

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap umat muslim berkeinginan untuk mencapai kesempurnaan dalam beribadah. Umat muslim juga mengaplikasikan dengan menjalankan perintah-perintah Allah SWT. Umat muslim menjauhi segala larangan-laranganNya. Al-Qur'an dan Al-Hadist adalah pegangan bagi umat muslim yang didalamnya terdapat perintah Allah serta larangannya yang harus dijalankan bagi setiap umat muslim. Al-Qur'an dan Al-Hadist juga berisi salah satu rukun Islam yang kelima yaitu ibadah haji ke Makkah adalah keinginan setiap Muslim.

Adapun kini presentase jumlah jamaah haji beberapa tahun terakhir ini semakin meningkat. Begitu pula dengan adanya peningkatan pada setiap tahun hingga berdampak pada masa tunggu saat pemberangkatan haji serta adanya kenaikan biaya ibadah haji pada tahun 2023 ini. Hal tersebut berdampak banyaknya jamaah yang beralih untuk melaksanakan ibadah umroh. Namun sekarang ini juga semakin maraknya biro perjalanan atau travel umroh, masing-masing biro perjalanan umroh pasti memiliki perbedaan disetiap bironya.

Allah telah mengatakan didalam mushafnya kita sebagai umat manusia dianjurkan untuk menyempurnakan ibadah haji dan umrohnya. Ibadah umroh dapat berjalan dengan baik dan sempurna, juga akan menjadikan ibadah yang mabrur. Dalam penyelenggaraan ibadah umroh sendiri berada dibawah naungan kemenag, yang mana dapat diartikan perjalanan umroh ini dikelola oleh pihak swasta. Disamping itu biro perjalanan umroh juga harus mempersiapkan taktik-taktik untuk meningkatkan jumlah jamaah umroh dalam merekrut. Maka dari itu pentingnya perusahaan-perusahaan harus menciptakan suatu gebrakan agar dapat berkembang dengan pesat.

Perusahaan masa kini harus bisa menghadapi era globalisasi bisnis. Era globalisasi bisnis berkembang sejalan dengan perkembangan pesat teknologi informasi yang telah mendorong berkembangnya perubahan dalam hal kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen. Perusahaan kini dituntut untuk menetapkan suatu strategi manajemen, tapi juga harus

merencanakan strategi dan taktik-taktik pemasaran untuk produk-produk yang sesuai. Kini perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan strategi - strategi manajemen pemasaran yang tepat dalam mempromosikan baik dari jasa maupun produk.

Strategi manajemen pemasaran sendiri merupakan suatu prinsip pokok dasar bagi manajemen pemasaran untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan dalam suatu pasar. Yang mana strategi manajemen pemasaran membuat strategi mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan sendiri mencakup mulai dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dan alokasi pemasaran.

Manajemen pemasaran sendiri harus dapat memutuskan berapa biaya pemasaran yang diperlukan dan bagaimana harus bisa mengalokasikan biaya pemasaran yang dimana hal tersebut juga perlunya suatu penerapan ilmu manajemen didalamnya.¹

Disinilah poin penting, dimana perusahaan dituntut untuk menentukan strategi manajemen pemasaran yang tepat. Salah satunya perusahaan ini adalah Biro Perjalanan Haji dan Umroh yaitu Al Bayt Tours Demak Jl. Buyaran No 36 Demak.

Aspek Strategi manajemen pemasaran menjadi sasaran utama dalam merekrut calon jamaah umrah. Rekrutmen dapat dimaknai sebagai proses mencari, menemukan dan menarik calon jamaah. Rekrutmen dalam Biro Haji dan Umroh ini sebagaimana menarik calon jamaah umroh agar dapat menjadi bagian dari lembaga travel. Jadi Strategi manajemen pemasaran dalam merekrut jamaah umroh ini merupakan suatu langkah yang tepat dengan disertai langkah dan cara, dan dibarengi adanya tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi untuk mencapai tujuan dari Al Bayt Tours Demak.

