

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Penelitian

1. Data Pendukung

a. Sejarah berdiri

PT Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa biro perjalanan. Sebagai cabang ke 37 dari PT Gaido Azza Darussalam Indonesia pusat yang berkedudukan di Jakarta. Di samping sebagai peyelenggara umrah dan haji khusus, Gaido Travel & Tours Kudus juga melayani pengurusan paspor, visa dan perjalanan wisata. Gaido Travel & Tour Kudus resmi berdiri pada tanggal 03 April 2020 dengan surat keputusan nomor 966 tahun 2020. Lembaga tersebut berlokasi di jalan kapas raya no. 9 perumahan Megawon Indah Kecamatan Jati Kabupaten Kudus POX. 59342. Untuk operasionalnya sendiri biro ini baru diawali pada tanggal 06 Januari 2020. Sedangkan PT Gaido Travel & Tours pusat berkantor di di jalan Kyai Caringin no. 5 Cideng Jakarta Pusat.

Gaido Travel & Tour telah mendapatkan izin sebagai Biro Perjalanan Wisata, Perjalanan Ibadah Umrah, Perjalanan Ibadah Haji, Perizininan Franchise dan sebagai Provider Visa. Gaido Travel adalah bagian dari Gaido Group sehingga Gaido Travel baik kantor pusat maupun kantor cabang mendapatkan dukungan dari unit-unit usaha seperti Majalah Haji & Umrah, Hajiumrahnews.com, Banten Restaurant, Baduy Outbound, BAF Syariah, Sani Mobil, Gaido Communication, Gaido Collection, TVMMI dan lain-lain.

Pada Januari 2020 sekaligus menyambut Milad ke-17, Gaido Travel resmi tersertifikasi International Standard Organization (ISO) 9001:2015. Ini merupakan prestasi sebagai bentuk karya nyata dalam pengelolaan perusahaan dengan tata kelola baik sehingga mendapat prestasi atau penghargaan dari instansi yang kompeten. Selain itu semakin derasnya dukungan dan kepercayaan dari pemerintah dan masyarakat dibuktikan dengan semakin banyaknya jemaah yang mendaftarkan diri untuk haji, umrah dan halal travel di Gaido Travel.

b. Visi, Misi dan Nilai

Dikutip dari company profilnya PT Gaido Azza Darussalam merupakan organisasi dalam bidang jasa yang mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

1) Visi

Menjadi perusahaan haji, umrah, dan halal travel nomor 1 di dunia dengan pelayanan terbaik kepada pelanggan di dalam dan di luar negeri.

2) Misi

- (a) Sebagai perusahaan yang kompetitif bersinergi serta siap menjadi suatu perusahaan Travel Agent dengan pasar bebas.
- (b) Memiliki karyawan yang sejahtera, berdedikasi dan berintegritas tinggi, professional serta amanah.
- (c) Memiliki iklim dan suasana kerja yang harmonis, transparan serta kondusif untuk pengembangan kreatifitas pemberdayaan.

