

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Strategi Marketing, Biro Haji dan Umrah, Persaingan yang Efektif

1. Strategi Marketing

a. Pengertian Strategi Marketing

Strategi marketing adalah sebuah strategi yang bergerak dalam bidang pemasaran. strategi berasal dari bahasa Yunani Strategia(Stratos=militer, dan ag=memimpin), yang artinya seni atau ilmu-ilmu untuk menjadi seseorang jenderal.⁶ Seni adalah keterampilan khusus untuk menuai bakat, contoh halnya dalam strategi dibutuhkan sebuah seni sehingga bisa mencapai hasil yang maksimal. Sedangkan marketing adalah pendistribusian barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau korporasi kepada konsumen.

Strategi marketing⁷ tentulah sebuah kegiatan yang menyusun sebuah cara supaya mencapai suatu target, menurut David (2010) tentang strategi yaitu mengacu pada metode untuk mencapai tujuan jangka panjang. Sedangkan menurut Kenneth Andrew strategi adalah pola dan sasaran, maksud nya yaitu tujuan dalam kebijakan dan rencana. Merencanakan itu merupakan hal yang penting untuk mencapai suatu tujuan.

Strategi dapat diartikan sebagai strategi yang disengaja untuk alokasi dan pemanfaatan kekuatan dan sumber daya militer di wilayah tertentu, dengan tujuan untuk mencapai tujuan tertentu. Pada hakikatnya strategi ini dapat menunjukkan suatu yang harus dilakukukan tetapi secara diam, dalam hal ini bisa disebutkan bahwa strategi tidak bisa semua orang dapat melakukannya. Startegi adalah serangkaian besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan. Dalam mencapai tujuan strategi sangat berperan

⁶ D 2018 : Tjiptono, F ; Anastasia, "Landasan Teori ادیدج," *Dasar-Dasar Ilmu Politik* 13 (2016): 17–39.

⁷ Jessie Elita Tarihoran et al., "Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up Di Indonesia," *KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang* 9, no. 1 (2021): 72, <https://doi.org/10.32493/jk.v9i1.y2021.p72-78>.

penting untuk pengembangan suatu usaha, karena strategi memang dibutuhkan dalam sebuah pemasaran.

Dalam konsepnya strategi marketing adalah elemen penting dalam sistem manajemen perusahaan, mengetahui persaingan dengan perusahaan lain dipasaran, meningkatkan pelanggan, mengetahui kelemahan dan kekuatan baru yang mempengaruhi perusahaan (Kanishchenko & Kuznetsova, 2020)

Dalam sebuah kegiatan pastilah harus menyusun strategi supaya dapat mencapai tujuan, strategi yang digunakan tidaklah mudah strategi merupakan daya kreatifitas dan daya cipta. Seorang pengusaha adalah seseorang yang memiliki keterampilan, tekad, dan komitmen yang teguh untuk terus mengejar dan mencapai kesuksesan. Seorang pengusaha menerapkan strategi sebagai aspek penting dalam menjalankan bisnis, karena sangat penting bagi organisasi untuk melakukan pendekatan strategis untuk memanfaatkan prospek bisnis mereka.

b. Fungsi Strategi Marketing

Ada beberapa fungsi yang diterapkan dalam strategi marketing yaitu:

- 1) Planful problem solving
Merupakan strategi marketing yang bereaksi dengan melakukan usaha-usaha tertentu yang bertujuan untuk mengubah keadaan, diikuti pendekatan analitis dalam menyelesaikan masalah.
- 2) Confrontative coping⁸
Merupakan strategi marketing yang bereaksi untuk mengubah keadaan yang dapat menggambarkan tingkat risiko yang harus diambil.
- 3) Self controlling
Merupakan strategi marketing yang bereaksi dengan melakukan regulasi baik dalam perasaan maupun tindakan.
- 4) Distancing
Merupakan strategi marketing yang bereaksi agar tidak terbelenggu oleh permasalahan.
- 5) Escape

⁸ Siti Maryam, "Strategi Coping," *Jurnal Konseling Andi Matappa* 1, no. 2 (2017): 101.

Merupakan strategi marketing yang menghindari dari masalah yang dihadapi.

Dari fungsi strategi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi marketing bisa digunakan apapun itu. Tetapi harus menggunakan aturan dari perusahaan tidak boleh seenaknya mengatur strategi marketing tetapi tidak ada tanggung jawab dari perusahaan, karena tidak semua strategi bisa berjalan dengan lancar tetapi dengan ber strategi perusahaan akan bisa menjadi peluang yang baik.

c. Konsep Strategi Marketing

Dalam strategi marketing mesti ada konsep yang harus diterapkan diantaranya:

1. Menetapkan spesifikasi dan kualifikasi.
2. Memilih prosedur ataupun metode.
3. Menerapkan norma dan kriteria terhadap strategi yang digunakan.⁹

Penetapan spesifikasi dan kualifikasi dalam strategi marketing juga digunakan. Konsep yang tergabung pada strategi juga berpengaruh penting untuk memajukan sebuah strategi yang dijalankan, bukan hanya spesifikasi dan kualifikasi tetapi juga memilih prosedur dan metode juga penting bagi perusahaan, menerapkan norma dan juga kriteria strategi juga sangat dibutuhkan.