Marketing atau pemasaran sendiri sebuah kegiatan yang bertujuan untuk mempertahankan usaha yang dilakukan pengusaha pada sebuah perusahaan untuk keberlangsungan hidupnya. Pemasaran dapat dikatakan baik jika memiliki sebuah konsep yang jelas agar dapat memenuhi kebutuhan dan

¹ Annisah Nur Safitri dan Reonika Puspita Sari. "Strategi Manajemen Perekrutan Jamaah Pada Biro Travel". Jurnal Multazam 1, no.1 (2021), 39.

keinginan konsumen. pemasaran ini sendiri berupa penjualan kepada konsumen baik barang ataupun jasa. Dalam dunia marketing atau pemasaran sendiri itu sangat luas. Salah satunya yaitu marketing revolution, yang mana marketing revolution ini yang berarti suatu penawaran kepada konsumen yang dapat disampaikan secara cepat, tepat dan besar yang berkesinambungan satu sama lain. Salah satu jurus jitu dalam menawarkan suatu produk atau jasa melalui marketing revolution sendiri ini adalah ultimate advantage. Dalam hal ini ultimate advantage termasuk salah satu titik fokus USP (*Ultimate advantage, Sensational offer, dan Powerfull promise*)² dari marketing revolution yang dijadikan suatu strategi untuk menciptakan suatu perubahan, dengan menyampaikan penawaran kepada konsumen sehingga terjadi kesinambungan secara tepat dan cepat dalam menarik minat calon jamaah umroh.

George R. Terry menyebutkan fungsi manajemen secara umum yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan pengawasan dan pengevaluasian.³ Dengan adanya konsep manajemen yang mana Salah satu fungsi manajemen adalah perencanaan (*planning*) sebagai salah satu proses awal dalam menentukan suatu tujuan, serta pengorganisasian yang tak lain yang tak lain sebagai bentuk rincian dari suatu rencana, penggerakan yang tak lain untuk menjalankan hasil rencana yang telah dibuat dan pengevaluasian sebagai suatu penilaian bagi perusahaan. Penerapan fungsi manajemen tersebut yang nantinya akan diterapkan dalam strategi pemasaran *ultimate advantage*. Hal tersebut salah satu stagmen yang dilaksanakan oleh Albayt Tours Demak dalam menarik calon jamaah Dengan maksud adanya suatu strategi manajemen pemasaran melalui *ultimate advantage* ini adalah sebagai salah satu bentuk penawaran suatu produk atau jasa yang memiliki keunggulan tersendiri atau perbedaan terhadap biro lainnya. Melalui strategi *Ultimate Advantage* ini tentu perlu manajemen pemasaran yang diterapkan di Albayt Tours

² Biografi Pedia, Biografi Tung Desem Waringin Motivator Indonesia, <http://www.biografipedia.com/2015/07/biografi-tung-desem-waringin-motivator-indonesia.html?m=1> diakses pada tanggal 10 November 2023.

³ Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 81.

Demak. Adapun hasil observasi yang telah dilakukan dengan Mas Slamet mengatakan strategi yang digunakan Albayt Tours Demak harus paham dengan benar manajemen pemasaran, dengan begitu peneliti mempertanyakan kembali dengan jelas strategi apa yang digunakan Albayt Tours Demak dalam merekrut calon jamaah umroh. Berdasarkan Hasil observasi tersebut Mas Slamet mengatakan melalui strategi marketing revolution dimana disini digambarkan adanya beberapa pilihan produk yang sangat variatif sesuai dengan kalangan masing-masing, adanya produk unggulan yaitu paket Arbain dan lebih mengutamakan dengan dalam hal pelayanan, biaya yang cukup ekonomis dan tentunya sudah pasti berangkatnya. Dalam keunggulan produk yang dimiliki Albayt salah satunya yaitu produk paket Arbain, dengan pemberangkatan umroh paling lama, bisa diikuti berbagai kalangan, harga terjangkau, dua kali jum'at dan serta rata-rata paket Arbain ini lebih diminati oleh lansia yang mana dalam pelayanannya lebih diutamakan, hal tersebut menjadi salah satu *Ultimate Advantage*. Di Albayt Tours Demak sendiri juga memberikan penawaran umroh dulu bayar belakangan, namun tidak dianjurkan hal tersebut yang menjadi titik dari strategi yang digunakan Albayt Tours Demak adalah Marketing revolution melalui salah satu Konsep USP yaitu *Ultimate Advantage*.⁴

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti bermaksud mencoba menganalisa bagaimana strategi manajemen pemasaran melalui *ultimate advantage* pada Albayt Tours Demak dalam merekrut calon jamaah umroh melalui *ultimate advantage* ini diharapkan mampu memberikan kesuksesan serta pencapaian pada perusahaan yang terus meningkat pada Albayt Tours cabang Demak untuk lebih baik kedepannya.

