

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dengan calon pelanggan. Salah satu *platform* yang tumbuh pesat adalah Tiktok. Aplikasi ini tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga membuka peluang besar untuk promosi bisnis, termasuk di sektor perjalanan ibadah seperti haji dan umroh.¹

Semakin tingginya minat masyarakat Indonesia untuk menunaikan ibadah umroh dari tahun ke tahun menyebabkan menjamurnya bisnis pada bidang *tour and travel*. Sejalan dengan semakin banyaknya bisnis pada bidang serupa menyebabkan semakin tingginya tingkat persaingan antar usaha tersebut. Dalam upaya untuk mengetahui keadaan persaingan antar usaha dalam bisnis *tour and travel*, maka setiap perusahaan melakukan analisa terhadap usaha *tour and travel* pesaing dan usahanya sendiri. Analisa tersebut dilakukan dengan mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan sendiri dan pesaing.

¹ Fitriani ,”perkembangan teknologi , informasi dan komunikasi”, 09 Desember 2022. <
<https://acehprov.go.id/berita/kategori/serba-serbi/80-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi/>> [Diakses, 22 oktober 2025]

Digitalisasi tidak hanya memfasilitasi komunikasi antara pemasar dan konsumen, tetapi juga komunikasi pribadi. Digitalisasi tentu memiliki dampak positif dan negatif, dampak yang dirasakan dan dialami oleh masing-masing penyedia informasi dapat disajikan, yaitu dampak positif. pertama, Selain menyederhanakan tujuan atau rencana yang telah dirumuskan oleh biro perjalanan, sistem digital juga dapat menekan biaya-biaya yang harus ditanggung oleh suatu usaha, seperti biaya promosi atau periklanan yang memakan banyak uang perusahaan, dan biaya membayar karyawan. Efektivitas dan efisiensi dirasakan oleh perusahaan biro perjalanan yang diteliti.²

Namun secara umum mereka masih menggabungkan sistem digital dengan sistem tradisional yang sudah berjalan selama ini. Kedua, dampak negatif sistem digital memang dapat membawa perubahan besar pada segala sesuatu, termasuk efek yang indah dan sangat baik dari sebuah destinasi, namun apa yang ditampilkan dalam bentuk gambar terkadang memiliki perbedaan dengan keadaan sebenarnya di lapangan.³

Perbedaan, data publisitas yang dikomunikasikan tetap abstrak, tidak ada ukuran berapa banyak pelanggan yang akan diperoleh, persaingan yang meningkat dari

² Timoty agustian berutu, 'pengaruh teknologi digital terhadap perkembangan bisnis modern', Neptunus: Jurnal ilmu komputer dan teknologi informasi, 2.3 (2024), 358-370 (h. 359)

³ Coviello, "Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing". Journal of Interactive Marketing, (Vol.15 No. 4, 2001) hal. 18-33.

perusahaandengan variasi bisnis yang sangat unik (termasuk bisnis perjalanan), dan penyebaran informasi negatif yang cepat tetap abstrak, tidak ada ukuran berapa banyak pelanggan yang akan diperoleh, persaingan yang meningkat dari perusahaandengan variasi bisnis yang sangat unik (termasuk bisnis perjalanan), dan penyebaran informasi negatif yang cepat.⁴

Digital Marketing merupakan penggunaan fasilitas internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Dengan begitu pemasaran digital dapat diartikan sebagai alat mediasi antara konsumen dengan penjual dalam berkomunikasi sehingga semakin mudahnya konsumen menjangkau penjual dan begitupun sebaliknya.

Pemasaran digital adalah upaya menggunakan media digital atau Internet untuk mempromosikan merek atau produk secara tepat waktu, relevan, dan personal untuk menjangkau konsumen. pemasaran digital mengacu pada kampanye pemasaran yang menggunakan media seperti blog, situs web, email, dan berbagai jaringan media sosial untuk promosi merek.