Marketing memiliki tugas memperkenalkan dan memasarkan suatu produk, sehingga dengan adanya marketing supaya penjualan dapat meningkat sesuai target. Dalam sebuah perusahaan sebuah marketing harus diterapkan, karena dengan adanya marketing perusahaan dapat berjalan dengan baik. Menurut WY.Stanton marketing juga diartikan sebagai sesuatu yang dimulai dari awal hingga akhir atau sistem jual beli.maksudnya disini adalah dari mulai merencanakan,menentukan harga produk sampai mempromosikan suatu produk yang dikembangkan dalam pemasarannya.¹⁰Dalam bidang ilmu pemasaran, kita

⁹ Ali Asrun Lubis, "Konsep Strategi Belajar Mengajar Bahasa Arab," *Jurnal Darul 'Ilmi* 01, no. 02 (2013): 202.

¹⁰ Nilam Sari, "Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam," *Media Syari'ah : Wahana Kajian Hukum*

mengenal baik bauran pemasaran tradisional, disebut juga bauran pemasaran, yang digunakan untuk memasuki pasar dengan sukses. Bauran pemasaran mengacu pada kumpulan alat pemasaran terkendali yang dapat dimanfaatkan dan diintegrasikan oleh perusahaan untuk mencapai respons yang diinginkan dari pasar sasaran. Bauran pemasaran mengacu pada serangkaian elemen pemasaran yang dapat dikendalikan yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Tujuan dari bauran pemasaran juga mengutamakan penentralisasikan sebuah marketing untuk mendapatkan pemasaran yang efektif.

Dalam bidang pemasaran, persaingan merupakan realitas yang semakin ketat seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menerapkan taktik dan teknik pemasaran yang sesuai dan terukur untuk memastikan keberhasilan bisnis mereka. Pemasaran adalah proses sosial dan manajemen di mana individu dan kelompok memperoleh barang yang diinginkan dengan menciptakan, menyajikan, dan memperdagangkan barang berharga dengan orang lain.

d. Karakteristik Strategi Marketing

Ada 4 karakteristik marketing yang diterapkan:

- 1) Teistis
Merupakan marketing yang bersifat religius, kondisi ini tidak ada antar keterpaksaan tetapi kesadaran nilai religius agar tidak terperosok merugikan orang lain.¹¹
- 2) Etis
Merupakan para market yang mengedepankan moral atau akhlak untuk menarik pelanggan.
- 3) Realistis
Merupakan marketing yang profesional dan fleksibel dalam bersikap. Yang dapat memahami

Islam Dan Pranata Sosial 14, no. 2 (2012): 199,
<https://doi.org/10.22373/jms.v14i2.1876>.

¹¹ Khafiatul Hasanah, "Pengaruh Karakteristik Marketing Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan," *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 3, no. 1 (2016): 26, <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v3i1.1051>.

bahwa situasi di lingkungan yang sangat heterogen, beragam suku, agama, budaya, dan ras.

4) Humanistis

Merupakan sifat yang humanistis universal yaitu menjadi manusia yang terkontrol dan seimbang bukan serakah yang menghalalkan berbagai cara untuk meraih keuntungan yang besar.

Karakteristik marketing dalam pemasaran harus mengedepankan sebuah moral dan akhlak untuk menarik sebuah pelanggan. Dalam memasarkan suatu produk ketertarikan menjadi salah satu kunci lakunya sebuah produk.

2. Biro Haji dan Umrah

a. Pengertian Biro Haji dan Umrah

Biro Haji dan Umrah merupakan suatu jenis usaha yang menghasilkan suatu produk dan kepuasan dari wisatawan. Produk itu sendiri menjadi aspek yang dibutuhkan oleh wisatawan sejak berangkat maupun kembali, Biro ini sendiri menjadi salah satu hal penting untuk wisatawan yang mau pergi dalam negeri maupun luar negeri. Dalam perjalanan yang ditujukan biro ini menjadi salah satu tanggung jawab yang diemban dalam pekerjaan ini.¹²

Biro perjalanan ini suatu usaha yang secara khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan wisatawan, kelengkapan semuanya biasanya diatur dalam biro ini.

Ada beberapa konsep yang diterapkan dalam biro perjalanan ini:

- 1) Penyusunan dan penyelenggaraan paket perjalanan
- 2) Penyediaan pelayanan perjalanan
- 3) Pemesanan akomodasi, restoran dan sarana lainnya
- 4) Penyelenggaraan perlengkapan perjalanan atau dokumen, pasport.