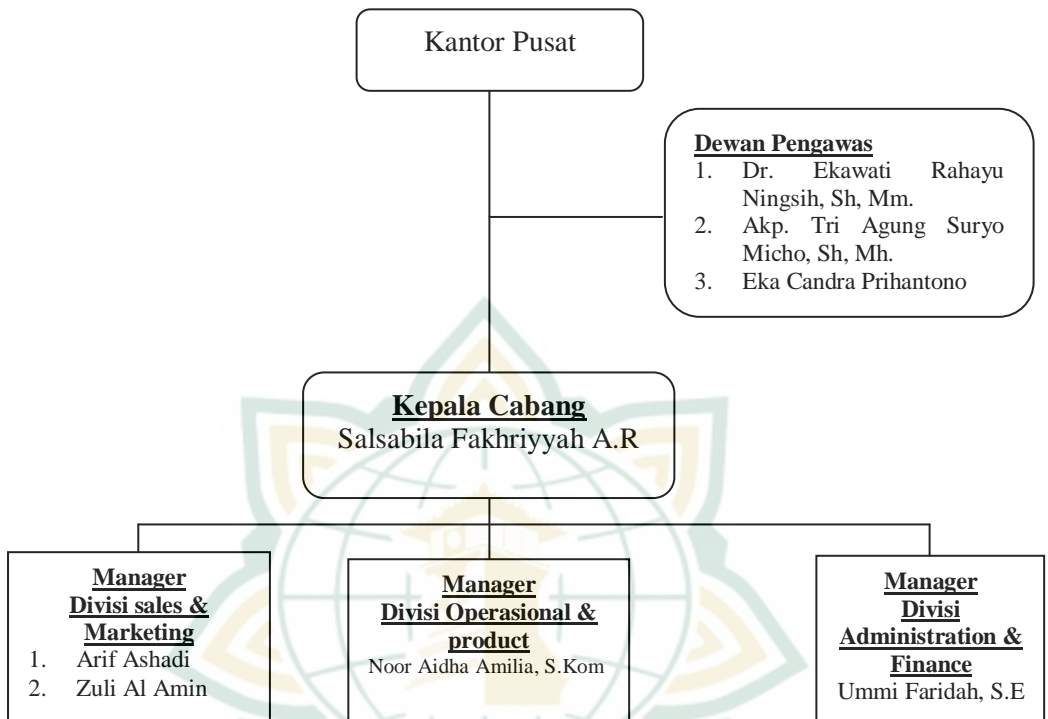
3) Nilai

Gaido Travel menjadikan dakwah melalui haji, umrah, dan halal travel dengan konsep Rahmatan lil Alamin

- (a) Membangun lapangan kerja melalui haji, umrah, dan halal travel
- (b) Meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran melalui haji, umrah, dan halal travel
- (c) Membantu rakyat Indonesia untuk mengenal bangsa lain melalui haji, umrah, dan halal travel
- (d) Memperkenalkan bangsa Indonesia kepada bangsa lain melalui haji, umrah, dan halal travel
- (e) Mengangkat harkat dan martabat bangsa melalui haji, umrah, dan halal travel.

c. Struktur Organisasi

Untuk mengemban masing-masing tugas dari karyawan Gaido Travel & Tour cabang Kudus maka terbentuklah struktur organisasi di bawah ini



d. Produk Layanan produk dan jenis layanan PT. Gaido Travel and Tous di antaranya adalah:

1) Haji Khusus

Haji khusus adalah paket ibadah haji yang diselenggarakan oleh travel agent yang telah mendapatkan izin penyelenggaraan ibadah haji dari Kementerian Agama. Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umrah selain mengeluarkan izin juga memberikan pembinaan kepada travel agar pelaksanaannya sesuai dengan standar pelayanan minimal. Bahwa penyelenggara ibadah haji khusus diatur secara khusus mulai dari harga batas minimal 8,000 USD dengan maksimal durasi waktu 25 hari.

2) Umrah

(a) Umrah Reguler

Adalah umrah yang sesuai dengan paket disediakan oleh pihak penyelenggara secara umum dengan mengikuti ketentuan yang sudah dibuat.

(b) Umrah Plus

Adalah Umrah dengan menambah kunjungan negara setelah Mekkah dan Madinah di antaranya umrah plus Turki, Dubai, Mesir, Jordan, Aqsa dan lain-lain.

(c) Umrah Khusus

Umrah permintaan (Addhock) sesuai dengan keinginan yang diminta oleh calon jemaah, artinya tidak sesuai paket yang disediakan secara umum/regular oleh pihak penyelenggara seperti permintaan hotel di Makkah - Madinah, penerbangan, pembimbing, jumlah hari dan lain-lain.

(d) Halal Travel

Produk halal travel dikhususkan untuk kaum muslimin yang melaksanakan tour baik di dalam negeri maupun ke luar negeri tetap mendapatkan waktu dan tempat beribadah. Setiap tour diberikan waktu untuk sholat dan diantar ke masjid yang terkenal di setiap destinasi wisata. Disediakan makanan dan minuman halal di setiap perjalanan. Produk Halal travel ini di antaranya Halal Travel Nusantara yaitu Garut, Serang, Bandung, Lombok, Jogja, dan lain-lain. Halal Travel Asia yaitu Jepang, Korea Selatan, China, Thailand, dan lainlain. Halal Travel Eropa yaitu Spanyol, Turki, Jerman, Prancis, dan lain-lain. Beberapa masjid yang menjadi tujuan halal travel baik di dalam negeri maupun luar negeri diantaranya Masjid Istiqlal, Masjid Cordoba, Seoul Central Mosque, Tokyo Cammi Mosque.

