

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ibadah haji dan umrah adalah suatu ibadah yang dikerjakan oleh umat Islam di tanah suci. Haji adalah salah satu rukun Islam yang ke lima yang diwajibkan oleh Allah SWT kepada orang-orang yang mampu menunaikannya, yakni memiliki kesanggupan biaya serta sehat jasmani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut. Maka setiap orang yang mampu, apabila tidak melaksanakannya, ia berdosa, dan apabila dilakukan ia mendapatkan pahala. Haji hanya diwajibkan sekali seumur hidup. Ini berarti bahwa apabila seseorang telah melakukan haji yang pertama, maka selesailah kewajibannya. Haji yang berikutnya merupakan haji yang sunnah.

Allah SWT berfirman dalam QS. Ali Imran: 97

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ
الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya: *Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (diantaranya) maqam Ibrahim Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.¹*

Kewajiban melaksanakan haji ini baru disyariatkan pada tahun ke-VI hijriyah, setelah Rasulullah SAW hijrah ke Madinah. Nabi sendiri hanya sekali mengerjakan haji yang kemudian dikenal dengan sebutan Haji Wada. Berbeda dengan ibadah haji yang hanya sekali, Rasulullah SAW tercatat empat kali pernah mengadakan perjalanan untuk melakukan ibadah umrah. ²

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV Diponegoro, 2005), hal. 232

² Ahmad Sarwat, *Seri Fiqih Kehidupan*, (Jakarta: 2011), hlm. 45

Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia, 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 tidak semua orang bisa langsung berangkat haji pada tahun berjalan. Hal ini disebabkan panjangnya daftar antrian di Indonesia atau yang sering disebut dengan daftar tunggu (*waiting list*) yang berkisar 15-20 tahun akibat membludaknya jamaah calon haji per tahunnya.³ Walaupun pemerintah Kerajaan Saudi Arabia telah memberikan kuota tambahan jamaah haji di Indonesia sebanyak 10.000 orang untuk penyelenggaraan tahun 2019.⁴ Hal ini tidak berpengaruh secara signifikan melihat banyaknya jamaah yang mendaftarkan dirinya untuk melaksanakan ibadah haji. Karena seiring bertambahnya pula pendaftar haji setiap tahunnya.⁵

Karena adanya sistem *waiting list* sistem daftar tunggu Haji di Indonesia ini yang cukup lama, masyarakat indonesia cenderung lebih memilih cara pintas yang cepat yaitu dengan melakukan ibadah umroh terlebih dahulu di Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIH) dan melaksanakan haji plus di Penyelenggara Haji Khusus (PIHK). Meskipun, haji plus itu biayanya lebih mahal dibandingkan dengan haji reguler, haji khusus mempunyai kelebihan yaitu sistem *waiting list* nya yang lebih cepat. Dan banyak juga masyarakat memilih ibadah umroh karena tidak membutuhkan waktu lama untuk bisa menunaikan ibadah haji ke baitullah dan umroh bisa dilakukan setiap bulan.

Dampak dari hal ini kemudian membuka peluang hadirnya travel haji dan umroh atau biro-biro perjalanan yang saling berlomba-lomba untuk merekrut para jamaah. Sekarang, dapat dilihat banyak travel yang ikut

³Mustadzkiroh, Akhmad Khisni, *Analisis Kebijakan Pembatasan Pendaftaran Haji (Studi kantor Kementerian Agama Kota Salatiga)*, Vol. 12. No. 2 Juni 2017, hlm. 271

⁴ <https://haji.kemenag.go.id>

⁵ <https://www.republika.co.id/berita/jurnal-haji/berita-jurnal-haji/17/12/27/p1mf19396-kuota-haji-waiting-list-dan-lobby-menag>

mengurusi pelaksanaan ibadah haji dan umrah. Hal ini bisa dilihat dari semakin menjamurnya perusahaan travel haji dan umroh di berbagai daerah baik di kota besar maupun di daerah terpencil sekalipun. Di kota Pekanbaru sendiri tercatat ada 7 travel penyelenggara ibadah haji khusus dan umroh, dan 17 travel untuk penyelenggara umroh, yang sudah berizin resmi dari kementerian agama.⁶

Perkembangan yang pesat dari usaha ini tentunya akan berdampak pada tingkat persaingan yang semakin ketat pula. Persaingan yang ketat secara tidak langsung 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 jamaahnya.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan dengan mempertahankan pelanggan. Mempertahankan pelanggan berarti perusahaan harus mampu memuaskan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya melebihi apa yang diberikan para pesaing, sedangkan meningkatkan pelanggan berarti perusahaan harus menangkap setiap peluang yang ada melalui strategi pemasarannya untuk mendapatkan pelanggan baru.⁷

Dalam rangka merebut dan menguasai pasar untuk mendapatkan pelanggan baru PT. Sela Express Tour menyadari tidaklah mudah tanpa adanya sebuah tindakan nyata berupa kerja keras dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat untuk merekrut jamaahnya. *Marketing mix* merupakan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat memberikan peranan penting terhadap keberhasilan suatu perusahaan untuk dapat tetap

⁶http://riau.kemenag.go.id/file/file/HAJI>Nama_Travel_haji_dan_umrah_provinsi_riau.pdf, (diakses pada tanggal 10 Februari, pukul 11.00)

⁷Tatik Surya, *Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 2

melaksanakan 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.