Banyak orang sering memilih perusahaan perjalanan haji dan umrah karena alasan pribadi, sosial, dan budaya, karena didukung oleh kepuasan pelanggan yang dihasilkan dari penyediaan layanan terbaik.¹³

¹² Nur Puja, "Implementasi Strategi Pelayanan Prima Pada Bisnis Biro Perjalanan Wisata," *Core.Ac.Uk*, 2019, Dede Imadudin, *Mengenal Haji* (PT. Mitra Aksara Panaitan, 2011).<https://core.ac.uk/download/pdf/295326147.pdf>.

¹³ Shafia Azyani, "Analisis Keputusan Konsumen Terhadap Pemilihan Travel Umroh Menggunakan Metode AHP," 2020.

Dalam suatu biro haji dan umrah ada pemasaran didalamnya sebagai suatu sarana dalam mempromosikan biro tersebut. Hal tersebut disebabkan karena adanya pemasaran untuk biro haji dan umrah salah satu tujuan atau kegiatan pada suatu perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka dari itu biro haji dan umrah sangat dibutuhkan dalam suatu perjalanan menuju tanah suci, dan juga diandalkan dalam situasi yang konsumen inginkan. Biro haji dan umrah ini berfokus pada konsumen ataupun jamaah untuk memberi pelayanan yang baik dalam suatu perjalanan.

Biro haji dan umrah ini akan menerapkan suatu peraturan dalam perusahaannya. Akan tetapi harus dipatuhi oleh konsumen. Konsep pemasaran yang digunakan dalam biro haji dan umrah ini yaitu tentang faktor penting untuk menuju kesuksesan pada Biro haji dan umrah. Adapun konsep pemasaran dalam biro haji dan umrah adalah:

- 1) Saluran perencanaan atau kegiatan perusahaan yang berorientasi pada konsumen.
- 2) Volume peningkatan biro haji dan umrah yang menguntungkan harus menjadi tujuan suatu perusahaan biro haji dan umrah.
- 3) Seluruh kegiatan yang mempromosikan suatu biro haji dan umrah harus dikoordinasikan dan integrasikan secara terstruktur organisasi.

Dalam hal tersebut, maka suatu biro haji dan umrah akan berjalan dengan sangat baik dan akan mendapatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Karena itu biro sangat dibutuhkan dalam perjalanan wisata, suatu perusahaan pasti mendapatkan keuntungan dalam menjalankan bisnisnya, tidak hanya itu saja selain keuntungan kita juga bisa mendapatkan laba dalam menjalankannya.

Pelayanan biro haji dan umrah dalam PT Barokah Madinah Tour ini sangat maju bahkan bisa menjadi idaman bagi calon jamaah haji dan umrah dikarenakan dengan fasilitas maupun pelayanan yang tidak semua perusahaan menjalankannya, pelayanan yang dimaksud adalah menyediakan beberapa hotel yang terbaik supaya para jamaah haji dan umrah nyaman

selama di makkah dan muthowif nya sangat peduli terhadap para jamaah haji dan umrah. Jadi pandai-pandai seseorang memilih biro haji dan umrah.

b. Pengertian Haji

Haji secara bahasa berarti berkunjung ke baitullah. Melaksanakan haji berarti melaksanakan beberapa kegiatan yang berada di tanah suci pada waktu yang telah ditentukan. Dengan kata lain, haji menurut istilah syara' adalah sengaja mengunjungi ka'bah untuk mengerjakan ibadah yang terdiri dari thawaf, sai, wukuf, dan ibadah-ibadah lain untuk memenuhi perintah lain untuk memenuhi perintah allah serta mengharap keridhoannya.

Dalam pembahasan para Ulama Fiqih mengartikan bahwa haji yaitu berkunjung ke baitullah untuk melakukan amalan tertentu dan berkunjung ke tempat tertentu untuk menjalankan amalan tertentu.¹⁴

Perintah menunaikan ibadah haji yang terdapat di dalam Al-Quran dan Hadist maka dapat dipastikan disetiap lubuk manusia menyimpan harapan dapat menunaikan ibadah haji sekaligus berziarah ke makam Rosulallah.¹⁵ Dalam islam haji memang diwajibkan tetapi bagi yang mampu finansialnya, tidak semua orang bisa berangkat ke tanah suci tidak dilakukan disembarang tempat, waktu, dan tidak memenuhi ketentuannya.

Ibadah haji mulai diperintahkan pada akhir tahun ke-9 hijriah (setelah nabi berada di madinah), dengan diturunkannya ayat yang berbunyi :

فِيهِ آيَةٌ بَيِّنَةٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ
 وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۗ
 وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya : “ Disana terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) maqam ibrahim. Barangsiapa memasukinya (Baitullah) amanlah dia. Dan di antara kewajiban manusia terhadap allah adalah

¹⁴ M P Retno Widyani, “Panduan Ibadah Haji Dan Umrah” (Cirebon: Swagati Press, 2010).