B. Fokus Penelitian

Fokus Penelitian ini sebagaimana inti dari proses kegiatan riset ini yang akan dilaksanakan Berdasarkan judul yang peneliti angkat dan ajukan yaitu “Strategi Manajemen Pemasaran Melalui *Ultimate Advantage* Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh Pada Albayt Tours Demak”. Adapun

⁴ Slamet Prihatin, wawancara observasi oleh penulis, 22 Februari, 2023, wawancara 1, transkrip.

penelitian ini terfokuskan pada Konsep Strategi Manajemen pemasaran melalui *ultimate advantage* dalam merekrut calon jamaah umroh.

C. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah merupakan panduan awal peneliti untuk mengulas beberapa pertanyaan yang terkait, yang nanti pertanyaan ini akan terjawab dengan adanya penelitian yang terkait dengan obyek yang diteliti. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Strategi Manajemen Pemasaran melalui *Ultimate Advantage* ini Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh pada Al Bayt Tours Demak ?
2. Apa Saja kendala strategi manajemen pemasaran melalui *Ultimate Advantage* dalam merekrut calon jamaah umroh pada Albayt Tours Demak?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah suatu bentuk pernyataan yang perlu dilakukan guna untuk menemukan, menjawab, serta membuktikan suatu pengetahuan. Berikut beberapa tujuan Penelitian, sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Strategi Manajemen Pemasaran dalam merekrut calon jamaah umroh melalui *ultimate advantage* pada PT. Al Bayt Tours Demak ?
2. Untuk Mengetahui kendala strategi manajemen pemasaran melalui *Ultimate Advantage* dalam merekrut jamaah umroh di PT. Albayt Tours Demak ?

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu secara langsung mengamati dan memperoleh pemahaman khusus dalam suatu kajian ilmu pengetahuan, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun terdapat beberapa manfaat yang akan dicapai, yakni:

1. Bagi Akademik
Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan wawasan serta memperluas pengetahuan yang berhubungan dengan strategi manajemen pemasaran, marketing revolution serta dapat menjadi kontribusi

sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dibidang dakwah terutama dalam Manajemen Haji dan Umrah.

2. Bagi Prodi Manajemen Dakwah
Penulis Berharap dengan adanya penelitian ini dimana Prodi Manajemen Dakwah tidak harus menjurus pada ilmu kedakwaan, namun bisa kita padukan dengan manajemen dalam bagaimana kita mengelola lembaga dakwah atau biro perjalanan umroh itu sendiri. Adanya penelitian ini bisa memperluas wawasan prodi manajemen dakwah itu sendiri tentang bagaimana belajar ilmu manajemen pemasaran yang tepat untuk kita terapkan dalam biro perjalanan biro perjalanan haji dan umroh.
3. Bagi PT. Albayt Tours Demak
Hasil Penelitian ini bisa memotivasi, serta membangun semangat oleh pihak Travel itu sendiri, serta sebagai alat ukur dalam mengevaluasi kinerja dengan lebih baik serta kedepannya mampu menciptakan ide-ide kreatif di Era Globalisasi saat ini.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman terkait dengan isi penelitian ini diperlukan adanya sistematika penulisan yang jelas. Adapun sistematika penulisan yang terdapat dalam proposal ini sebagai berikut:

1. Bagian Awal
Susunan pada bagian awal mencakup Halaman Judul, Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosah, Pernyataan Keaslian Skripsi, Abstrak, Moto, Persembahan, Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Kata pengantar, Daftar Isi, Daftar Singkatan, Daftar Tabel dan Daftar Gambar.
2. Bagian Inti
Bagian Inti atau Isi dari penelitian ini terdapat lima bab yang akan diuraikan, sebagai berikut :
BAB I : PENDAHULUAN
Bab satu terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab dua yakni berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul, kemudian dijelaskan mengenai penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, beserta kerangka berpikir dan pertanyaan pada penelitian yang telah dilakukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi jenis pendekatan, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, serta tehnik analisis data.

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab empat ini berisi hasil penelitian yang meliputi gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian serta analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab lima berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.

3. Bagian Akhir

Bagian Akhir ini terdiri dari penyajian daftar pustaka, lampiran-lampiran yang berisi transkrip wawancara, catatan observasi serta dokumentasi dalam penelitian serta mencantumkan daftar riwayat hidup