PT. Sela Express Tour merupakan salah satu lembaga yang bergerak dibidang penyedia jasa perjalanan Ibadah haji khusus dan umroh yang ada di Kota Pekanbaru, yang telah mendapatkan izin dari Kementrian Agama. Izin haji: D/57/2015 dan Umroh: D/127/2015 yang memiliki kantor pusat di Jl. Soekarno Hatta No. 1 B. Sebagai salah satu Jasa Travel Sunnah yang telah berdiri sejak tahun 2002, Selatour merupakan perusahaan yang berpengalaman, terpercaya memberangkatkan jamaah nya dan mampu mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah masyarakat terus berkembang hingga saat ini serta mampu memberangkatkan ratusan jamaah pertahunya. PT. Sela Express Tour berupaya mewujudkan impian para jamaah dengan pengelolaan manajemen profesional dan kekeluargaan yang aman

Berbagai upaya mereka lakukan untuk mendapatkan jamaah sebanyak-banyaknya, tindakan yang dilakukan oleh perusahaan antara lain dengan bekerja bersistemkan tim yang mana tim tersebut memiliki keahlian masing-masing dan saling terhubung satu sama lainnya. Terbukti dengan Selatour memiliki beberapa kantor cabang yang tersebar di beberapa wilayah yang ada di Indonesia, seperti di Jakarta, Banda Aceh, Padang, Payakumbuh, Bukit Tinggi dan Batu Sangkar.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dan mengangkat permasalahan ini dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul **“Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umroh dalam Merekrut Jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru”**.

B. Penegasan Istiah

Dalam penelitian yang berjudul “**Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umroh dalam Merekrut Jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru**”, penulis perlu mempertegas beberapa istilah dalam judul, terutama pada beberapa kata kunci yang penulis anggap penting. Maksudnya untuk menghindari kesalah pahaman terhadap istilah yang terdapat dalam judul penelitian, maka penulis perlu memberikan penegasan pada istilah-istilah berikut:

1. Strategi Pemasaran

Strategi adalah sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.⁸ Sedangkan pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.⁹

Jadi strategi pemasaran yang penulis pakai adalah strategi pemasaran *marketing mix* yaitu serangkaian upaya yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan suatu produk dengan menentukan harga, distribusi dan promosi menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.

2. Paket Ibadah Haji dan Umroh

Istilah paket dalam wisata diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dengan satu atau lebih kunjungan yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual dengan harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata.¹⁰

⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 29

⁹ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002), hlm.

¹⁰ <https://infoobjek.wordpress.com/2014/02/13/definisi-paket-wisata/>. (Diakses pada tanggal 03 Juli Pukul 10.31)

3. Merekrut Jamaah

Rekrutmen adalah proses mencari, menemukan dan menarik para pelamar yang kapabel untuk dipekerjakan dalam dan oleh suatu organisasi.¹¹ Rekrutmen dalam PT. Sela Express Tour berbeda dengan merekrut pegawai atau karyawan, yang dimaksud disini adalah cara rekrutmen calon jamaah haji dan umroh agar bisa masuk ataupun mendaftar di travel haji dan umroh tersebut.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian yang dijelaskan pada latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umroh dalam Merekrut Jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru?”.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umroh dalam Merekrut Jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

- 1) Penelitian ini berguna sebagai tambahan referensi terkait dengan strategi pemasaran PT. Sela Express Tour dalam merekrut jamaah haji dan umrah kota Pekanbaru sehingga menjadi rujukan jika nantinya ada yang melakukan penelitian serupa.

¹¹ Siagian, Sondang, Manajemen *Sumber Daya Manusia*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2002), hlm. 10

- 2) Memperkaya khasanah Ilmu Manajemen Dakwah, khususnya yang berhubungan dengan strategi pemasaran pada organisasi ataupun perusahaan yang bergerak dibidang jasa.
- 3) Sebagai bahan bacaan Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Kegunaan Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk menerapkan strategi pemasaran pada organisasi ataupun perusahaan yang bergerak dibidang jasa.khususnya PT. Sela Express Tour dan travel Pekanbaru dalam meraih tujuan yang telah ditetapkan.
- 3) Dapat bermanfaat bagi pengetahuan penulis dan pembaca, sekaligus sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (SI) dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S,Sos) pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami serta menelaah penelitian ini, skripsi ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan masalah, Tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini berisikan tentang Kajian Teori, Kajian Terdahulu, Kerangka Pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sumber Data, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data, Teknik Analisis Data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM (SUBYEK PENELITIAN)

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang Sejarah PT. Sela Express Tour, Profil PT. Sela Express Tour, Visi Misi dan Kelebihan PT. Sela Express Tour, Struktur Organisasi PT. Sela Express Tour, dan Aktivitas PT. Sela Express Tour.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dan data-data mengenai strategi pemasaran PT. Sela Express Tour dalam merekrut jamaah haji dan umroh Kota Pekanbaru.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran untuk PT. Sela Express Tour dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**