

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

Happy Prima Wisata adalah sebuah perusahaan yang bergerak di biro perjalanan ibadah umrah dan haji khusus yang didirikan sejak tahun 1999 M dengan beberapa layanan lainnya seperti visa, reservasi hotel, dokumen perjalanan, *tour domestic* dan *international*. Travel umrah dan haji khusus ini didirikan bermula dari pengalaman dari seorang pimpinan Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata yaitu Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin yang sedang menjalankan umrah mengikuti biro lain kemudian termotivasi untuk mendirikan sendiri biro umrah yang lebih baik lagi seperti dari segi pelayanannya dan sesuai dengan aturan yang berlaku sesuai dengan undang-undang yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata berdiri karena kepedulian terhadap jamaah umrah maupun haji khusus dengan memberikan pelayanan yang sangat baik. Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin dalam mendirikan Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini sebelumnya telah mempunyai beberapa pengalaman sebagai *muthawif* atau pembimbing di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) serta PT. Happy Prima Wisata Pusat dan dukungan keluarga, sahabat dan masyarakat sekitar yang didapatkan sehingga yakin pada bulan Februari 2009 berdirilah travel umrah dan haji khusus yang diberi nama Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini. Awal berdirinya Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini belum mempunyai izin resmi dari pemerintah dan masih bergabung dengan PT. Happy Prima Wisata Pusat yang terletak di Jakarta. Meskipun travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini belum mempunyai izin resmi dari pemerintah tetapi dalam pelayanan dan operasionalnya sudah mandiri. Pada tahun 2018 travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus telah memperoleh izin dari pemerintah untuk melakukan pelayanan serta kegiatan umrah dan haji khusus, selain pelayanan Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus juga memberikan edukasi kepada jamaah dalam kegiatan bimbingan manasik di tanah air maupun secara langsung di tanah suci Makkah Madinah serta melakukan pembinaan dan *silaturrahim* alumni jamaah umrah.

Pada travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus dipimpin oleh direktur utama Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin beserta 4 (empat) orang stafnya yaitu Maulida Zulfa El-Zuhara sebagai manajer keuangan, Naili Saadah sebagai staf divisi umrah dan haji khusus, Ulya Himmawati sebagai staf administrasi, dan Muhammad Habib sebagai *tour* dan *marketing*. Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini sudah mendapatkan dukungan dari masyarakat sekitar dan selalu memberangkatkan jamaah umrah setiap bulannya.¹

2. Profil Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

Perusahaan ini bernama PT. Happy Prima Wisata yang kantor pusatnya berada di Jakarta Selatan tepatnya di Twink Building Jalan Kapten Tendean No. 82 dan memiliki 8 cabang salah satunya di Kudus. PT. Happy Prima Wisata mempunyai Cabang di Kudus yang diberi nama Noor El-Fata dengan direktur utamanya Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin. Perusahaan ini bergerak dibidang biro perjalanan umrah dan haji khusus dengan menyediakan berbagai paket dan layanan seperti *tour* dan *ticketting*, pengurusan dokumen perjalanan, visa, transportasi, reservasi hotel. Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini berdiri sejak bulan Februari 2009.

PT. Happy Prima Wisata Kudus beralamatkan di Jalan Mayor Basuno No. 30B, Desa Sunggingan, Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Informasi kontak nomor telepon (0291) 431229 / 08112888318, e-mail : naily_annisa@yahoo.com. PT. Happy Prima Wisata dalam menjalankan operasionalnya sudah mendapatkan izin dari pemerintah yaitu Keputusan Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah Nomor 1532 Tahun 2017 tentang penetapan kembali izin operasional kegiatan umrah dimasa pandemi. Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini memiliki izin operasional resmi dari pemerintah dengan SK Umrah Nomor 812 Tahun 2018 yang telah lama berpengalaman dan selalu mengutamakan pelayanan ibadah terbaik, dan travel ini mendapatkan dukungan dan kepercayaan masyarakat karena sudah beberapa kali memberangkatkan jamaah umrah maupun haji khusus dengan pelayanan terbaik yang diberikan.²

¹ Dokumentasi PT. Happy Prima Wisata Kudus

² Dokumentasi PT. Happy Prima Wisata Kudus

3. Visi, Misi dan Motto Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

Adapun visi dari PT. Happy Prima Wisata Kudus yaitu:³

- a. Untuk menjadi salah satu perusahaan jasa wisata terbaik dan perusahaan yang mempunyai pelayanan serta produk yang lengkap khususnya dalam bidang paket umrah dan haji khusus serta mewujudkan umat Islam yang bahagia dunia dan akhirat.

Misi dari PT. Happy Prima Wisata Kudus yaitu:

- a. Memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan kepada semua pelanggan.
- b. Memberikan kesejahteraan kepada setiap anggota perusahaan, pemegang saham, manajemen dan seluruh karyawan.

Motto PT. Happy Prima Wisata Kudus yaitu :”Memberikan Layanan Ibadah Terbaik.”⁴

4. Letak Geografis Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

- a. Lokasi

Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini berlokasi tepatnya di Jalan Mayor Basuno No. 30, Desa Sunggingan RT 02 RW 01, Kecamatan Kota, Kabupaten Kudus, Povinsi Jawa Tengah, Kode Pos 59137. Kantor ini berdiri di tanah milik pribadi direktur utama Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus. Kantor ini letaknya sangat strategis sehingga memudahkan masyarakat untuk mengetahuinya yaitu kantor berada di pinggir jalan tepatnya utara jalan menghadap ke selatan.

- b. Letak Geografis

Travel Haji dan Umrah Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini terletak di Desa Sunggingan, Kecamatan Kota Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah Indonesia, yang berbatasan langsung dengan:⁵

Utara	: Rumah Ibu Hj. Alifah
Timur	: Rumah Bapak Sulistianto
Barat	: Tanah Wakaf Musholla Al-Hidayah
Selatan	: Jalan Raya Mayor Basuno

³ Berdasarkan informasi di laman web resmi PT. Happy Prima Wisata, <https://happyprimawisata.co.id/> diakses pada 2 Januari 2023, pukul 10.10 WIB.

⁴ Dokumentasi PT. Happy Prima Wisata Kudus

⁵ Noor Faiq Thamrin (Direktur Utama), Hasil Wawancara 1 dengan Peneliti, 20 Februari 2023.