Bahwa hampir 100.051 jiwa jamaah Indonesia akan tiap taunnya berangkat ketanah suci untuk

⁴ Coviello, "Understanding IT- enabled interactivity in contemporary marketing". *Journal of Interactive Marketing*, (Vol.15 No. 4, 2001) hal. 18-33.

melaksanakan ibadah Haji. Namun kuota yang diberikan oleh pemerintahan Arab Saudi terbatas dan kuota tersebut terbagi menjadi dua 92.825 untuk kuota haji normal dan 7.226 kuota haji luar biasa. Terbatasnya kuota ini dengan masa tunggu yang begitu lama serta dibelatar belakangi juga 3 dengan Wabah Covid -19 membuat jamaah mendapat antian yang sangat lama.⁵

Maka dengan demikian itu banyaknya biro perjalanan umroh bermunculan akibat keinginan kuat umat Islam di Indonesia untuk menunaikan ibadah umroh. Karena ibadah haji yang terlalu lama. Hisyam Saeed, juru bicara Kementerian Haji dan Umroh, mengakui bahwa jumlah orang Indonesia yang melakukan perjalanan umroh meningkat setiap tahun.

Berikut data jumlah jamaah haji dan umrah PT. Bahana Sukses Sejahtera Bengkulu dari tahun ke tahun yang terus semakin meningkat jumlah jamaahnya.

PT BSTravel sebagai salah satu penyedia layanan perjalanan ibadah, mulai memanfaatkan fitur *live streaming* Tiktok untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama generasi muda dan keluarga muslim yang aktif secara digital. *Live streaming* memberi peluang interaksi langsung, pemaparan layanan secara *real-time*,

⁵ Kemenag.co.id, “menag harap kouta kuota haji indonesia naik di 2023”, juli 2022. < <https://kemenag.go.id/internasional/menag-harap-kuota-haji-indonesia-naik-di-2023-v94lbu/>> [diakses, 22 oktober 2025]

dan peningkatan kepercayaan calon jamaah melalui testimoni serta visualisasi perjalanan.

Namun, efektivitas dari strategi ini masih perlu dikaji secara objektif. Apakah *live streaming* benar-benar berdampak pada peningkatan minat, konversi, dan kepercayaan pelanggan, Bagaimana persepsi *audiens* terhadap konten yang ditayangkan serta apakah metode ini lebih efektif dibanding promosi konvensional seperti brosur, pameran, atau iklan televisi.

Studi ini penting untuk memahami seberapa besar pengaruh *live streaming* Tiktok terhadap keputusan calon jamaah, serta untuk memberikan rekomendasi strategis kepada pelaku industri travel umroh dan haji dalam menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen digital.

B. Rumusan masalah

1. Apakah live streaming TikTok efektif sebagai media promosi layanan ibadah umroh di PT BSTravel?
2. Bagaimana respon audiens terhadap konten live streaming yang ditayangkan oleh PT BSTravel di TikTok?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah penggunaan live streaming TikTok efektivitas sebagai media promosi layanan haji dan umroh di PT BSTravel

2. Mengidentifikasi respon dan tingkat keterlibatan audiens terhadap konten live streaming yang disajikan

D. Kegunaan penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis adalah Penelitian berkontribusi pada pengembangan teori atau konsep dalam bidang tertentu. Temuannya bisa memperkuat teori yang sudah ada, menguji hipotesis, atau menghasilkan teori baru. Penelitian ini memperkaya kajian dalam bidang komunikasi pemasaran digital, khususnya terkait efektivitas media sosial berbasis video *live streaming* seperti TikTok dalam mempromosikan jasa berbasis kepercayaan tinggi, seperti ibadah haji dan umroh.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis adalah Penelitian menyelesaikan masalah nyata melalui penerapan hasilnya. Penemuan baru sering digunakan untuk mendukung kebijakan, strategi bisnis, atau inovasi teknologi.

