BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menunaikan ibadah haji atau umroh dengan melakukan kunjungan ke baitullah merupakan suatu hal yang sangat diimpikan bagi seluruh umat muslim, termasuk umat muslim di indonesia. Indonesia merupakan mayoritas beragama muslim terbanyak di dunia. Dalam Al-Quran dan hadist mengandung banyak perintah yang harus dilakukan oleh orang muslim yaitu menunaikan ibadah haji bagi yang mampu. Mampu disini diartikan baik mampu dari fisiknya maupun finansialnya.

Ibadah haji merupakan rukun islam yang kelima. Ibadah haji diwajibkan bagi setiap orang islam yang mampu. Seperti halnya ibadah umroh, dalam perjalanan haji dan umroh ini harus ada pembimbing dari kalangan orang yang berpengalaman. Layanan yang ditawarkan kepada calon jemaah haji dan umrah harus nyaman dan berkualitas unggul. Oleh karena itu, didirikanlah lembaga haji dan umrah untuk membantu individu dalam menunaikan ibadah haji dan umrah. Setiap muslim di seluruh dunia bermimpi untuk mencapai kesempurnaan dalam ibadah haji dan umrah. Namun, mencapai kesempurnaan dalam ibadah haji tersebut merupakan sebuah tantangan, meski telah diatur dalam peraturan nomor 13 tahun 2008 yang khusus mengatur tentang penyelenggaraan haji dan umrah.¹ Islam merupakan agama yang kaffah, mengatur kehidupan manusia yang komprehensif dan universal baik mengatur hubungan dengan sang maha pencipta (Hablumminallah) maupun dalam hubungan dengan sesama manusia (Hablumminannas).

Pada hakikatnya haji berbeda dengan umroh. Hal ini disebabkan pelaksanaan ibadah haji dilaksanakan pada saat musim haji saja yaitu pada bulan Dzulhijjah. Pelayanan mengacu pada suatu tindakan serangkaian tindakan yang terjadi melalui interaksi langsung antara individu atau seseorang dan mesin fisik, sehingga menghasilkan pemenuhan kebutuhan atau keinginan sekelompok orang. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan pelayanan sebagai perbuatan memenuhi keinginan orang lain, sedangkan melayani adalah membantu dalam penyiapan atau pemeliharaan kebutuhan seseorang, di PT. Barokah Madinah

¹ Utari Nur Rahma et al., "MANAJEMEN PELAYANAN HAJI DAN UMRAH KBIH NASRUL UMMAH," *Multazam: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah* 3, no. 1 (2023): 15–24.

Tour ini mempunyai kelebihan dalam hal pelayanan maka dari itu strategi marketing yang ada di PT.Barokah Madinah Tour ini disukai banyak orang karena dalam hal pelayanan² yang sangat komprehensif dan nyaman selain itu tentunya banyak peminatnya yang diluar maupun didalam tempat itu sendiri.

Pemasaran, dalam kapasitas strategisnya, mencakup semua upaya yang bertujuan untuk mencapai keselarasan antara organisasi dan lingkungannya, dengan tujuan akhir untuk menyelesaikan tantangan pengambilan dua keputusan utama. Pertama, saya ingin menanyakan tentang aktivitas komersial perusahaan saat ini dan potensi diversifikasinya ke industri lain di masa depan. Lebih lanjut, analisis ini mengkaji bagaimana organisasi yang dipilih dapat beroperasi secara efektif di pasar yang kompetitif dengan mempertimbangkan aspek produk, harga, promosi, dan distribusi dari bauran pemasaran untuk memenuhi target pasar.³ Melayani demografi yang diinginkan Strategi pemasaran sangat penting karena berfungsi sebagai aset berharga dalam mengatasi persaingan, mencapai tujuan perusahaan, dan memastikan kebahagiaan klien secara konsisten.

Ada strategi marketing yang dibuat dalam pelayanan ini. Strategi yang mempengaruhi adanya kemunculan-kemunculan strategi marketing di Biro lain adalah hal yang wajar, persaingan antara pihak Biro yang lain mungkin tidak sama dengan pelayanan nya pasti ada yang berbeda seperti : Administrasi, Bimbingan Manasik, Transportasi, Akomodasi, Konsumsi, dan Kesehatan. Pelayanan seperti itu mungkin akan beda dengan biro-biro yang lain.