5. Tujuan Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

Tujuan travel haji dan umrah Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendeknya yaitu memberikan pelayanan terhadap jamaah dengan rasa kepedulian dalam pelayanan umrah dan haji *plus* agar dapat menjalankan ibadah umrah dan haji sesuai dengan syariat. Sedangkan tujuan jangka panjangnya yaitu menyediakan pelayanan berbasis digital agar lebih memudahkan jamaah, memperbesar merk dagang “Noor El-fata” dengan membuka kanto-kantor baru di kota lain, membumikan syiar dakwah melalui ibadah umrah maupun haji *plus* untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi.⁶

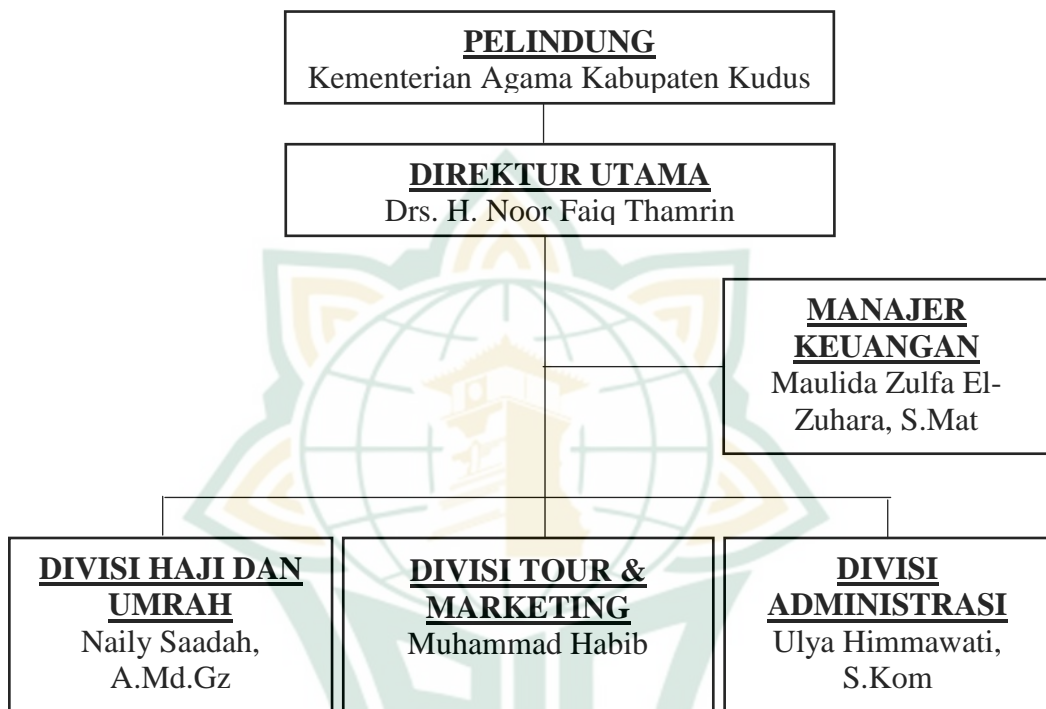
6. Struktur Organisasi Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

Struktur organisasi menjadi bagian yang harus ada dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Struktur organisasi memiliki pengaruh besar bagi perilaku organisasi atau orang-orang yang ada dalam organisasi serta efektivitas dari organisasi tersebut.⁷ Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus memiliki struktur organisasi yang terstruktur dan memiliki tugas dan fungsi masing-masing. Berikut adalah struktur organisasi beserta tugasnya:

⁶ Noor Faiq Thamrin (Direktur Utama), Hasil Wawancara 1 dengan Peneliti, 20 Februari 2023.

⁷ Wayan Gede Supartha dan Desak Ketut Sintaasih, *Pengantar Perilaku Organisasi (Teori, Kasus dan Aplikasi Penelitian)*, (Denpasar: CV. Setia Bakti, 2017), 11.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Happy Prima Wisata Kudus⁸



Adapun tugas pokok dan fungsi dari struktur organisasi di atas yaitu:⁹

- a. Pelindung : Kementerian Agama Kabupaten Kudus
Memiliki tugas dan fungsi sebagai pemegang kekuasaan tertinggi, melaksanakan tugas dan tanggung jawab atas seluruh keputusan pada hasil konferensi.
- b. Direktur Utama : Drs. H. Noor Faiq Thamrin
Berfungsi sebagai penanggung jawab dalam mengatur, mengawasi seluruh kegiatan yang ada di biro, menangani hambatan maupun kesulitan yang tidak dapat diatasi oleh staf.
- c. Manajer Keuangan : Maulida Zulfa El-Zuhara

⁸ Naily Saadah (Divisi Haji dan Umrah), Hasil Wawancara III dengan peneliti, 31 Januari 2022.

⁹ Naily Saadah (Divisi Haji dan Umrah), Hasil Wawancara III dengan peneliti, 31 Januari 2022.

Bertugas sebagai penjamin jawab seluruh bagian dan kegiatan-kegiatan di PT. Happy Prima Wisata Kudus, mengelola keuangan dana jamaah dan membuat laporan keuangan.

- d. Divisi Haji dan Umrah : Nailly Saadah, Amd.Gz
Bertugas dalam memberikan informasi kepada jamaah melalui grup *whatsapp* calon jamaah berdasarkan periode keberangkatan, mengatur dan mengoordinir jamaah mulai dari keberangkatan sampai pemulangan.
- e. Divisi Tour & Marketing : Muhammad Habib
Bertugas dalam mengurus paspor jamaah ke kantor imigrasi, pengurusan akta hasil suntik meningitis, pengurusan reservasi tempat bimbingan manasik, membuat dan mengelola media sosial, memberikan informasi dan penawaran mengenai paket-paket umrah yang terdapat di Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, dan mengoordinir para *freelance* marketing.
- f. Divisi Administrasi : Ulya Himmawati, S.Kom
Divisi administrasi bertugas dalam menerima berkas-berkas calon jamaah umrah, kemudian melakukan *cross check* berkas-berkas tersebut, menyimpan dan mengelola data-data calon jamaah yang masuk ke dalam sistem, memilah berkas-berkas yang dikumpulkan jamaah sebagian berkas untuk dikirim ke kantor pusat PT. Happy Prima Wisata dan sebagiannya lagi untuk arsip.

Kegiatan pelayanan Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus dilakukan dengan sangat baik dan dengan sumber daya manusia yang sudah ahli dibidangnya, sehingga dapat melaksanakan tugas dengan baik sesuai dengan bidangnya.

