswa : Randy Apriyansyah Program Studi : Manajemen Haji Umrah
 : 1911140010 Pembimbing I : idwal B, MA.
 Skripsi : Strategi Penetapan Harga Paket Umrah di PPIH Kota Bengkulu.

Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
Rabu, 21 Desember 2022	BAB I - Rumusan masalah - margin 4433	- Lihat pedoman TA - dan dirapikan lagi	
	BAB II - bagian teori - rapikan lagi perumusannya	- langsung digantikan teori strategi	
	BAB III - Metodologi Penelitian - margin 4433	- diganti dengan gambaran objek penelitian	
	BAB IV - Hasil penelitian dan pembahasan	- diganti dengan hasil penelitian saja	

RABU, 11 Januari 2023	BAB I - kata pengantar - HURUF ARAB - Rumusan masalah - melalui penelitian	disusunnya dengan Pedoman TA	
SELASA, 12 Januari 2023	Ace		
	- Situasikan Pedoman TA - COVER dirapikan	- disisungkan pedoman TA - dirapikan lagi covernya.	
	- Latar belakang - Nomor halaman - Huruf arabnya	- dirubah rumusan masalah - Nomor halaman sesuai pedoman	
	- Rumusan masalah - Daftar pustaka - Lampiran	- Perbaiki lagi rumusan masalah - faksimasi isi daftar pustaka	

Bengkulu, 17 Januari 2023 M
..... 1444 H

Dosen Pembimbing I



Edwal B, MA.
NIP: 198307092009121005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172 Faksimile (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Mahasiswa : Randy Apriyansyah Program Studi : Manajemen Haji Umrah
: 1911140010 Pembimbing II : Faisal Muttaqin, M.SM
Skripsi : Strategi Penetapan Harga Paket Umrah di PPIH Kota Bengkulu.

Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
SENIN 24 Oktober 2022	BAB I - Penjelasan alur berpikir - observasi berpikir	disuruh perbaikan lasi BAB I	
	- Rumusan Masalah - Perhitungan Etiologi dahulu		
	- Daftar Isi - Kisi-kisi TA.		
Jumat 7-10-2022	BAB 2 - Tematik landasan teori - Perbaikan latar belakang		

Senin 10-10-2022	- Tambahkan Eulisan akhir - Ket Pedoman TA		
Senin 12-10-2022	Bab 5 - Tambahkan Visi - Tambahkan Profil PT RAM TOUR dan TRAVEL		
Senin 24-10-2022	BAB 4 - Pedoman Wawancara - Halaman Prodi Sahan		
Senin 14-11-2022	BAB 5 - Kesimpulan - Lampiran ditambahkan lagi		
Senin 19-12-2022	- Daftar Isi - Lampiran *	ke lampir I A00. B000	

Bengkulu, 19.12.2022 M
..... 1444 H

Dosen Pembimbing II



Faisal Muttaqin, M.SM.
NIP. 198701282019031007

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RANDY APRIYANSYAH
 NIM : 1911170010
 Jurusan/Prodi : MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
1.	pendom pogram.	- semikin dgn sistem pnt
2.	latar belkang.	- Jelaskan alom menulis pnt pnt Hng.
3.	Teori marketing mix. mana pnt alu.	- ditambahkan :

Bengkulu, 12 SEPTEMBER 2022
 Penyeminar


 FAISAL MUTTAKIN S.E. MSM
 NIP. 198701281983001



FORM VALIDASI TEMA TUGAS AKHIR

A. Identitas Mahasiswa

Nama : RANDY APRIYANSYAH
N I M : 1911170010
Prodi : Manajemen Haji Dan Umrah
Semester : 6

B. Pilihan Tugas Akhir:

- Skripsi
 Jurnal Ilmiah
 Buku
 Pengabdian Kepada Masyarakat
 Prgram Kreativitas Mahasiswa (Karya di Bidang Kewirausahaan)