(e) Tiket Penerbangan Domestik dan Internasional

Saat ini sistem ticketing telah memiliki system on-line Abacus dan mempunyai Izin Keagenan dengan beberapa maskapai penerbangan baik nasional maupun internasional serta tergabung sebagai anggota International Air Transport Association (IATA).

(f) Dokumen Perjalanan

Guna memberikan pelayanan yang maksimal kepada client baik perorangan maupun korporasi yang telah memberikan kepercayaan kepada kami, untuk itu kami bekerjasama dengan kantor imigrasi di kota-kota besar di Indonesia untuk melayani proses pembuatan paspor sedangkan untuk proses

visa ke luar negeri kami menggunakan sistem on-line ke beberapa negara di antaranya United Arab Emirate, Turki, Mesir dan lain-lain , khusus untuk ke Saudi Arabia kami sebagai provider visa.

e. Fasilitas Layanan

Sebagai biro perjalanan yang mengutamakan pelayanan, PT. Gaido Azza Darussalam memberikan fasilitas sebagai berikut:

1) Bimbingan ibadah/ manasik haji dan umrah

Ilmu yang baik dan benar dalam menjalankan ibadah haji dan umrah sangatlah penting. Dengan ilmu yang baik dan benar ibadah haji dan umrah akan berjalan sesuai dengan syariat yang ada. Dalam hal ini PT. Gaido Azza Darussalam telah mempersiapkan materi manasik maupun tim yang akan membimbing para calon jamaah. Materi manasik akan disampaikan sesuai jadwal yang sudah ditentukan. Selain itu tentu saja akan ada tim khusus yang akan membimbing jamaah selama berada di Arab Saudi.

2) Pemeriksaan kesehatan

Salah satu pelayanan yang diberikan Gaido Travel and Tours adalah pemeriksaan kesehatan kepada para jamaah di mana para jamaah diberikan pelayanan pemeriksaan secara keseluruhan dan vaksinasi Meningitis meskipun diberikan tambahan biaya tersendiri.

3) Akomodasi

Gaido Tour & Travel memberikan fasilitas kepada para jamaah ketika di Arab Saudi yaitu menginap di hotel. Hotel tersebut mulai dari bintang tiga, empat, dan lima sesuai paket yang ada. Hotel yang digunakan memiliki kualitas yang baik dan jarak yang dekat dari Masjidil Haram. Adapun hotel yang biasa digunakan yaitu Al Massa di Makah, dan Al-Saha' di Madinah. Selain itu makanan dan minuman yang diberikan kepada para jamaah tiga kali setiap hari dengan pilihan menu Indonesia, Arab, dan Internasional.

4) Transportasi

Transportasi udara yang digunakan para jamaah dari Indonesia - Jedah adalah pesawat Garuda Indonesia (GA). Sedangkan dari Arab Saudi - Indonesia adalah pesawat Assaudiah. Dan transportasi darat selama di

Arab Saudi menggunakan bus transportasi milik PT Gaido Azza Darussalam sendiri.

5) Fasilitas Lain

Adapun fasilitas lain yang diberikan kepada para jamaah Gaido Tour & Travel di antaranya adalah :

(a) Layanan Berbasis Teknologi

Gaido Travel & Tours yang memiliki visi to be No1 Hajj, Umrah & Halal Travel di Indonesia dan di dunia menyiapkan layanan fasilitas untuk menguatkan brand dan pemasaran yang mudah diakses oleh calon jamaah baik dalam negeri maupun di luar negeri melalui Website, Google Maps, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan produk-produk lain yang bisa diakses melalui aplikasi mobile dan bisa didownload di Appstore dan GooglePlay.

(b) Mendapatkan perlengkapan haji dan umrah secara lengkap

Diantara fasilitas yang didapatkan jamaah yaitu, Koper Besar, Tas Dokumen , Kain Batik , Kain Ihram/ Mukena, Syal Gaido, Sabuk Ihram, Tas Sandal, Bantal Leher, Buku Manasik, Buku Panduan, Id Card , Bag Tag. Dan lain-lain.

(c) Kantor pusat graha gaido dan kantor pemasaran gaido plaza

(d) Pusat pelatihan baduy outbound.