¹⁵ Imadudin, *Mengenal Haji*.

melaksanakan ibadah haji ke baitullah, yaitu bagi orang-orang yang mampu mengadakan perjalanan kesana. Barangsiapa mengingkari(kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa allah mahakaya(tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam. “ (QS, Ali Imran[97]).

Ibadah haji adalah ibadah haji besar yang memerlukan biaya besar bagi umat Islam yang tinggal jauh dari Mekah, serta menuntut ketahanan fisik. Oleh karena itu, Allah hanya membebaskan kewajiban kepada mereka yang mempunyai kemampuan.

Dalam hal ini bisa dilihat bahwa haji merupakan bagian dari syariat umat terdahulu. Allah memerintahkan nabi ibrahim untuk membangun baitul haram di makkah agar orang-orang thawaf disekelilingnya.

c. Keutamaan Haji

Umat islam tidak mencari pilihan lain kecuali menikmati ridho nya allah dan surga nya. Adapun keutamaan ibadah haji, di antaranya:

- a) Haji yang diterima atau mabrur tiada pahala kecuali surga.
- b) Haji yang dikerjakan semata untuk allah, tidak memperbuat suatu amalan keji maupun inkar, sehingga mendapatkan pahala seolah-olah suci seperti bayi yang baru dilahirkan.
- c) Orang yang mengerjakan haji adalah tamunya allah, jika mereka memohon allah akan memenuhinya.
- d) Ibadah, menunaikan ibadah haji dan umroh karena keduanya dapat menghapus dosa-dosa serta kefakiran, sebagaimana uapan tukang besi menghilangkan kotoran besi,emas, dan perak, tidak ada pahala bagi haji mabrur kecuali surga.

Keutamaan haji mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap kuatnya niat menunaikan nya. Keutamaan haji mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap pemahaman untuk menunaikannya. Melalui kekuatan niat, mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap pemahaman pelaksanaannya.¹⁶

¹⁶ Waladan Mardijja, Musa Hubeis, and Hj. Indupurnahayu, “Silahturahim Dan Disampaikannya Keutamaan Haji Dan Umroh Terhadap Kekuatan Niat Dan

d. Hukum haji

Ibadah haji wajib dilakukan bagi individu yang telah memenuhi semua kriteria yang diperlukan. Tujuannya adalah untuk menghilangkan segala hambatan yang menghambat pelaksanaan ibadah.¹⁷

Mengerjakan haji diwajibkan hanya sekali seumur hidup bagi setiap orang, tetapi tidak ada larangan untuk mengerjakannya lebih dari satu kali. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Ali Imran ayat 97. Ibadah haji merupakan ibadah wajib yang harus dilaksanakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Demikian pula perbuatan tidak melaksanakan wukuf di Arafah juga dianggap tidak memenuhi syarat haji. Ikut serta dalam ibadah haji atau umrah memerlukan ketaatan terhadap kewajiban-kewajiban tertentu. Kegagalan menunaikan kewajiban-kewajiban tersebut tidak membatalkan haji, namun orang tersebut tetap harus melaksanakan hukuman yang telah ditentukan. Misalnya, jika kewajiban memberhentikan juri diabaikan, maka hal tersebut harus diatasi dengan memberikan sanksi berupa denda.¹⁸

e. Macam-macam Haji

Dalam pelaksanaannya, haji terdiri atas tiga macam yaitu:¹⁹

- a) Haji Tamattu' adalah satu cara menunaikan ibadah haji terlebih dahulu dengan menggunakan ihram untuk umeah dan kemudian ihram untuk haji. Dan haji tamattu' ini merupakan haji yang populer di Indonesia. Sehingga banyak KBIH yang menyelenggarakan manasik haji tamattu'²⁰ bagi jamaahnya.

Kepahaman Untuk Melaksanakannya Di Lingkungan IPB,” *Jurnal Manajemen* 7, no. 2 (2016): 161, <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v7i2.1112>.

¹⁷ MH Jazuni, SH., *Legislasi Hukum Islam Di Indonesi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2005).

¹⁸ Annisa Fajriani, Miti Yarmunida, and Idwal B, “Dampak Pembatalan Keberangkatan Haji Pada Masa Pandemi Di Kementerian Agama Kota Bengkulu Impact,” *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)* 6, no. 1 (2023): 1–17.

¹⁹ Iwan Gayo, *Buku Pintar Haji Dan Umrah* (Jakarta: Pustaka Warga Negara, n.d.).