7. Produk-produk pada Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

Program yang ditawarkan oleh PT. Happy Prima Wisata Kudus lebih fokus ke program umrahnya karena untuk Haji Plus setahun hanya sekali dan peminatnya sedikit. Berikut ini adalah program umrah yang ditawarkan, antara lain:¹⁰

a. Umrah Regular

Merupakan program umrah biasa yang dilaksanakan selama 9 hari dan 12 hari disetiap bulannya. Umrah regular

¹⁰ Nailly Saadah (Divisi Haji dan Umrah), Hasil Wawancara III dengan peneliti, 31 Januari 2022.

memiliki beberapa paket dengan akomodasi hotel yang berbeda-beda, diantaranya yaitu:

1) Umrah Paket Hemat

Umrah paket hemat termasuk paket umrah bintang 3 (tiga) yang sangat diminati dan menjadi favorit oleh para jamaah karena dilihat dari harga dan fasilitas yang didapatkan. Selain itu, paket hemat berjarak hotel ke ka'bah lumayan dekat. Jarak tersebut yaitu \pm 300 meter dari pelataran. Untuk hotel yang digunakan di Makkah menggunakan hotel Fajar Badie 2, sedangkan di Madinah hotelnya Daarun Naim. Umrah paket hemat ini dilaksanakan selama 9 dan 12 hari dengan harga yang berbeda. Adapun tabel harga dan tanggal keberangkatan umrah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Paket Hemat Umrah PT. Happy Prima Wisata
Kudus

Tanggal	Paket 9 Hari	Paket 12 Hari
10 / 24 Agustus 2022	29,5 JT	32,5 JT
2 / 16 September 2022	29,5 JT	32,5 JT
5 / 19 Oktober 2022	29,5 JT	32,5 JT
2 / 16 / 30 November 2022	29,5 JT	32,5 JT
7 / 18 Desember 2022	32,5 JT	34,5 JT
4 / 18 Januari 2023	29,5 JT	32,5 JT
1 / 15 Februari 2023	29,5 JT	32,5 JT
1 / 15 Maret 2023	29,5 JT	32,5 JT
23 Maret 2023 (awal ramadhan)	32,5 JT	35,5 JT
23 Maret 2023 (full ramadhan 30 hr)		59 JT
8 April 2023 (lailatul qadar 14 hr)		53 JT
25 April 2023 (syawal)	31,5 JT	34,5 JT
9 / 23 Agustus 2023	31,5 JT	34,5 JT
13 / 27 September 2023	31,5 JT	34,5 JT
11 / 25 Oktober 2023	31,5 JT	34,5 JT
15 / 29 November 2023	31,5 JT	34,5 JT
13 / 27 Desember 2023	31,5 JT	34,5 JT

2) Umrah Paket Silver

Umrah paket silver termasuk paket umrah bintang 4 (empat) yang lumayan diminati oleh para jamaah karena dilihat dari harga dan fasilitas yang didapatkan. Selain itu,

paket silver berjarak dekat dengan ka'bah. Jarak tersebut yaitu \pm 200 meter dari pelataran. Untuk hotel yang digunakan di Makkah menggunakan hotel Rayyana, sedangkan di Madinah hotelnya Province Al-Sham. Umrah paket silver ini dilaksanakan selama 9 dan 12 hari dengan harga yang berbeda. Adapun tabel harga dan tanggal keberangkatan umrah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Paket Silver Umrah PT. Happy Prima Wisata
Kudus

Tanggal	Paket 9 Hari	Paket 12 Hari
10 / 24 Agustus 2022	32,5 JT	35,5 JT
2 / 16 September 2022	32,5 JT	35,5 JT
5 / 19 Oktober 2022	32,5 JT	35,5 JT
2 / 16 / 30 November 2022	32,5 JT	35,5 JT
7 / 18 Desember 2022	34,5 JT	37,5 JT
4 / 18 Januari 2023	32,5 JT	35,5 JT
1 / 15 Februari 2023	32,5 JT	35,5 JT
1 / 15 Maret 2023	32,5 JT	35,5 JT
23 Maret 2023 (awal ramadhan)	35,5 JT	38,5 JT
25 April 2023 (syawal)	34,5 JT	37,5 JT
9 / 23 Agustus 2023	34,5 JT	37,5 JT
13 / 27 September 2023	34,5 JT	37,5 JT
11 / 25 Oktober 2023	34,5 JT	37,5 JT
15 / 29 November 2023	34,5 JT	37,5 JT
13 / 27 Desember 2023	34,5 JT	39,5 JT

3) Umrah Paket Exclusive

Umrah paket Exclusive termasuk paket umrah bintang 5 (lima) yang lumayan diminati oleh para jamaah kelas atas karena dilihat dari harga dan fasilitas yang didapatkan. Selain itu, paket exclusive berjarak sangat dekat dengan ka'bah. Jarak tersebut yaitu di depan pelataran masjid. Untuk hotel yang digunakan di Makkah menggunakan hotel Plum Zam-Zam, sedangkan di Madinah hotelnya Raudhoh Royal Inn. Umrah paket exclusive ini dilaksanakan selama 9 dan 12 hari dengan harga yang berbeda. Adapun tabel harga dan tanggal keberangkatan umrah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Paket Exclusive Umrah PT. Happy Prima Wisata
Kudus

Tanggal	Paket 9 Hari	Paket 12 Hari
10 / 24 Agustus 2022	34,5 JT	37,5 JT
2 / 16 September 2022	34,5 JT	37,5 JT
5 / 19 Oktober 2022	34,5 JT	37,5 JT
2 / 16 / 30 November 2022	34,5 JT	37,5 JT
7 / 18 Desember 2022	36,5 JT	39,5 JT
4 / 18 Januari 2023	34,5 JT	37,5 JT
1 / 15 Februari 2023	34,5 JT	37,5 JT
1 / 15 Maret 2023	34,5 JT	37,5 JT
25 April 2023 (syawal)	36,5 JT	39,5 JT
9 / 23 Agustus 2023	39,5 JT	44,5 JT
13 / 27 September 2023	39,5 JT	44,5 JT
11 / 25 Oktober 2023	39,5 JT	44,5 JT
15 / 29 November 2023	39,5 JT	44,5 JT

4) Umrah Paket Promo

Umrah paket promo termasuk paket umrah bintang 2 (dua) yang lumayan diminati oleh para jamaah karena dilihat dari harga dan fasilitas yang didapatkan. Selain itu, paket silver berjarak dekat dengan ka'bah. Jarak tersebut yaitu \pm 200 meter dari pelataran. Untuk hotel yang digunakan di Makkah menggunakan hotel Rayyana, sedangkan di Madinah hotelnya Provinee Al-Sham. Umrah paket silver ini dilaksanakan selama 9 dan 12 hari dengan harga yang berbeda. Adapun tabel harga dan tanggal keberangkatan umrah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Paket Promo Umrah PT. Happy Prima Wisata
Kudus

Tanggal	Paket 9 Hari	Paket 12 Hari
10 / 24 Agustus 2022	27,5 JT	29,5 JT
2 / 16 September 2022	27,5 JT	29,5 JT
5 / 19 Oktober 2022	27,5 JT	29,5 JT
2 / 16 / 30 November 2022	27,5 JT	29,5 JT
7 / 18 Desember 2022	29,5 JT	31,5 JT
4 / 18 Januari 2023	27,5 JT	29,5 JT