2. Data Pokok

a. Strategi Produk (product)

PT. Gaido Azza Darussalam menjual produk mereka dengan berbagai macam variasi. Gaido Travel and Travel telah mengembangkan produk mereka dalam berbagai pilihan sesuai dengan kebutuhan pasar. Di bawah ini merupakan rincian produk haji dan umrah yang terdiri dari paket pilihan.⁵⁶

1) Paket Haji

Paket haji yang dimiliki Gaido travel dibagi menjadi tiga golongan yaitu, haji reguler, haji plus dan haji khusus.

⁵⁶ Brosur Progam Haji dan Umrah PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia Tahun 2020

Berikut adalah variasi paket haji khusus yang ditawarkan oleh Gaido Travel & Tours:

- (a) Paket Platinum
yaitu perjalanan haji khusus selama 18 hari dengan pelayanan Excellent diperuntukan bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu dengan fasilitas bintang 5.
- (b) Paket Gold
yaitu perjalanan haji khusus selama 23 hari dengan fasilitas bintang 5.
- (c) Paket Silver
yaitu perjalanan haji khusus selama 24 hari dengan fasilitas bintang 4.

Dalam paket tersebut konsumen masih dimanjakan dengan pemilihan penerbangan yang menjadi transportasi konsumen, mengenai hotelnya, apakah ingin hotel bintang tiga, empat atau lima dan lain-lain. Hal tersebut dikatakan langsung oleh salah satu staff administrasi dan finance Gaido Travel & Tour Kudus.

”kalau mengenai penerbangan tergantung sama konsumennya, jika pengen menggunakan garuda atau saudiah berarti nanti kita berangkat dari Semarang ke bandara Soekarno Hatta Jakarta. Namun sekarang dari Semarang sudah bisa langsung sampai ke Arab Saudi dengan menggunakan penerbangan Citylink. Atau jika mau yang lebih murah lagi kita menawarkan penerbangan menggunakan Oman”.⁵⁷

⁵⁷ Wawancara dengan Farida Ulfah, Manager Administrasi dan Finance PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus, pada tanggal 21 Maret 2021 pukul 13. 14 WIB.

Tabel 1.4. Paket Haji Gaido Travel & Tour

No	1	2	3
Jenis	Haji Khusus	Haji Plus	Haji Reguler
Biaya	19,500 USD	13,500 USD	1,800 USD
Durasi	18 Hari	24-25 Hari	40 Hari
Trans. Udara	Assaudiah	Assaudiah	Assaudiah
Hotel	Pullman zam-zam *5 dan AL Nokhbah *5	Pullman zam-zam *5 dan AL Nokhbah *5	Ajyad Makarim dan Rove Hotel
Trans. Darat	Bus Gaido	Bus Gaido	Bus Gaido
Keterangan	Tenda VIP Arafah dan Mina, fasilitas permintaan seperi pemilihan pembimbing, wisata tour, dll.	Tenda VIP Arafah dan Mina, tour wisata sesuai paket	Tenda Reguler Arafah dan Mina

2) Paket Umrah

Paket Umrah yang ditawarkan oleh Gaido Travel and Tour adalah sebagai berikut:

(a) Umrah Reguler

Adalah umrah yang sesuai dengan paket disediakan oleh pihak penyelenggara secara umum dengan mengikuti ketentuan yang sudah dibuat.

(b) Umrah Plus

Adalah Umrah dengan menambah kunjungan negara setelah Mekkah dan Madinah di antaranya umrah plus Turki, Dubai, Mesir, Jordan, Aqsa dan lain-lain.

(c) Umrah Khusus

Umrah permintaan (*Addhock*) sesuai dengan keinginan yang diminta oleh calon jemaah, artinya tidak sesuai paket yang disediakan secara umum/reguler oleh pihak penyelenggara seperti permintaan hotel di Makkah - Madinah, penerbangan, pembimbing, jumlah hari dan lain-lain.