²⁰ Agus Miswanto, “Tanawu’ Al-Ibadah Di Muhammadiyah: Studi Terhadap Konsep Haji Tamattu’ Dengan Satu Sa’i Hasil Ijtihad Kh. Zen Fanani

- b) Haji Qiran adalah Seseorang berencana menunaikan haji dan umrah secara bersamaan pada bulan-bulan haji yang telah ditentukan, dengan menyatakan niatnya di miqat. Sesampainya di Mekkah, dilanjutkan dengan melakukan Tawaf Qudum dan Sai. Setelah selesainya ritual sai, seseorang tidak diperbolehkan melakukan aktivitas apa pun yang dilarang selama dalam keadaan ihram. Lanjutkan menjalankan ihram hingga hari ke 10 Dzulhijjah, setelah selesainya ibadah haji.
- c) Haji Ifrad adalah seseorang berniat haji saja tanpa umrah pada bulan-bulan haji, dengan mengucapkan niat di miqat.

f. Rukun Haji

Rukun haji terdapat 6 macam:

- a) Ihram, yaitu niat untuk menunaikan ibadah haji dan umrah dari dalam suci, dengan mengenakan pakaian tertentu (terdiri dari dua helai kain putih mulus untuk pria) dan menyatakan niat untuk menunaikan ibadah haji atau umrah secara lisan.
- b) Wukuf di Arafah, yaitu berada di padang arafah pada waktu yang telah ditentukan, yaitu tergelincirnya matahari pada tanggal 9 dzulhijjah hingga terbit fajar pada tanggal 10 dzulhijjah.
- c) Tawaf, yaitu berjalan mengelilingi ka'bah sebanyak 7 kali dimulai dari Hajar Aswad.

Macam-macam tawaf sebagai berikut:

- i. Tawaf qudum, yaitu tawaf yang dilakukan ketika seseorang yang akan mengerjakan ibadah haji datang ke masjidil haram (Mekkah)
- ii. Tawaf ifadah, yaitu tawaf yang wajib dilaksanakan oleh setiap jamaah haji untuk memenuhi rukun haji.
- iii. Tawaf wada', yaitu tawaf yang dilakukan oleh setiap jamaah haji sebelum meninggalkan ka'bah. Tawaf ini termasuk wajib haji.

- iv. Tawaf nazar, yaitu tawaf yang dilakukan untuk memenuhi nazar.
 - d) Sa'i, yaitu berlari-lari kecil dari bukit safa ke bukit marwah sebanyak tujuh kali, dilakukan sesudah tawaf.²¹
 - e) Tahallul, yaitu mencukur atau menggunting rambut sekurang-kurangnya menghilangkan tiga helai rambut.
 - f) Tertib, yaitu mendahulukan yang pertama secara berturut-turut sampai pada yang terakhir.
- g. Larangan dalam Haji
- Yang termasuk larangan dalam berhaji yaitu:
- a) Memakai pakaian yang dijahit dan tutup kepala bagi laki-laki.
 - b) Menutup wajah dan kedua telapak tangan bagi perempuan.
 - c) Memakai wangi-wangian, baik pada badan maupun pakaian.
 - d) Mencukur rambut atau bulu-bulu lainnya.
 - e) Memotong kuku.
 - f) Menikah, menikahkan, atau menjadi wali nikah.
 - g) Bersetubuh.
 - h) Berburu atau membunuh binatang liar dan halal dimakan.
 - i) Menebang pohon atau memotong rerumputan.
- Bagi yang melanggar larangan tersebut maka akan dikenakan denda (dam) menurut jenis pelanggaran yang dilakukan.
- h. Sunnah Haji
- Adapun sunah-sunah dalam haji yaitu:
- a) Membaca talbiyah.
 - b) Melaksanakan tawaf qudum.
 - c) Memakai kain berwarna putih.
 - d) Shalat 2 rakaat sesudah tawaf.
 - e) Memperbanyak doa dan dzikir.
 - f) Ziarah ke makam Rasulullah SAW.

²¹ Andi Intan Cahyani, "Pelaksanaan Haji Melalui Penerapan Formal Dalam Peraturan Haji Di Indonesia," *El-Iqthisadi: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Hukum* 1, no. 2 (2020): 104, <https://doi.org/10.24252/el-iqthisadi.v1i2.11677>.

i. Dam (denda) dalam Haji

Menurut bahasa, dam berarti darah, yakni menyembelih binatang sebagai kafarat(tebusan) terhadap beberapa pelanggaran yang dilakukan ketika melakukan ibadah haji maupun umrah.

Jenis-jenis dam, yakni:

- a) Dam tartib, yakni denda dengan menyembelih kambing. Apabila tidak mendapat kambing, harus puasa selama tiga hari di tanah suci dan tujuh hari apabila telah pulang ke kampung halaman.
- b) Dam takhyir dan taqdir, yaitu denda dengan boleh memilih menyembelih seekor kambing, berpuasa, atau bersedekah memberi makan kepada 6 orang miskin sebanyak 3,1 liter.
- c) Dam tartib dan ta'dil, yaitu denda karena melakukan hubungan suami istri. Dam tartib dan ta'dil berupa menyembelih unta, apabila tidak mampu, boleh menyembelih sapi dan apabila masih tidak mampu, menyembelih 7 ekor kambing, harus membeli makanan seharga itu dan disedekahkan kepada fakir miskin di Tanah suci.
- d) Dam takhyir dan ta'dil ini boleh memilih antara 3 hal yaitu:
 - i. Menyembelih binatang yang diburu.
 - ii. Membeli makanan seharga binatang buruan tersebut lalu disedekahkan.
 - iii. Berpuasa satu hari untuk setiap satu mud(5/6 liter).