C. Tema Yang Diajukan sesuai prodi : STRATEGI PENETAPAN HARGA Paket Umrah
DI PIPIL KOTA BENGKULU

Tema : Efektifitas Sistem Informasi Dan Komputerasi Haji Terpadu
(Siskohat) Dalam Penyelenggaraan Haji Dan Umrah Di Kantor Wilayah
Kementrian Agama Provinsi Bengkulu Tahun 2022

Penunjukkan Dosen RTA (Rencana Tugas Akhir Skripsi):
Nama : Faisal Muttaqin, S.E, MSM
NIP/NIDN : 198701282019031007

Ko.Prodi Manajemen Haji Umrah

Faisal Muttaqin, S.E, MSM
(198701282019031007)

D. Konsultasi Judul sesuai tema dan Prodi

1. Validasi RTA oleh Dosen Rencana Tugas Akhir (Disertai Proposal Mini)

Catatan

Perbaiki proposal

Dosen Rencana Tugas Akhir

Faisal Muttaqin, S.E, MSM
(198701282019031007)



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

20 Oktober 2022

Nomor : 1400/Un.23/ F.IV.I/ PP.00.9/10/2022
Lampiran : -
Perihal : Penelitian Pendahuluan

Yth. Direktur PT. Anugrah Quba Mandiri (AQM) Kota Bengkulu
di-
Bengkulu

Dengan Hormat, .

Menindaklanjuti surat permohonan mahasiswa:

Nama : Randy Apriyansyah
NIM : 1911170010
Jurusan/Prodi : Manajemen Haji dan Umrah

Maka dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu memohon bantuan Bapak/ Ibu untuk memberikan data yang dibutuhkan, dalam rangka penyelesaian tugas akhir/skripsi mahasiswa tersebut. Adapun judul tugas akhir/skripsi: **"Strategi Penetapan Harga Paket Umrah di PPIH Kota Bengkulu"**.

Demikianlah, atas perhatian dan kerjasama Bapak/ Ibu diucapkan terima kasih.

Mengetahui
An. Dekan
Wakil Dekan I



Nurul Hak



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

20 Oktober 2022

Nomor : 1400/Un.23/ F.IV.I/ PP.00.9/10/2022
Lampiran : -
Perihal : Penelitian Pendahuluan

Yth. Direktur PT. Anugrah Quba Mandiri (AQM) Kota Bengkulu
di-
Bengkulu

Dengan Hormat, .

Menindaklanjuti surat permohonan mahasiswa:

Nama : Randy Apriyansyah
NIM : 1911170010
Jurusan/Prodi : Manajemen Haji dan Umrah

Maka dengan ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu memohon bantuan Bapak/ Ibu untuk memberikan data yang dibutuhkan, dalam rangka penyelesaian tugas akhir/skripsi mahasiswa tersebut. Adapun judul tugas akhir/skripsi: **"Strategi Penetapan Harga Paket Umrah di PPIH Kota Bengkulu"**.

Demikianlah, atas perhatian dan kerjasama Bapak/ Ibu diucapkan terima kasih.

Mengetahui
An. Dekan
Wakil Dekan I



Nurul Hak



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

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

No : 10/SKLP-FEBI/04/01/2023

Satgas Plagiasi Program Studi Manajemen Haji dan Umrah Menerangkan bahwa :

Nama : Randy Apriyansyah
NIM : 1911170010
Program Studi : Manajemen Haji Dan Umrah
Judul Tugas Akhir :Strategi Penetapan paket umrah di PPIH Kota Bengkulu
Similarity Index : 28%
Status : Lulus

Adalah benar- benar telah lulus pengecekan plagiasi dari naskah Publikasi Tugas Akhir melalui aplikasi Turnitin.

Ditetapkan di : Bengkulu
Pada Tanggal: 18 Januari 2023
Wakil Dekan I,

H. Romi Adetio Setiawan, MA., PhD
NIP. 198312172014031001