Dunia usaha terus mengalami perubahan dan pola perkembangan, terutama akibat pemanfaatan teknologi canggih yang memberikan banyak kemudahan namun juga menimbulkan penyimpangan dan kecurangan yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Fenomena ini juga terjadi pada industri biro perjalanan.

Modal utama yang penting bagi suatu perusahaan adalah keahlian, kompetensi, dan kemampuan yang dimiliki oleh pelaku

² “Optimalisasi Pelayanan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah,” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 17, no. 2 (June 26, 2019): 165–82, <https://doi.org/10.15575/anida.v17i2.5061>.

³ “Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji Dan Umroh Di Banjarmasin,” *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no. 28 (2015): 22, <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1231>.

usaha atau manajemen yang diperlukan untuk mencapai umur panjang usaha. Pencapaian keberlanjutan dan keberhasilan dapat dibuktikan dengan indikator pengungkapan pajaknya. Selain itu, keberlanjutan suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh kapasitasnya untuk mempertahankan dan melayani klien secara efektif, sehingga meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan. Variabel yang mempengaruhi keberlanjutan suatu sistem. Kepercayaan dan pengenalan merek berperan penting dalam pemilihan produk tabungan untuk perjalanan haji. Keadaan ini menciptakan keunggulan kompetitif dan menjamin keberhasilan jangka panjang perusahaan jasa perjalanan haji dan umrah. Strategi pemasaran menjadi sangat penting diterapkan pada biro perjalanan haji dan umroh Barokah Madinah Tour seiring dengan semakin ketatnya persaingan.

Untuk mencapai pelayanan yang terbaik, maka perlu disusun suatu rencana berupa kebijakan yang dirumuskan berdasarkan wawasan dan pandangan para eksekutif senior dan karyawan dalam hierarki manajemen di PT BAROKAH MADINAH TOUR. Saat menunaikan ibadah haji dan umrah, penting untuk mempertimbangkan dengan cermat setiap langkah prosesnya.

Strategi pemasaran menjadi sangat diperlukan karena merupakan modal menghadapi persaingan mewujudkan tujuan perusahaan dan terus memuaskan konsumen. Agen perjalanan haji dan umrah dapat menerapkan beberapa strategi pemasaran terkait produk yang ditawarkannya, seperti dengan melakukan segmentasi, strategitargeting dan positioning(STP). Strategi bauran pemasaran ; perbedaan strategi; dan merek strategi pemasaran begitu penting diterapkan oleh travel haji dan umroh seiring dengan meningkatnya persaingan.⁴ Penelitian ini berupaya menjelaskan aspek-aspek yang diperkirakan akan berdampak terhadap kelangsungan usaha biro haji dan umrah. Faktor-faktor tersebut antara lain persepsi, prospek usaha, citra perusahaan, promosi, jaminan, dan kepercayaan pelanggan dalam memanfaatkan biro haji dan umroh. Penelitian ini mempunyai implikasi untuk memberikan nasihat literasi kepada penyedia layanan perjalanan haji dan umrah guna meningkatkan

⁴ Noviyanti, "Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji Dan Umroh Di Banjarmasin."

keberlanjutan bisnis. Hal ini termasuk menerapkan taktik bisnis yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan.⁵

Strategi yang dijalankan oleh PT Barokah Madinah Tour ini yaitu bekerja sama dengan para ulama maupun kyai untuk memasarkan suatu produknya dan juga masih keterikatan dengan jamaah haji dan umrah yang sudah berangkat sebelumnya, dengan begitu menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk memilih biro haji dan umrah yang baik dan berkualitas. Biro haji dan umrah memang harus beroperasi setiap harinya untuk mengetahui informasi-informasi yang memang seharusnya dikasih tau kepada calon jamaah hajinya, sesuai dengan apa yang dijalankan dalam perusahaan PT Barokah Madinah Tour ini.