j. Pengertian Umrah

Secara bahasa umrah berasal dari kata i'timar yang berarti ziarah yakni menziarahi ka'bah dan ber tawaf, kemudian sai dari bukit safa sampai bukit marwah, serta mencukur rambut tanpa wukuf di arafah.²²

Umrah adalah ibadah haji ke Baitullah dimana seseorang melakukan ritual ihram, tawaf, sai, dan bercukur dengan niat mencari keridhaan Allah SWT. Ibadah umrah memerlukan dedikasi penuh sumber daya keuangan, stamina fisik, dan niat tulus secara bersamaan.

Untuk menunaikan ibadah umrah, seseorang harus memiliki sumber daya yang cukup, vitalitas yang kuat, dan

²² Muhammad Baqir Al-Habsi, *Fikih Praktis* (Bandung: Mizan, 1999).

pengabdian yang tulus untuk menyelesaikan ibadah haji. Agar perjalanan umrah dianggap sah menurut hukum Islam, syarat dan ketentuan yang ditentukan harus dipatuhi. Umrah dibolehkan setiap hari kecuali hari Arafah yang jatuh pada tanggal 10 Dzulhijjah, dan hari Tasyrik yaitu tanggal 11, 12, dan 13 Dzulhijjah.²³

k. Hukum Umrah

Menunaikan ibadah umrah merupakan kewajiban agama bagi umat Islam yang mempunyai kemampuan fisik dan finansial, dan harus dilakukan minimal satu kali seumur hidup. Melakukan praktik penegakan hukum berkali-kali dianggap sunnah.

Adapun dalil tentang ibadah umrah, Allah SWT berfirman:

لِلَّهِ وَالْعُمْرَةَ الْحَجِّ وَأَمُّوا

Artinya: “Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah...”(QS. Al-Baqarah:196).

1. Ketentuan Umrah

1) Waktu Pelaksanaan Umrah

Umrah bisa dilakukan kapan saja sepanjang tahun. Umrah tidak terikat dari beberapa bulan seperti ibadah haji, namun ibadah umrah tidak dianjurkan pada 9 dzulhijjah(hari arafah) hingga 14 dzulhijjah yang merupakan puncak pelaksanaan ibadah haji.

2) Syarat Umrah

- a) Islam.
- b) Baligh(dewasa).
- c) Berakal sehat.
- d) Merdeka(bukan budak belian).
- e) Istitha'ah(mampu).

m. Rukun Umrah

1. Berihram dan berniat.

Tindakan ihram wajib dilakukan di tempat miqat yang telah ditentukan setelah mengenakan dua helai pakaian ihram bagi laki-laki yang belum dijahit. Sedangkan bagi perempuan, tidak ada persyaratan khusus mengenai jenis pakaian, namun harus

²³ Siti Alfiah, “Manajemen Pelayanan Umrah Di Pt. Annida Wisata Utama Kemiling Bandar Lampung,” 2020.

memastikan seluruh area pribadinya tertutup, kecuali wajah dan telapak tangan.

2. Tawaf adalah mengelilingi ka'bah sebanyak tujuh kali, dimulai dari sudut hajar aswad dengan niat tawaf umrah. Tidak ada doa khusus yang harus dibaca saat tawaf. Akan tetapi, sebaiknya membaca panduan doa-doa atau sumber lainnya dari jumbuh ulama.
3. Sa'i.

Sa'i adalah perjalanan melintasi antara bukit safa dan marwah sebanyak tujuh kali, dimulai dari bukit safa dan berhenti di bukit marwah. Tidak ada doa khusus yang harus dibaca pada saat sa'i. Akan tetapi, sebaiknya membaca panduan doa dari jumbuh ulama.

4. Tahallul

Menghalalkan diri dari semua larangan setelah berniat ihram dengan cara mencukur rambut setelah menyelesaikan semua rangkaian ibadah umrah.

5. Tertib.

Melaksanakan semua rukun umrah secara berurutan.

3. Persaingan yang Efektif

Dalam memasarkan suatu produk maupun jasa mesti ada persaingan antara marketing nya, dalam hal tersebut persaingan yang efektif dalam perusahaan memanglah banyak. Menerapkan persaingan antara perusahaan satu dengan yang lain ini memang tidak mudah, di Indonesia sendiri ada hukum persaingan pada hakikatnya terbentuk hukum persaingan usaha upaya secara mengoptimalkan persaingan usaha yang sehat dan efektif dalam suatu pasar.