Hasil penelitian ini memberikan masukan strategis bagi PT BSTravel dan pelaku usaha serupa dalam merancang konten promosi yang lebih efektif di TikTok. Penelitian ini juga membantu mereka memahami perilaku *audiens* digital serta memilih metode promosi yang mampu meningkatkan kepercayaan dan konversi pelanggan.⁶

⁶ *Tsurvey.co.id, "manfaat penelitian, pengertian, jenis dan contoh".* 29 November 2024. < <https://tsurvey.id/portal/manfaat-penelitian-pengertian-jenis-dan-contoh/> > [diakses 22 oktober 2025]

E. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian berikut memberikan wawasan yang dapat mendukung kajian Anda:

- a. strategi Pemasaran dengan Memanfaatkan Fitur Tiktok *Live Streaming* sebagai Media Promosi untuk Minat Konsumen, Penelitian ini mengkaji efektivitas fitur Tiktok *Live Streaming* dalam meningkatkan minat beli konsumen. Hasil kajian menunjukkan bahwa *live streaming* tidak hanya memperkuat keterlibatan konsumen tetapi juga meningkatkan kepercayaan terhadap merek, yang akhirnya mendorong keputusan pembelian. Publisherqu.⁷
- b. Efektivitas Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penggunaan dan efektivitas pemasaran digital oleh Haqem Travel dalam menjual produk umrohnya dan meningkatkan jumlah jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital yang diterapkan Haqem Travel efektif dalam

⁷ Davent ,Hendra Riofita, '*strategi pemasaran dengan memanfaatkan fitur tiktok live streaming sebagai media promosi untuk minat konsumen*',pediaqu : jurnal pendidikan sosial dan humaniro1.1(2025)501-506(h.501)

meningkatkan jumlah jamaah. Journal UIN Jakarta⁸.

- c. Pengaruh Media Sosial dan Daya Tarik dalam Meningkatkan Minat Umroh terhadap Keputusan Berkunjung ke Tanah Suci pada Generasi Milenial di Kota Jambi.⁹ Ketiga Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat umroh, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan berkunjung ke Tanah Suci. Jurnal *Online Universitas Jambi*
- d. Efektivitas Promosi Produk Umroh melalui Media Sosial Instagram pada PT. Haji Tour Travel Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media sosial Instagram dalam mempromosikan produk umroh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi masih kurang tertangani dengan baik, sehingga diperlukan strategi pemasaran digital yang tepat Journal UIN Jakarta¹⁰.

⁸ Lulu Rahma aulia, 'Efektivitas pemasaran digital dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh terhadap Keputusan berkunjung ke Tanah Suci pada Generasi Milenial di Kota Jambi', mankeu : jurnal manajemen terapan dan keuangan, 4.12(2022)845-849(h.845)

⁹ Akhmad fuad, syahmardi yacob, 'Pengaruh media sosial dan daya tarik dalam meningkatkan minat umroh terhadap keputusan berkunjung ke tanah suci pada generasi milenial di kota jambi', mankeu : jurnal manajemen terapan dan keuangan, 4.12(2022)845-849(h.845)

¹⁰ Kareena aulia rahma noer, 'Efektivitas promosi produk umroh melalui media sosial instagram pada PT. Haji taur travel' (Skripsi, uin syarif Hidayatullah jakarta, 2024)h1 23

- e. Analisis Video TikTok untuk Mempertahankan Perhatian Konsumen terhadap Layanan *Online* Jasa Aqiqah di Media Sosial, Penelitian ini menganalisis strategi promosi melalui konten TikTok dalam mempertahankan perhatian konsumen terhadap layanan *online* jasa aqiqah. Hasilnya menunjukkan bahwa kombinasi pesan *informing*, *persuading*, dan *reminding* dalam konten TikTok dapat membangun interaksi kuat dengan konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran. Jurnal ISI Yogyakarta.¹¹

F. Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dan studi kasus Metode deskriptif analisis merupakan penelitian yang ditujukan untuk menyelidiki secara terperinci aktivitas dan pekerjaan manusia dan hasil penelitian tersebut dapat memberikan rekomendasi untuk keperluan masa yang akan datang. Penulis memilih menggunakan metode deskriptif analisis karena penulis akan menggambarkan hasil penelitian dari data perusahaan yang diperoleh dan dianalisis oleh penulis.¹²