Tabel 2.4. Paket Umrag Gaido Travel & Tours

No		1	2	3
Jenis		Umrah Khusus	Umrah Plus	Umrah Reguler
Biaya		Rp. 32,4 juta	Rp. 27,8 juta	Rp. 24,9 Juta
Durasi		9 hari	9 hari	13 hari
fasilitas	Tr. Udara	Assaudiah	Saudia Airline	Ethiopian Air
	Hotel	Swissmaqam (Makkah) Rove/ Leader (Madinah)	Le Meredian Towers (Makkah) Jiwar Al Thaqifa (Madinah)	Royal Majestic (Makkah) Rawda Aqeeq (Madinah)
	Tr. Darat	Bus Gaido	Bus Gaido	Bus Gaido
Keterangan		Fasilitas permintaan seperi pemilihan pembimbing, wisata tour, dll.	Wisata Tour	-

Persyaratan

- (1) Usia 18-51 tahun
- (2) Pas Foto 4 x 6 berwarna background putih (2 lembar)
- (3) FC KK, KTP, Bukuh nikah (bago yang sudah berkeluarga)
- (4) Passport dan buku kuning suntik meningitis

Paket Sudah Termasuk

- (1) Asuransi Covid selama perjalanan
- (2) Free PCR Swab di Saudi
- (3) Muttawif profesional
- (4) Handling Pesawat
- (5) Tiket Pesawat PIP (Economy Class)
- (6) Akomodasi Hotel sesuai progam
- (7) Visa umrah

- Paket Belum Termasuk
- (1) PCR Swab Test & Karantina sebelum keberangkatan & kepulangan
 - (2) Biaya pembuatan passport, suntik meningitis
 - (3) Perlengkapan umroh, longue & manasik umrah
 - (4) Kelebihan bagasi
 - (5) Biaya tambahan (jika ada) yang dikeluarkan oleh KSA.
- 3) Halal Travel
- Halal Travel yang diciptakan Gaido Travel terbagi menjadi 2 variasi yaitu tour luar negeri dan tour dalam negeri dengan tetap mengutamakan ibadah.⁵⁸
- (a) Tour luar negeri
 - (1) Tour Dubai & Turki
Biaya : Rp. 15.980.000 (8 hari)
 - (2) Tour Eropa Timur
Biaya : Rp. 37.980.000 (11 hari)
 - (3) Tour Jepang
Biaya : Rp.39.980.000 (7 hari)

Tabel 3.4. Contoh Paket Halal Travel Tour luar Negeri.

Paket		Turk i (paket 8 hari 5 malam)
Biaya		Rp. 14.500.000
Fasilitas	Penerbangan	Turkish Airlines
	Hotel	Hilton Zeytiburnu (Istanbul), Royal Palace (Kusadasi), Tripolis (Pamukkale), Mustafa Hotel (Cappadocia)
Destinasi		Istanbul, Bursa, Kusadasi, Pamukkale, Konya, Cappadocia, Ankara
Include		Tiket ekonomi PP, Hotel, Makan sesuai itinerary, Tour dan Tiket masuk sesuai itinerary, Transportasi sesuai itinerary, Guide lokal, Air mineral 1 botol/orang/hari
Exclude		Pengeluaran pribadi (Mini bar, Laundry, dll), Mandatory tp USD/6 hari, E-Visa Turkey, Tour tambahan di luar paket, Rapid test+PCR test+travel insurance, biaya lain-lain yang tidak tertera di include.

⁵⁸ Brosur Progam Halal PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia Tahun 2020

- (b) Tour dalam Negeri
- (1) Tour Bali
Biaya : Rp. 1.296.000/ pax (3 hari 2 malam)
 - (2) Tour Bandung
Biaya : Rp. 476.000/ pax (1 hari)
 - (3) Tour Dieng
Biaya : Rp. 359.000/ pax (1 hari)
 - (4) Tour Bandungan
Biaya : Rp. 235.00/ pax (1 hari)
 - (5) Tour Yogyakarta
Biaya : Rp. 330.000/ pax (1 hari)
 - (6) Tour Kudus
Biaya : Rp. 130.000/ pax (1 hari)
 - (7) Tour Tuban – Lamongan
Biaya : Rp. 225.000/ pax (1 hari)
 - (8) Tour Batu Malang
Biaya : Rp. 312.000/ pax (1 hari)
 - (9) Tour Bromo
Biaya : Rp. 548.000/ pax (1 hari)
 - (10) Tour Jakarta
Biaya : Rp. 336.000/ pax (2 hari 1 malam)
 - (11) Tour Karimun Jawa
Biaya : Rp. 1.035.000/ pax (2 hari 1 malam)
 - (12) Tour Semarang
Biaya : Rp. 215.000/ pax (2 hari 1 malam)
 - (13) Ziarah Walisongo
Biaya : Rp. 495.000/ pax (4 hari 3 malam)