Menurut ahli ekonomi dari lembaga *friedrich naumann stiftung* Dr. Rainer Adam berpendapat bahwa²⁴ persaingan adalah suatu mekanisme yang efektif dan efisien yang bertujuan untuk menemukan solusi-solusi baru atau masalah baru dan tantangan baru yang selalu muncul.

Pada hakikatnya pelaku usaha dalam menjalankan usahanya selalu bersaing, ada yang dilakukan dengan cara negatif dan juga ada yang melakukan dengan positif. Persaingan usaha yang

²⁴ Fenni Amelia, "Analisis Pendapatan Yang Diperoleh Toko Sembako Bpk. Ahmad Zamroni Ditengah Persaingan Pandemi Covid19" 7, no. 2 (2021): 107–15.

negatif sering diistilahkan dengan persaingan yang tidak sehat akan berakibat pada:

- 1) Matinya atau berkurang suatu persaingan antar pelaku usaha.
- 2) Timbulnya praktik monopoli.
- 3) Pelaku usaha mengeksploitasi konsumen dengan cara yang tidak baik.²⁵

Sedangkan persaingan yang positif adalah bersaing dengan sehat, karena produk dalam suatu usaha harus baik dan bagus supaya para konsumen tertarik untuk membelinya, dalam persaingan yang positif kejujuran itu adalah kunci utama dalam suatu usaha. Dengan persaingan yang sehat maka akan mendapatkan predikat yang baik pula dan juga mendapatkan konsumen yang banyak.

Persaingan yang efektif ini memang tidak mudah. Kebijakan hukum persaingan usaha bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan konsumen dengan menghilangkan potensi hambatan dengan berfungsinya suatu pasar secara efisien. Karena terhambatnya suatu fungsi dalam persaingan ini maka akan merusak sebuah pemasaran dari perusahaan, maka dari itu pandai-pandai perusahaan harus bisa menerapkan fungsi keutamaan dari sebuah pemasaran supaya dapat bersaing dengan cara yang efektif pula untuk mendapatkan laba yang besar pula. Salah satu kemungkinannya adalah dengan menghapus undang-undang antimonopoli yang bertujuan untuk menetapkan harga, membatasi persaingan dari pesaing, dan mencegah perusahaan yang memiliki kekuatan pasar menyalahgunakan dominan mereka.²⁶ Dalam hal membatasi persaingan dari pesaing adalah dapat menerapkan visi misi yang ada dalam perusahaan. Dalam suatu perusahaan pastinya ada visi misi yang harus dijalankan. Maka dari itu suatu visi dan misi mempengaruhi sebuah persaingan antara perusahaan yang lainnya.

²⁵ Hikmahanto Juwana, "Sekilas Tentang Hukum Persaingan Dan UU No. 5 Tahun 1999," *Jurnal Magister Hukum* 1 (1999).

²⁶ Hanim Mafulah, "Pengecualian Perjanjian Yang Berkaitan Paten Dan Lisensinya Dalam Pengawasan Persaingan Usaha," *SIGN Jurnal Hukum* 1, no. 2 (2020): 87–103, <https://doi.org/10.37276/sjh.v1i2.55>.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu ada beberapa sumber yang menjadi acuan untuk mendapatkan sebuah penelitian yang valid dan benar diantaranya penelitian terdahulu penulis menemukan penelitian sebagai berikut:

1. Artikel Jurnal Studi Keislaman Nasrun Nazzarudin,dkk (2020) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.²⁷Dalam jurnalnya yang berjudul “ Analisis Strategi Pemasaran dan Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji dan Umrah Prospektif Ekonomi Syari’ah(Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir dan Al Madinah). Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan merupakan jenis penelitian lapangan(Field Research). Penelitian terdahulu ini membandingkan layanan ibadah haji dan umrah PT. Makkah Multazam Safir dan Al-Madinah Tour & Travel di Bandar Lampung yang bersama-sama merupakan badan usaha yang memberikan jasa atau penyedia layanan ibadah haji dan umrah di Baitullah. Letak persamaan membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan pada PT. Makkah Multazam Safir dan Al-Madinah. Untuk menarik para jamaah biar dapat pelayanan dan marketing yang diinginkan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh jamaah haji dan umrah serta mendapatkan kepuasan yang maksimal. Letak perbedaanya penelitian terdahulu fokus membahas tentang teori perkembangan strategi marketing pada biro haji dan umroh sedangkan penelitian sekarang membahas tentang upaya meningkatkan kepuasan layanan jamaah haji dan umrah.
2. Penelitian skripsi oleh Devi Noviyanti (2015) Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari.²⁸ Dalam artikelnya yang berjudul “Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji dan Umrah di Banjarmasin”. Jenis penelitian ini adalah lapangan atau

²⁷ Bheben Oscar and Hilman Cahya Megantara, “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army,” *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 10, no. 1 (2020): 1–12, <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/717>.