Penelitian studi kasus merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam

¹¹ Ramadini,rahman dan putra idad,'Analisi video tiktok untuk mempertahankan perhatian konsumen terhadap layanan online jasa aqidah di media sosial',ARS : jurnal seni rupa dan desain,27,2 (2024),85-92(h.85)

¹² Nazir,*Metode Penelitian*.(Jakarta: Ghalia Indonesia,2019)h.71

Sistem Pengendalian Manajemen Pengendalian Biaya *Capital Expenditure* - Struktur Pengendalian Manajemen - Proses Pengendalian Manajemen Total anggaran dengan total aktual biaya *capital expenditure* terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu.¹³ Penulis memilih menggunakan metode studi kasus karena penulis melakukan penelitian pada satu perusahaan yaitu,

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan metode yang digunakan dalam penelitian, yakni:

a. Jenis pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang secara fundamental tergantung pada pengamatan peneliti dalam kawasannya sendiri, kualitatif juga didefinisikan sebagai prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari sumbernya. Metode kualitatif ini menggunakan pendekatan deskriptif.

b. Waktu dan Tempat penelitian

- a. Waktu Penelitian Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada bulan maret – April 2026
- b. Lokasi Penelitian Lokasi Penelitian ini dilakukan di PT BSTravel. Alasan peneliti memilih lokasi

¹³ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2020).h 121

tersebut adalah karena data-data yang diperoleh relevan dan mendukung proses penelitian.

c. Informan penelitian

Informan merupakan individu yang memiliki kemampuan untuk memberikan informasi relevan dan dibutuhkan dalam studi ini. Pemilihan informan dilakukan secara purposif, disesuaikan dengan fokus utama dari penelitian. Informan ini berperan dalam memberikan berbagai informasi sepanjang proses penelitian berlangsung.¹⁴

Informan (narasumber) Penelitian ini Yaitu bapak satrya budi utama selaku perwakilan kepala kantor BSTravel, ibuk vanessa azhara wijaya selaku kepala tim marketing BSTravel, luthfi nur fsdullsh drlsku influencer BSTravel, ibuk dewi apriani selaku jamaah yang mendaftar melalui live streaming tik tok, ibuk lensi lita selaku jamaah yang telah mendaftara melalui live streaming, ibuk rika apriani selaku calon jamaah, ibuk lensi puspita selaku calon jamaah, ibuk deti hayati selaku calon jamaah, bapak iswadi idris selaku calon jamaah dan ibuk Luha selaku calon jamaah. Informan penelitian kualitatif yaitu *informan* penelitian yang memahami informasi tentang objek penelitian. Informasi dipilih harus 1memiliki kriteria

¹⁴ Kiki sapmala marbun, 'kesalahan berbahasa pada penulisan media luar Ruang Di Barus Tapanuli Tengah ', *jurnal bahasa dan sastra indonesia*, 1.21 (2021), pp. 2775-4693

agar informasi yang didapat bermanfaat untuk penelitian yang dilakukan.

d. Sumber data

Sumber data yang saya gunakan dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder

a. Sumber Data Primer Sumber primer dari penelitian ini mengambil dari beberapa sumber yaitu :

1. Bagian Pelayanan administrasi PT BSTravel Tour & Travel Kota Bengkulu Bengkulu untuk memperoleh data mengenai *Partnership*.
2. *Partnership* yang terdapat di PT BSTravel & Travel Kota Bengkulu untuk memperoleh dan mengetahui bagaimana cara kerja *partnership* dalam meningkatkan manajemen pengawasan operasionalnya.
3. Sumber Sekunder Sumber sekunder dari penelitian ini adalah jurnal, skripsi, buku, internet atau peranakan lain yang berhubungan dengan penelitian.

e. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses pengamatan dan ingatan.¹⁵

b. Metode Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan metode yang dilakukan dengan cara komunikasi dua arah. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.¹⁶

c. Metode dokumentasi

Dengan cara melakukan pengumpulan data-data perusahaan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, sehingga dapat dijadikan sebagai

¹⁵ Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.h.145

¹⁶ Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.h.296

salah satu sumber pendukung dalam penelitian. Metode dokumentasi merupakan sebagai sarana data pendukung dalam penelitian.

f. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat di informasikan kepada orang lain.¹⁷ Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif yaitu upaya yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi suatu yang dikelolah, menyintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukanapa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara sebuah data menjadi informasi sehingga karaktersitik data tersebut menjadi mudah untuk menemukan dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan, yang terutama adalah masalah sebuah penelitian.