Tabel 4.4. Contoh Paket Halal Travel Tour dalam Negeri

Paket	Jogja Istimewa (paket 1 hari)
Biaya	Rp. 330.000/ pax
Kapasitas	48-50 orang
Fasilitas	Bus pariwisata full AC, Tour Leader, Snack 1 kali, Makan 2 kali, P3K Standart, Tiket objek wisata, Banner, Souvenir, Doorprize, Dokumentasi, Asuransi perjalanan.
Destinasi	Malioboro, Taman Pintar, Candi Borobudur, Kraton Yogyakarta, Pusat Oleh-Oleh Bakpia Patok 25.
Keterangan	Harga masih bisa dinego sesuai fasilitas dan tujuan wisata, tujuan wisata bisa dirubah sesuai permintaan,

b. Strategi Harga (*price*)

PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia menentukan sebuah harga produknya dengan menghitung total keseluruhan biaya (*cost*) dahulu. Setelah itu, PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia bisa menentukan dan menetapkan harga yang dijual. PT. Gaido Azza Darussalam menetapkan harga yang sangat bervariasi kepada konsumennya yang tentu berbeda pula fasilitas pada paket yang dipilih. Jamaah selalu diberi peringatan bahwa harga sewaktu-waktu bisa berubah yang disebabkan oleh nilai Dollar yang kadang-kadang bisa berubah. Ada pemberitahuan terlebih dahulu sebelum pemberangkatan, apabila terjadi perubahan pada harga yang telah disepakati.

Dalam Strategi harga ini Gaido Travel and Tours telah memberikan promo umrah ketika milad Gaido yang ke-18. Dengan hanya membayar 35,6 juta jamaah bisa melakukan perjalanan selama 10 hari dengan fasilitas yang serba bintang lima. Selain itu strategi harga lain yang dilakukan oleh Gaido Travel and Tours Kudus adalah berani memainkan harga yang lebih murah di suatu program travel yang fasilitas dan pelayanannya sama dengan Travel lain.

“kami pernah menjual produk yang lebih murah dengan pelayanan dan fasilitas yang sama dengan travel sebelah. Walau hanya selisih seribu rupiah hal tersebut bisa membuat konsumen terkecoh yang

akhirnya lebih memilih Gaido Travel and Tour untuk perjalanan mereka”.⁵⁹

Harga yang bersahabat dengan pelayanan yang hebat membuat kepuasan tersendiri bagi konsumen yang telah memilih Gaido Travel & Tour sebagai biro perjalanan yang mengatakannya berkunjung ke rumah Allah. Hal ini dikatakan oleh salah satu konsumen Gaido Travel & Tour Kudus, ”iya mbak, harga yang saya bayarkan sudah sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang saya dapatkan, pegawainya baik-baik. Bersyukur banget bisa berangkat umrah, karena setelah itu lockdown dan sampai sekarang masih ditutup”⁶⁰

c. Strategi Distribusi (*Place*)

Strategi distribusi harus diterapkan sejak awal, bahkan sebelum produk siap dipasarkan, manajemen perlu menetapkan metode dan rute yang akan digunakan sebagai jembatan mesdistribusikan barang agar sampai pada pasar.

Membawa produk ke pasar memerlukan serangkaian aktivitas, dan yang terpenting dari aktivitas tersebut adalah penjualan (dan pengiriman barang) dari produsen dan konsumen akhir.

Jalur perseorangan adalah strategi pendistribusian yang dipilih Gaido Travel and Tours cabang Kudus. Dengan cara pendistribusian kepada agen-agen di dalam kota sendiri maupun luar kota. Telah diketahui bahwa Gaido Travel and Tours Kudus sudah mempunyai beberapa agen pemasaran, misalnya di dalam kota Kudus sendiri yaitu di Undaan, kota Pati, Blora, Grobogan dan Jepara.

d. Strategi Promosi (*promotion*)

Seiring berjalannya waktu yang semakin canggih ini semua informasi yang kita butuhkan dapat didapatkan secara mudah. Strategi marketing yang paling inti dalam perusahaan adalah mempromosikan atau memberitahukan produk agar terjual. Setiap perusahaan memiliki cara dan gaya yang berbeda-beda dalam mempromosikan produk

⁵⁹ Wawancara dengan Farida Ulfah, Manager Administrasi dan Finance PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus, pada tanggal 8 Maret 2021 pukul 09. 15 WIB.