Untuk mengetahui bagaimana analisis strategi marketing yang efektif dan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS STRATEGI MARKETING BIRO HAJI DAN UMROH DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN YANG EFEKTIF PADA BIRO HAJI DAN UMROH PT BAROKAH MADINAH TOUR JEPARA”.

B. Fokus Penelitian

Adanya penjelasan yang tertera dalam permasalahan di atas, maka penelitian ini akan terfokus pada manfaat dan pelayanan yang ada di Biro haji dan umroh. Untuk itu penulis membuat judul “analisis strategi marketing biro haji dan umroh dalam memenangkan persaingan yang efektif”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari permasalahan diatas yang tertera dilatar belakang, maka rumusan masalah yang akan di angkat dan menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana strategi marketing pada biro haji dan umroh PT BAROKAH MADINAH TOUR?
2. Bagaimana strategi PT BAROKAH MADINAH TOUR dalam memenangkan persaingan yang efektif?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah di jelaskan dalam latar belakang maka, tujuan dari rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

⁵ “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji Dan Umrah,” *Journal of Management and Business Review* 19, no. 1 (2022): 29–48, <https://doi.org/10.34149/jmbr.v19i1.314>.

1. Untuk mengetahui cara membangun kualitas strategi marketing pada biro haji dan umroh PT BAROKAH MADINAH TOUR.
2. Untuk mengetahui strategi pada biro haji dan umrah PT BAROKAH MADINAH TOUR dalam memenangkan persaingan yang efektif.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan yang mempunyai nilai teoritis yang dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat sehingga dapat meneruskan rasa peduli bagi sesama makhluk, menghargai dan mencintai perbedaan yang ada di Indonesia termasuk dalam hal agama, supaya dapat menjadi pedoman dalam tradisi dakwah dan dapat menggunakan metode yang menyakinkan serta dapat menambah pengertian tentang manajemen dakwah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam memperoleh suatu informasi yang ingin di kupas atau ingin masuk dalam suatu biro. Dalam memahami analisis strategi marketing yang menguatkan adanya persaingan yang efektif.

b. Bagi Pengelola Biro Haji dan Umrah

Dengan adanya penelitian ini maka akan menjadi bahan ataupun materi bagi masyarakat yang ingin mendaftar di Biro Haji dan Umrah pada Pt Barokah madinah tour dan memudahkan informasi di berbagai sosial media dan masyarakat pun dapat mengetahui tentang informasi dari PT Barokah Madinah Tour.

c. Bagi Sosial Media

Penelitian ini dapat dimasukkan dalam sosial media supaya semua orang bisa mengakses tanpa harus datang langsung ke biro haji dan umroh, dengan begitu memudahkan seseorang dalam mencari informasi.

d. Bagi Peneliti

Dalam penelitian jenis ini peneliti mendapatkan ilmu baru dan pengetahuan yang luas untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi marketing dalam memenangkan persaingan yang efektif. Maka dari itu peneliti bisa menganalisis strategi yang digunakan dalam biro haji dan umroh.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika mempunyai fungsi yaitu untuk menunjukkan garis-garis besar yang ada pada pembahasan selanjutnya. Ada beberapa bab dan subbab yang akan menjadi penjelasan dalam sistematika penulisan, maka penulis membuat sistematika penulisan yang merupakan kerangka pedoman dalam penulisan penelitian.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan rumusan masalah atau tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam Bab II kajian pustaka yang berkaitan dengan judul disajikan dalam bab ini dan permasalahan yang diambil dari penelitian ini diantaranya : kajian pustaka yang menyangkut tentang strategi marketing, biro haji dan umrah, persaingan yang efektif, penelitian terdahulu, dan kerangka berpikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam Bab III ada beberapa metode penelitian yang tercantum diantaranya yaitu jenis pendekatan, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, teknik analisa data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV yang mencakup tentang hasil dan penelitian yang merupakan pembahasan yang terdiri dari gambaran obyek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab V terdiri dari simpulan, saran-saran, bagian akhir berupa daftar pustaka dan lampiran-lampiran transkrip wawancara.