Adapun teknik analisis data dalam penelitian kualitatif secara umum dimulai dari :

¹⁷ Uptjurnal.co.id, "Teknik analisis data: pengertian, jenis dan cara memilihnya". 13 April 2023.< <https://uptjurnal.umsu.ac.id/teknik-analisis-data-pengertian-jenis-dan-cara-memilihnya/>> [diakses, 11 desember 2025]

a. Analisis Data

Analisis selama pengumpulan data, biasanya dilakukan dengan triangulasi. Kegiatan analisis data selama pengumpulan data meliputi: menetapkan fokus penelitian, penyusunan temuan sementara berdasarkan data yang terkumpul, pembuatan rencana pengumpulan data berikutnya, penetapan sasaran pengumpulan data (informasi, situasi, dan dokumen).¹⁸

b. Reduksi Data.

Reduksi data adalah proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian atau pemfokusan serta penyerdahaan dari semua jenis informasi yang mendukung data penelitian yang diperoleh dan dicatat selama proses penelitian data di lapangan .Dalam proses ini peneliti dapat melakukan pemilihan data yang hendak dikode mana yang dibuang mana yang diambil yang merupakan ringkasan, cerita, apa yang sedang berkembang.¹⁹

c. Penyajian Data.

Penyajian data yaitu menyajikan sekumpulan Informasi Yang Tersusun Dan Memberikan

¹⁸ Uptjurnal.co.id, "Teknik analisis data: pengertian, jenis dan cara memilihnya". 13 April 2023.< <https://uptjurnal.umsu.ac.id/teknik-analisis-data-pengertian-jenis-dan-cara-memilihnya/>> [diakses, 11 desember 2025]

¹⁹ Rony Zufirman, 'Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam Di Man 1 Medan' , Homepage : Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran, 3.2 (2022), 147-153 (h.150)

kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data yang telah diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian kemudian dipilih sesuai dengan yang dibutuhkan, lalu dikelompokkan kemudian diberikan batasan masalah. Dari penyajian data tersebut, maka diharapkan dapat memberikan kejelasan data yang detail dan *substantive* dengan data pendukung.²⁰

d. Verifikasi/Penarikan Kesimpulan.

Menarik kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan sesungguhnya adalah sebagian dari satu kegiatan yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama kegiatan berlangsung yang merupakan tinjauan ulang pada catatan lapangan yang ada.

G. Sistematika penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa bab dan setiap bab terdiri dari sub bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN.

Pada bab ini akan dibahas tentang langkah awal dalam menyusun laporan penelitian: Latar Belakang

²⁰ Uptjurnal.co.id, "Teknik analisis data: pengertian, jenis dan cara memilihnya". 13 April 2023. < <https://uptjurnal.umsu.ac.id/teknik-analisis-data-pengertian-jenis-dan-cara-memilihnya/> > [diakses, 11 desember 2025]

Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metodologi Penelitian, teknik pengumpulan data serta Sistematika Penulisan yang dipakai dalam membahas masalah ini.

BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab ini akan menjelaskan kajian teori yang meliputi: Pemasaran, Umroh, Partnership.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini pembahasannya tentang metode penelitian yang terdiri dari sejarah dan filosofi PT BSTravel, Visi dan Misi, struktur organisasi, letak geografis, Prinsip Kerja, Sarana dan Prasarana.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis membahas tentang hasil penelitian Efektivitas *Live streaming* Tik Tok sebagai media promosi ibadah haji dan umroh dalam meningkatkan jumlah jamaah studi kasus: PT BSTravel.

BAB V PENUTUP

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