1 / 15 Februari 2023	27,5 JT	29,5 JT
1 / 15 Maret 2023	27,5 JT	29,5 JT
23 Maret 2023 (awal ramadhan)	30,5 JT	32,5 JT
25 April 2023 (syawal)	29,5 JT	31,5 JT
9 / 23 Agustus 2023	29,5 JT	31,5 JT
13 / 27 September 2023	29,5 JT	31,5 JT
11 / 25 Oktober 2023	29,5 JT	31,5 JT
15 / 29 November 2023	29,5 JT	31,5 JT
13 / 27 Desember 2023	31,5 JT	33,5 JT

b. Umrah Terencana

Paket umrah terencana ini merupakan paket umrah yang dilaksanakan pada bulan Februari dengan harga yang lebih terjangkau dan disesuaikan dengan bulan pelunasan. Jamaah diberikan pilihan untuk memilih pada bulan apa pelunasan pembiayaan umrah, semakin jauh jadwal keberangkatan, maka akan lebih murah harga yang didapatkan, tentunya tetap mendapatkan pelayanan yang terbaik.

Tabel 4.5
Paket Umrah Terencana PT. Happy Prima Wisata
Kudus

Tanggal Keberangkatan 7 Februari 2024	
Bulan Pelunasan	Harga
Desember 2022	20 JT
Januari 2023	20,5 JT
Februari 2023	21 JT
Maret 2023	21,5 JT
April 2023	22 JT
Mei 2023	22,5 JT
Juni 2023	23 JT
Juli 2023	23,5 JT
Agustus 2023	24 JT
September 2023	24,5 JT
Oktober 2023	25 JT
November 2023	25,5 JT
Desember 2023	26 JT
Akomodasi Hotel :	
Makkah : layan Ajyad (± 300 m)	
Madinah : Durroh Andalus (± 100 m)	

c. Umrah *Plus*

1) Umrah *Plus* Thaif

Umrah *plus* kota Thaif ini dilaksanakan selama 13 Hari berangkat pada tanggal 9 Maret 2023, dengan harga Rp 32.500.000,- (tiga puluh dua juta lima ratus ribu rupiah). Fasilitas yang didapatkan yaitu: menggunakan tiket pesawat Indonesia dan Arab Saudi, mendapatkan visa, hotel di Madinah menempati hotel Abraj Tabā sedangkan di Makkah menempati hotel Fajr Badea 2, bus ber-AC, makan 3x sehari, asuransi, BRN, PCR Umrah 3x, air zam-zam, bagasi 30kg, bimbingan manasik, ziarah dan wisata Makkah-Madinah-Thaif dan perlengkapan umrah.

2) Umrah Awal Ramadhan

Program umrah paket awal ramadhan ini dilaksanakan selama 12 hari. Fasilitas yang didapatkan yakni : mendapatkan tiket pesawat Indonesia-Saudi, Visa Hote, Umrah 3x (tiga kali) , makan 3x sehari, bus ber-AC, asuransi, BRN, PCR, bimbingan manasik, ziarah dan wisata Makkah-Madinah, perlengkapan umrah, bagasi 30kg, air zam-zam 5L. Umrah awal Ramadhan ini terdiri dari 2 (dua) paket umrah yakni:

a) Paket Hemat

Paket hemat ini termasuk paket bintang 3 (tiga) dengan harga Rp 36.500.000,- (tiga puluh enam juta lima ratus ribu rupiah) dan mendapatkan akomodasi hotel di Makkah menempati hotel Fajr Badea 2 sedangkan di Madinah hotel Darun Naeem.

b) Paket Silver

Paket silver ini termasuk paket bintang 4 (empat) dengan harga Rp 39.500.000,- (tiga puluh sembilan juta lima ratus ribu rupiah) dan mendapatkan akomodasi hotel di Makkah menempati hotel Rayyana sedangkan di Madinah hotel Provinee Al-Sham.

3) Umrah Lailatul Qadar

Program umrah paket lailatul qadar ini dilaksanakan selama 14 hari, dengan harga Rp 53.000.000,- (lima puluh tiga juta rupiah). Fasilitas yang didapatkan diantaranya: tiket pesawat Indonesia-Saudi, visa, hotel, umrah 3x, bus ber-AC, makan 3x sehari, asuransi, BRN, PCR, bimbingan manasik, ziarah dan wisata Makkah dan Madinah, perlengkapan umrah, bagasi 30kg, air zam-zam 5 liter.

4) Umrah Syawal

Program umrah syawal ini dilaksanakan selama 13 hari untuk program paket hemat dan paket exclusive. Untuk fasilitas yang didapatkan antara lain: tiket pesawat Indonesia-Saudi, visa, hotel, umrah 3x, bus ber-AC, makan 3x sehari, asuransi, BRN, PCR, bimbingan manasik, ziarah dan wisata Makkah dan Madinah, perlengkapan umrah, bagasi 30kg, air zam-zam 5 liter. Untuk paket hemat dengan harga Rp 34.500.000,- (tiga puluh empat juta lima rtaus ribu rupiah) sedangkan untuk paket exclusive dengan harga Rp 40.500.000,- (empat puluh juta lima ratus ribu rupiah).

d. Haji Plus

Program haji *plus* ini merupakan program haji yang diselenggarakan oleh pihak swasta atau biro perjalanan haji. Perbedaan antara haji reguler dengan haji *plus* yaitu haji reguler masa tunggu keberangkatannya lama sedangkan haji *plus* masa tunggu keberangkatannya cepat, dan itu semua berpengaruh terhadap harga, dimana program haji *plus* ini harganya lebih mahal dibandingkan dengan biaya haji reguler. Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini menyediakan program haji *plus* yang terdiri dari 2 (dua) paket yaitu:

- 1) Paket VIP harga 18.500 US\$ atau setara dengan 289 Juta. Harga tersebut sudah termasuk akomodasi hotel bintang 5 baik di Makkah maupun Madinah, visa haji mujamalah, maktab VIP, Pesawat Saudi Airlines dan perlengkapan dari travel.
- 2) Paket Ekonomis harga 15.000 US\$ setara dengan 234 Juta. Harga tersebut termasuk akomodasi hotel bintang 3 baik di Makkah maupun di Madinah, visa haji mujamalah, maktab *furodah*, pesawat Scoot Airlines dan perlengkapan dari travel.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Strategi Pemasaran Umrah Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

Strategi pemasaran dilakukan dengan tujuan agar dalam proses menjual atau memasarkan produk menjadi lebih mudah. PT. Happy Prima Wisata Kudus memiliki strategi pemasaran yang dapat meningkatkan jamaah. Zaman sekarang ini banyak sekali travel haji dan umrah yang sudah berdiri dimana-mana terutama di Kudus ini. Maka dengan begitu, perusahaan harus bisa mengatur strategi yang tepat dan agar tidak tersaing oleh perusahaan lain dan

bisa mendapatkan jamaah lebih banyak walaupun yang difokuskan bukan mendapatkan jumlah jamaah yang banyak, tetapi untuk memfasilitasi calon-calon jamaah yang ingin menunaikan ibadah umrah ke tanah suci Makkah.