²⁸ Noviyanti, “Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji Dan Umroh Di Banjarmasin.”

(Field Research). Dengan pendekatan metode kualitatif. Penelitian terdahulu membahas tentang mengimplementasikan strategi pemasaran yaitu dengan cara pelaksanaan dan penerapan pemasaran bagi travel haji dan umrah. Letak persamaanya yaitu sama-sama menerapkan strategi marketing bagi biro haji dan umrah. Letak perbedaanya penelitian terdahulu yaitu mengedepankan tentang bauran pemasaran, penetapan pemasaran dan juga segmentasi pemasaran. Sedangkan penelitian sekarang membahas tentang memenangkan persaingan secara efektif.

3. Penelitian skripsi oleh Hanny Salsabila (2021) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Dalam skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Diferensiasi Produk Haji Dan Umrah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada PT. Sahid Gema Wisata Jakarta Pusat”. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian terdahulu membahas tentang strategi diferensi yaitu menciptakan suatu produk yang unik yang berbeda dengan pesaing. Letak persamaanya adalah sama-sama menghadapi persaingan yang ketat terhadap biro yang lain. Letak perbedaanya penelitian terdahulu yaitu mengedepankan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam persaingan bisnis. Sedangkan penelitian sekarang yaitu mengedepankan service strategi marketing dalam mempengaruhi minat konsumen.
4. Artikel Jurnal Manajemen Dakwah. Mustofa, Agussalim (2021) Institut Agama Islam Al-Azhar Lubuklinggau. Dalam Jurnalnya yang berjudul “Manajemen pelayanan Haji dan Umrah di Agen PT. Taubaka Zakka Atkia Kabupaten Musi Rawas Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah”.²⁹ Metode penelitian ini Deskriptif Kualitatif. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu, perbedaanya yaitu penelitian terdahulu lebih berfokus pada pelaksanaan dan evaluasi dan pelayanan, bentuk pelayanannya dimulai

²⁹ Mustofa Mustofa et al., “Manajemen Pelayanan Haji Dan Umrah Di Agen PT. Tauba Zakka Atkia Kabupaten Musi Rawas Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah,” *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah* 1, no. 2 (2021): 14–23.

dari planing,budget,dan pelayanan promosi. Sedangkan dalam pelayanan pelaksanaanya ini menggunakan ceramah,simulasi dan diskusi. Persamaanya yaitu sama-sama berevaluasi dalam pelayanannya.

5. Artikel Jurnal Manajemen Haji dan Umrah,Siti Wuryan, Muhamad Bisri Musthofa, Wahid Harsono (2021) UIN Raden Intan Lampung. Dalam jurnalnya yang berjudul”Analisis Manajemen Pelayanan Pada Calon Jamaah Haji dan Umrah (PT. DAANISH MIKA SALSATOURS AND TRAVEL).³⁰ Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu, penelitian terdahulu ini meneliti tentang analisis manajemen sedangkan penelitian yang sekarang meneliti tentang analisis strategi pelayanan. Persamaanya sama-sama dengan pelayanan bimbingan manasik dilakukan dengan metode 3 kali yaitu ceramah,simulasi dan diskusi.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir pada umumnya berupa gagasan untuk berpikir dan juga bisa didefinisikan sebuah rangkaian kata yang ringkas terkait dengan teori yang dipaparkan dalam menjawab rumusan masalah yang telah diterapkan alur kerangka berpikir terkait dengan “ Analisis Strategi Marketing Biro Haji dan Umrah Dalam Memenangkan Persaingan Yang Efektif(Studi Kasus Biro Haji dan Umrah Barokah Madinah Tour).

Berdasarkan kondisi lapangan yang diteliti kerangka penelitian ini akan berusaha memberikan gambaran tentang pola atau alur berpikir dari penelitian yang dilakukan. Penelitian ini mengamati tentang Analisis Strategi Marketing Biro Haji dan Umrah dalam Memenangkan Persaingan yang Efektif. Yang dimana menganalisis strategi pelayanan yang diberikan perusahaan untuk calon jamaah haji dan umroh dalam memenangkan daya saing yang efektif.

³⁰ Rahma et al., “MANAJEMEN PELAYANAN HAJI DAN UMRAH KBIH NASRUL UMMAH.”

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



D. Pertanyaan Penelitian

Adapun beberapa pertanyaan penelitian yang diajukan dalam wawancara PT. BAROKAH MADINAH TOUR adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi marketing dalam biro haji dan Umrah PT Barokah Madinah Tour?
2. Bagaimana perkembangan teknologi atau perkembangan pemasaran yang sudah dijalankan oleh PT Barokah Madinah Tour ini?
3. Bagaimana para pengelola biro haji dan umrah ini memasarkan strategi marketing dalam memenangkan daya persaingan yang efektif?
4. Apa saja faktor penghambat dan pendukung dalam memasarkan biro haji dan umrah PT Barokah Madinah Tour?