Menurut Direktur utama PT. Happy Prima Wisata Kudus Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin, bahwa strategi yang digunakan PT. Happy Prima Wisata Kudus, diantaranya yaitu:¹¹

1) Sosialisasi Program Umrah

Sosialisasi disini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat atau calon jamaah yang mempunyai keinginan untuk ibadah umrah. Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh penulis bersama Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin selaku pimpinan Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, sebagai berikut:

“sosialisasi kita lakukan dengan beberapa hal yakni yang pertama melalui brosur yang kita sebarkan ke calon-calon jamaah, kemudian melalui informasi yang kita kembangkan lewat alumni jamaah yang sudah lama berada dalam grup-grup jamaah umrah, yang ketiga lewat jamaah yang datang langsung ke kantor. Itu hal yang sering kita lakukan”.

Hasil wawancara yang telah penulis dapatkan, dapat diketahui bahwasanya strategi yang digunakan oleh Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus yaitu ada sosialisasi program umrah. Sosialisasi ini dilakukan dengan berbagai macam cara yakni melalui brosur, melalui media sosial, dan juga melalui jamaah yang datang langsung ke kantor.

Bentuk sosialisasi program umrah disini yaitu:

a) Melalui brosur

Brosur didesain dengan sedemikian rupa lengkap dengan tulisan yang mudah dibaca dan difahami oleh calon jamaah. Pada brosur terdapat beberapa informasi mengenai macam-macam paket umrah lengkap dengan fasilitas dan harga yang tertera. Mulai dari paket hemat itu termasuk paket dengan bintang 3 (tiga) dan merupakan paket yang menjadi *best seller* banyak diminati jamaah, paket silver

¹¹ Noor Faiq Thamrin (Direktur Utama), Hasil Wawancara 1 dengan Peneliti, 20 Februari 2023.

merupakan paket bintang 4 (empat) dan banyak juga peminatnya, paket exclusive yang merupakan paket bintang 5 (lima) paket ini banyak diminati oleh masyarakat kalangan atas, paket promo merupakan paket dengan bintang 2 (dua) namun sedikit peminatnya. Ada berbagai macam brosur yang tertera dengan tulisan-tulisan yang dapat menarik minat pembaca atau calon-calon jamaah. Seperti umrah maulid bersama Habib Haidar AlKaff paket umrah 9 hari keberangkatan pada 27 September 2023, umrah bersama KH. Bahauddin Yasir paket umrah 10 hari keberangkatan pada 23 Agustus 2023.

Gambar 4.2
Brosur Umrah Bersama Habib Haidar ALKaff

Umroh Maulid
bersama
HABIB HAIDAR ALKAFF
27 September 2023 - Program 9 hari

Hotel
Mekkah : Snood Ajjad / setaraf • Madinah : Sama Almasi / setaraf

Sudah Termasuk
Tiket PP Jakarta-Madinah (Direct Flight) • VISA • LA • Bus AC
Hotel • Paket Umroh 3x • Handling Saudi & Indonesia • Muthowif / Guide
Makan 3x • Paket Ziarah Mekkah Madinah • Bagasi • Air Zam - Zam 5 Liter
Perlengkapan Umroh : Koper, tas ransel, tas selempang, tas sandal, kain batik, buku doa, kain ihrom & sabuk (pria atasan mukena & jilbab (wanita))

Belum Termasuk
Pembuatan Paspor • Kebutuhan Pribadi • Kelebihan Bagasi

Quard 29.500.000
Triple 30.500.000
Double 31.500.000

Hubungi Kami:
08112888318
085815061131

IG: noorellata | Tiktok: noarellatakudus | Youtube: Happy Prima Wisata Kudus

Gambar 4.3
Brosur Umrah Bersama KH. Bahaudin Yasir

NOOR ELFATA

UMROH
bersama
KH. BAHAUDDIN YASIR

27.500.000

23 Agustus 2023 (10 hari)

HOTEL:
Mekkah: Majid Zahabi /setaraf (sekitar 350m)
Madinah: Mirage Salam /setaraf(sekitar 250m)

SEGERA DAFTAR!
Kuota Terbatas

FASILITAS :
Tiket Pesawat Lion Air PP Jakarta-Madinah (Direct / Tanpa Transit)
Transportasi PP Jepara-Jakarta by Bus Executive | VISA Umroh
Umroh 3x | Pembimbing | Muthowif | Hotel 1 kamar berempat | Bus AC
Selama di Saudi | Ziarah & Wisata Mekkah-Madinah | Makan 3x sehari
Asuransi | BRN | Bimbingan Manasik | Handling Indonesia & Saudi
Perlengkapan Umroh | Bagasi 30 kg | Air zam-zam 5L

TIDAK TERMASUK :
Paspur & Kelebihan Bagasi

*Harga bisa berubah sewaktu-waktu sesuai keputusan pemerintah Arab Saudi & Indonesia

0291 431229 | 0812888318 | 085815061131 | Jl. Mayor Basuno no 30, Sunggingan Kudus
IG : @noorelfata | Tiktok : @noorelfatakudus | email : malidiazura@gmail.com
Youtube & Gmaps : Happy Prima Wisata Kudus

Jadi, dengan adanya brosur dengan paket-paket umrah yang sudah tertera tersebut maka calon jamaah dapat memahami dan memilih paket mana yang diinginkan sesuai dengan hati nurani.

b) Memanfaatkan media sosial

Teknologi informasi yang sekarang ini semakin berkembang, khususnya media sosial yang menjadi salah satu media untuk memberikan informasi kepada khalayak publik yang tersebar dengan cepat. Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus memanfaatkan media sosial sebagai media untuk memasarkan paket umrahnya melalui akun instagram, whatsapp, facebook, youtube, dan tiktok. Dengan memanfaatkan media sosial tersebut maka informasi dapat meluas dan dapat secara mudah diakses oleh masyarakat umum. Adapun media sosial tersebut diantaranya akun instagram: <https://instagram.com/noorelfata?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>, akun Tiktok:

<https://www.tiktok.com/@noorelfatakudus? t=8d9M AztkiYr& r=1>

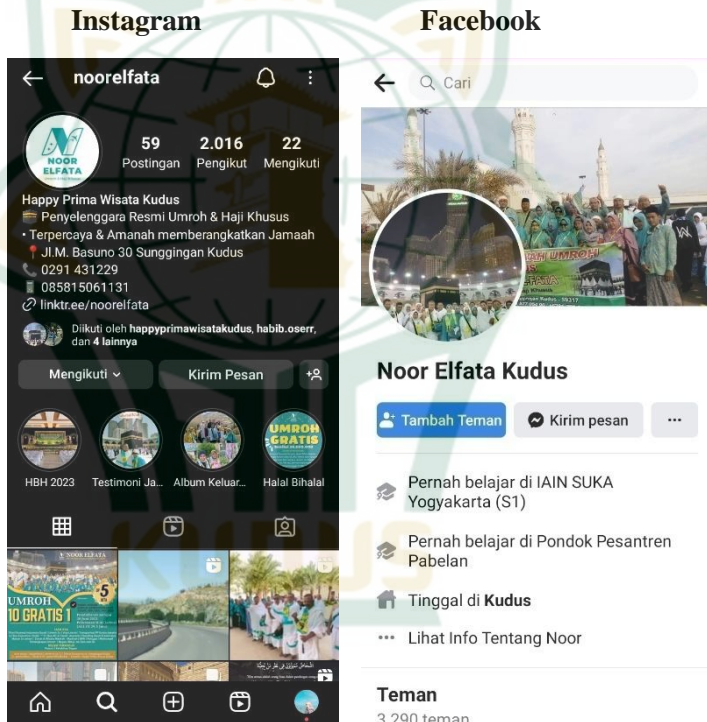
Akun Youtube:

<https://youtube.com/@happyprimawisatakudus9601> ,

Akun Facebook:

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100069459452626&mibextid=ZbWKwL>

Gambar 4.4
Media sosial Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata
Kudus





c) Calon jamaah yang datang langsung ke kantor

Calon jamaah yang mempunyai keinginan untuk berangkat umrah biasanya langsung datang ke kantor untuk mencari informasi mengenai paket atau program-program umrah yang diinginkan. PT. Happy Prima Wisata Kudus melayani dengan sangat baik dan sepenuh hati untuk para calon tamu Allah SWT. Calon jamaah datang langsung ke kantor PT. Happy Prima Wisata Kudus yang terletak di Desa Sunggingan, Kecamatan Kota Kabupaten Kudus ini kemudian diberi brosur dan dijelaskan mengenai jadwal keberangkatan, harga, fasilitas yang didapatkan, akomodasi, dan lainnya. Kemudian calon jamaah mempertimbangkan semuanya dan ketika sudah yakin dengan paket yang dipilih maka nantinya akan diberikan formulir sebagai bukti pendaftaran yang sah dan memberikan uang muka sebesar Rp 10.000.000,-. Untuk waktu pelunasan maksimal 45 hari sebelum waktu pemberangkatan.

- d) Melalui Informasi yang dikembangkan lewat alumni jamaah (*word of mouth*)

Strategi *word of mouth* (dari mulut ke mulut) sangat berpengaruh terhadap peningkatan jamaah umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus. Strategi ini yakni dari testimoni para alumni jamaah umrah yang pernah umrah melalui PT. Happy Prima Wisata Kudus yang dengan suka rela mereka menginformasikan kepada teman, kerabat, keluarga atau saudara yang memiliki keinginan untuk berangkat umrah. Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh penulis bersama Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin selaku pimpinan Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, sebagai berikut:

“sejauh ini strategi yang paling kuat yaitu *word of mouth* seperti testimoni dari alumni jamaah. Jamaah yang sudah merasa senang dengan travel kami contoh testimoni mereka ini malah tanpa kita minta mereka seolah menjadi kekuatan marketing”.

Hasil wawancara yang telah penulis dapatkan, dapat diketahui bahwasanya strategi yang digunakan oleh Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus yaitu *Word of mouth* ini dilakukan oleh alumni jamaah yang dengan suka rela dan bersedia untuk membicarakan, mempromosikan dan merekomendasikan paket umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus sesuai dengan pengalaman yang mereka rasakan. Banyak sekali dari calon jamaah yang datang ke kantor dan bercerita mereka mengetahui PT. Happy Prima Wisata Kudus ini karena mendapatkan informasi dari kerabatnya yang umrah melalui travel ini. Mereka sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Happy Prima Wisata Kudus. Maka tetap ke semboyan awal bahwa PT. Happy Prima Wisata Kudus itu “Memberikan Layanan Ibadah Terbaik”.

- 2) Sajian Penawaran yang berbeda

Sajian penawaran yang berbeda yang dimaksud disini adalah melalui promo-promo yang diberikan. Seperti contoh ketika hari ulang tahun Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, dengan adanya promo tersebut maka calon jamaah akan merasa senang dan ingin segera berangkat menunaikan ibadah

umrah. Sajian penawaran yang berbeda berupa promo yang diberikan ada juga pelayanan yang terbaik. Sesuai dengan motto PT. Happy Prima Wisata Kudus yaitu memberikan layanan ibadah terbaik. Calon jamaah akan mendapatkan layanan yang sangat baik dari staf. Sesungguhnya Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata selalu mengutamakan pelayanan, karena dengan pelayanan yang kita berikan secara maksimal maka calon jamaah akan merasa senang dan puas. Rasa senang dan kepuasan itu kalau sudah muncul di benak jamaah berarti mereka merasa nyaman dengan travel ini. Maka jamaah lain waktu akan menceritakan kepada keluarga, teman, saudara untuk umrah melalui Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus saja. Testimoni-testimoni dari alumni jamaah akan mengalir sendiri, itu merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat berpengaruh dalam peningkatan jamaah.

3) Melalui Agen

Agen disini sangat berpengaruh terhadap pemasaran program umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus. Agen dipilih secara langsung oleh direktur utama PT. Happy Prima Wisata Kudus Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin yang sudah berpengalaman dan bisa menjaga amanah. Jadi agen menjalankan tugasnya sesuai dengan fakta dan informasi yang dimiliki oleh perusahaan PT. Happy Prima Wisata Kudus tanpa ada yang dilebih-lebihkan. Agen disini mengedepankan kedekatan psikologi.

4) Data Perkembangan Jumlah Jamaah Umrah Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus.

No	Bulan	Jumlah Jamaah
1.	Tahun 2019	870 jamaah
2.	Tahun 2020	985 jamaah
3.	Tahun 2022	1.055 jamaah

Penulis menyimpulkan bahwa jumlah jamaah pertahunnya terjadi peningkatan dikarenakan strategi yang digunakan sudah berjalan sesuai tujuan awal yakni dengan meningkatkan pelayanan terbaik dan terus memperbarui program-program umrah yang diberikan dengan mensosialisasikannya kepada calon jamaah. berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 jumlah jamaah

sebanyak 985 jamaah dan mengalami peningkatan di tahun 2022 menjadi total jamaah 1.055 jamaah.¹²

2. Faktor Pendukung Dan Penghambat Pemasaran Umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus

Dalam proses pemasaran program umrah terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong proses pemasaran dan juga faktor yang menjadi penghambat dalam proses pemasaran. Adapun faktor pendukung dalam proses pemasaran program umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus yaitu:¹³

1) Kekuatan dari Agen

Agen menjadi salah satu faktor dalam mendorong proses pemasaran program umrah di Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini. Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh penulis bersama Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin selaku pimpinan Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, sebagai berikut:

“dengan agen-agen yang ada di masing-masing tempat atau daerah itu, didalam dunia travel umrah itu masyarakat lebih dominan memilih siapa dari pada apa, maksud saya masyarakat itu melihat bahwa ini siapa yang ada di travel itu daripada travel apa itu, dengan melihat sisi siapa yang ada disitu mereka semakin yakin dengan travel itu. Agen disini kami pilih bukan dari sembarang orang yakni orang yang sudah kami percayai tentunya yang dapat menjaga amanah dan menyampaikan dengan apa adanya tidak melebih-lebihkan travel kami”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan adanya agen maka proses pemasaran program umrah Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan mengenal travel ini, dengan begitu maka muncul keyakinan masyarakat atau calon jamaah yang mempunyai keinginan untuk melaksanakan ibadah umrahnya menggunakan Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus.

¹² Dokumentasi PT. Happy Prima Wisata Kudus

¹³ Noor Faiq Thamrin (Direktur Utama), Hasil Wawancara 1 dengan Peneliti, 20 Februari 2023.

2) Pelayanan

Travel Nor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini selalu berpegang pada mottonya yaitu memberikan layanan ibadah terbaik. Pimpinan travel ini yakni Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin selalu mengingatkan para stafnya untuk memberikan layanan yang terbaik. Maksud dengan diterapkannya seperti itu yaitu agar calon jamaah akan merasa senang dan memudahkan dalam menangkap informasi. Pelayanan yang dimaksud disini dimulai dari memberikan pelayanan saat pendaftaran dan administrasi, pelayanan perlindungan dan asuransi, pelayanan pembinaan, pelayanan keberangkatan dan pelayanan ketika di Tanah Suci hingga pelayanan kepulangan jamaah. semua pelayanan tersebut dilakukan dengan sebaik dan semaksimal mungkin oleh Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus.

Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh penulis bersama Saudara Zulfa selaku manajer travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, sebagai berikut:¹⁴

“Faktor pendukung proses pemasarannya karena layanan yang kita berikan ke jamaah akhirnya jamaah itu suka, jamaah puas, akhirnya mereka cerita ke tetangga, ataupun keluarga, atau ke rekan kerja”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa memang faktor yang mendukung dalam pemasaran salah satunya itu di pelayanan yang diberikan travel kepada jamaah dengan sangat baik tentunya, akhirnya jamaah puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan tersebut sehingga jamaah lain waktu mempunyai keinginan lagi untuk mengikuti umrah di travel ini.

Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh penulis bersama Ibu Mi'ah selaku alumni jamaah tarvel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, sebagai berikut:¹⁵

“Pelayanan yang diberikan sangat baik, sopan dan tanggung jawab kepada para jamaahnya. InsyaAllah kalau saya ada rezeki lagi InsyaAllah pengen berangkat lagi bersama Pak Faiq Travel PT. Happy Prima Wisata ini, pokoknya senang ah nduk ikut Travel ini, saya kalau

¹⁴ Maulida Zulfa ElZuhara (Manajer PT. Happy Prima Wisata Kudus), Hasil Wawancara II dengan Peneliti, 20 Februari 2023.

¹⁵ Mi'ah (Alumni jamaah umrah), Hasil Wawancara IV dengan Peneliti, 14 Mei 2023.

dipanggil besok pengen berangkat lagi ikut Pak Faiq lagi. Semoga segera dipanggil lagi.”

3) Alumni Jamaah

Jamaah yang pernah menjalankan ibadah umrahnya menggunakan travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus mereka merasakan kenyamanan dari segi pelayanan dan lainnya. Sebagaimana hasil wawancara yang diperoleh penulis bersama Ibu Mi'ah selaku alumni jamaah tarvel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, sebagai berikut:¹⁶

“yang saya rasakan ketika mengikuti umrah di Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini ya nyaman, pelayanannya juga bagus, sangat dibimbing dari awal hingga akhir, pokoknya menyenangkan sampai teman-teman saya tertarik juga mengikuti umrah di travel ini, karena mendengarkan saya bercerita tadi”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan pelayanan yang baik yang diberikan oleh Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini maka alumni jamaah akan merasa puas dan dengan sendirinya alumni jamaah ini menginformasikan dengan sukarela dan tanpa sengaja dari perusahaan tidak meminta untuk mempromosikan tetapi dari alumni jamaah sendiri yang mempromosikannya. Testimoni dari alumni jamaah inilah yang menjadi salah satu strategi pemasaran yang kuat dan dapat meningkatkan jamaah.

Adapun faktor penghambat dalam proses pemasaran program umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus yaitu:

1) Persaingan harga

Harga menjadi hal yang sangat dipertimbangkan oleh banyak orang. Ketika harga itu rendah maka akan banyak peminatnya, tetapi ketika harga itu tinggi maka akan sedikit peminatnya. Untuk itu penting bagi setiap perusahaan untuk tepat dalam menentukan harga sebuah produk. Maka ada harga ada kualitas, ketika harga itu tinggi maka sudah dipastikan kalau produk itu kualitasnya bagus, tetapi apabila harga itu rendah maka kualitas juga rendah. Jadi konsumen akan mempertimbangkan harga tersebut. Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus

¹⁶ Mi'ah (Alumni jamaah umrah), Hasil Wawancara IV dengan Peneliti, 14 Mei 2023.

menentukan harga sesuai dengan paket dan fasilitas yang didapatkan.

2) Bujukan Informasi yang tidak jelas

Banyak sekali dari travel-travel lain yang menawarkan calon jamaah dengan harga yang rendah tetapi calon jamaah tidak mengetahui informasi yang jelas. Maksud dari informasi yang tidak jelas ini seperti contoh ketika calon jamaah ditawarkan dengan harga yang rendah calon jamaah tidak mendapatkan fasilitas yang memuaskan, seperti akomodasi hotel yang jauh, dan lainnya. Maka dengan begitu calon jamaah sudah tergiur di awal dengan harga yang rendah tetapi fasilitasnya kurang memuaskan jadi tidak dijelaskan diawal fasilitas yang didapat apasaja tetapi calon jamaah sudah terlanjur tertarik dengan harga yang rendah tersebut.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Strategi Pemasaran Pada Program Umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus

Strategi pemasaran yang sudah diterapkan oleh PT. Happy Prima Wisata Kudus sudah berjalan sebagaimana mestinya. Adapun analisis strategi pemasaran program umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus diimplementasikan menggunakan bauran pemasaran, sebagai berikut:

a. Produk

Dari hasil wawancara yang berkaitan dengan dengan strategi pemasaran produk umrah yang ada di travel PT. Happy Prima Wisata Kudus. Wawancara dengan Bapak Drs. H.Noor Faiq Thamrin pimpinan travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus mengenai strategi pemasaran produk umrah, sebagai berikut:

“produk umrah yang kita tawarkan meliputi paket-paket yang sudah tertera dibrosur, yakni ada paket umrah reguler dan paket umrah *plus*, paket umrah reguler seperti paket exclusive, silver, hemat, dan promo, sedangkan untuk paket umrah *plus* ini mulai dari umrah *plus* thaif, umrah syawal dan lainnya”.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus menyediakan beberapa paket umrah yang nantinya calon jamaah akan memilih sendiri mana yang sesuai dan cocok dengan keinginan.

b. Harga

Harga menjadi sebuah kekuatan dari permintaan dan penawaran atas asas sukarela, sehingga tidak ada satupun yang teraniaya atau terzalimi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin pimpinan Travel PT. Happy Prima Wsiata Kudus mengenai harga produk umrah yang ada di travel PT. HPW Kudus.

“dari harga kita sesuaikan dari paket-paket yang ada, kita ada secara umum kita punya lima paket yaitu paket exclusive bintang lima itu harga yang tertinggi, kemudian paket silver bintang empat, kemudian ada paket hemat bintang tiga, kemudian paket promo bintang dua dan terakhir adalah paket *by request* yang dimaksud paket ini yaitu kadang-kadang ada jamaah yang meminta dibawah harga paket termurah kita juga ada yang meminta hoga di atas paket termahal kita”.

Dari hasil wawancara dengan Bapak Drs. H. Noor Faiq Thamrin pimpinan travel HPW Kudus mengenai strategi pemasaran harga dalam menentukan harga itu sesuai dengan paket dan fasilitas yang diberikan.

c. Tempat

Tempat atau lokasi sangat berpengaruh terhadap pemasaran suatu barang atau jasa. Lokasi suatu perusahaan menentukan maju dan berkembangnya suatu perusahaan tersebut. Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus termasuk lokasi yang strategis yakni berada di pinggir jalan yakni Jl. Mayor Basuno No.30 Kecamatan Kota Kabupaten Kudus.

d. Promosi

Bagi produsen, promosi merupakan suatu usaha untuk menginformasikan, memperkenalkan, membujuk konsumen untuk membeli produk yang dijual. Sedangkan bagi konsumen, promosi merupakan suatu komunikasi antara produsen dan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pimpinan PT. Happy Prima Wisata Kudus mengenai strategi pemasaran promosi terhadap produk-produk umrah yang ditawarkan yaitu PT. Happy Prima Wisata Kudus memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media untuk memasarkan produk umrahnya. Diantara media sosial tersebut yaitu *instagram*, *youtube*,

facebook, tik-tok, whatsapp. Promosi melalui media sosial ini ada pengaruhnya dalam peningkatan jamaah, karena dengan adanya informasi yang ada di media sosial maka masyarakat luas akan lebih mengetahui mengenai travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini. Jadi, calon jamaah sebelum datang ke kantor bisa juga lihat di media sosial tentang travel ini. Tetapi kembali lagi ke calon jamaahnya, terkadang calon jamaah yang faham medsos lebih *simple* mencari informasi lewat medsos dulu, sedangkan untuk jamaah yang kurang faham mengenai sosial media itu langsung datang ke kantor dan akan lebih jelas mendapatkan informasi nantinya.

e. *Word Of Mouth* (dari mulut ke mulut)

Strategi *word of mouth* ini pada PT. Happy Prima Wisata Kudus menjadi salah satu strategi yang sangat kuat dan dapat meningkatkan jamaah. Jamaah yang sudah alumni di Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus memberikan informasi kepada kerabat, teman dan keluarga maupun saudara yang mau menjalankan ibadah umrah tentang apa yang didapat selama umrah menggunakan Travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus ini, dengan cerita-cerita, informasi yang diberikan tersebut maka calon jamaah lain otomatis akan tertarik dan mempunyai keinginan untuk menjalankan ibadah umrahnya menggunakan travel ini, karena menurutnya mereka akan lebih mantap dan yakin dengan travel yang sudah pernah diikuti oleh temannya tersebut. Karena cerita yang didengar dari temannya tersebut nyata sesuai dengan apa yang didapatkan ketika umrah menggunakan travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus.

f. Pelayanan

Pelayanan menjadi hal yang sangat diutamakan oleh travel Noor El-Fata PT. Happy Prima Wisata Kudus, karena dengan pelayanan yang sangat baik maka nantinya calon jamaah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan akan senang mengikuti travel ini.

2. Analisis Faktor Pendukung Dan Penghambat Pemasaran Umrah PT. Happy Prima Wisata Kudus

PT. Happy Prima Wisata Kudus dalam menjalankan strategi pemasarannya terdapat beberapa faktor yakni faktor pendukung juga faktor penghambat. Adapun faktor pendukung tersebut yaitu:

a. Persaingan Harga

Harga berperan penting dalam mempengaruhi pilihan pembeli dalam membeli barang maupun jasa.¹⁷ Calon jamaah pada umumnya akan menyamakan harga produk yang tinggi dengan kualitas yakni fasilitas dan apa saja yang didapatkan, sedangkan jika harga rendah maka jamaah juga akan mempertimbangkan keputusan pembelian. PT. Happy Prima Wisata dalam menentukan harga sudah sesuai dengan standart.

b. Bujukan Informasi yang tidak jelas

Informasi merupakan sarana atau alat yang berisi pesan-pesan murni yang terkandung didalamnya. Informasi menimbulkan getaran magnet yang kuat sehingga menimbulkan gelombang frekuensi yang berirama dan mengantarkan isi pesan sesungguhnya.¹⁸ Adanya informasi yang tidak jelas yang didapatkan oleh calon-calon jamaah dapat mempengaruhi minat pembelian paket umrah. Informasi yang dimaksud tersebut yaitu seperti calon jamaah ditawari dengan harga yang rendah tetapi tidak lengkap dijelaskan mengenai fasilitas yang didapatkan. Jadi calon jamaah tertarik dengan harga yang rendah tanpa mengetahui fasilitas dan apa saja yang nantinya didapatkan untuk kebutuhan umrah.

¹⁷ Rissa Mustika Sari dan Prihartono, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian", Jurnal Ilmiah MEA Vol. 5 No. 3, 2021.

¹⁸ Ilham Prisgunanto, "Pemaknaan Arti Informasi Di Era Digital", Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian: Perguruan Tinggi Ilmu Kepolisian Jakarta, 2018.