⁶⁰Wawancara Sri Rahayu , selaku Pelanggan PT Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus, pada tanggal 19 Maret 2021 pukul 11. 14 WIB.

mereka. Gaido Travel and Tour selalu berusaha meyakinkan kepada masyarakat bahwa Gaido Travel and Tour selalu mengedepankan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Ketatnya persaingan pada biro-biro haji dan umrah membuat Gaido Travel and Tour Kudus untuk selalu berusaha lebih keras lagi. Hal itu dilakukan demi mempertahankan visi Gaido yaitu menjadi biro haji dan umrah serta halal travel nomor 1 di dunia dengan selalu mengutamakan pelayanan terbaik terhadap konsumen.

Berikut adalah strategi Gaido Travel and Tour dalam mempromosikan produknya:

1) Personal Selling

Personal Selling adalah strategi marketing yang sering digunakan oleh marketer Gaido Travel Kudus. Dengan interaksi langsung secara tatap muka akan mempermudah marketer menyampaikan informasi dan sebaliknya calon konsumen akan lebih gampang menerima informasi yang disampaikan. Marketer Gaido Travel Kudus melakukan personal selling diberbagai tempat seperti pasar, intansi dan tempat lainnya yang memungkinkan untuk mempromosikan produk. Seperti contohnya adalah mas Arif sebagai salah satu marketing Gaido Travel Kudus melakukan Personal Selling dengan penjual-penjual pasar. Dengan menempatkan calon pelanggan sebagai orang yang kita butuhkan maka ia dapat berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik dan sopan. Hal ini dikemukakan langsung oleh Arif salah satu marketer Gaido Travel kudus.

“trik khususnya tidak ada sih mbak, yang penting ada pendekatan personal saat kita menawarkan entah baraang atau jasa. Dan marketing tidak boleh seolah customer yang butuh kita tapi sebaliknya. Kita harus menempatkan customer lebih sebagai seseorang yang kita butuhkan”.⁶¹

2) Iklan berbayar

Iklan berbayar adalah jenis marketing yang digunakan Gaido Travel and Tours dalam memasarkan produknya. Promosi berbayar di feed facebook dan instragam ISK (Info Seputar Kudus) adalah salah satu

⁶¹ Wawancara dengan Arif, selaku Marketing PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus, pada tanggal 9 Maret 2021 pukul 14. 35 WIB.

iklan berbayar yang digunakan Gaido Travel and Tours. Dengan biaya operasional satu minggu sebesar 500.000 maka produk gaido akan diunggah di halaman facebook ISK selama satu minggu. Dengan kontrak kerja antara Gaido Travel Kudus dan ISK maka akan terjadi kesepakatan seberapa lama iklan akan di unggah dan berapa besar biaya yang akan dikeluarkan.

Gambar 1.4. Contoh iklan berbayar Gaido Travel & Tour Kudus oleh ISK



Gambar 1.4. Contoh iklan berbayar Gaido Travel & Tour Kudus oleh ISK



3) Dari mulut ke mulut

Promosi dari mulut ke mulut adalah strategi marketing yang digunakan Gaido Travel and Tours untuk merekrut calon jamaah. Dengan memanfaatkan waktu dan kesempatan yang ada promosi dari mulut ke mulut bisa dilakukan marketer dimanapun dan kapanpun dengan cara mengolah dan bermain kata secara tepat. Sebagai contohnya adalah bu Ekawati sebagai salah satu penggagas Gaido Travel & Tour Kudus sekaligus dosen IAIN Kudus melakukan promosi mulut ke mulut kepada dosen-dosen mahasiswanya. Ketika sedang berbincang dengan dosen lainnya beliau meyelipkan kata-kata yang bermakna mengenalkan produknya. Hal tersebut secara tidak langsung adalah bagian dari sebuah promosi.

4) Marketing Relation

Marketing Relation adalah pemasaran yang dilakukan dengan cara membangun hubungan dengan konsumen yang ada maupun dengan orang-orang berpengaruh dengan penjualan. Bagi Gaido Travel & Tour Kudus relasi adalah hal yang paling penting dalam penjualan produknya. “membangun relasi memang penting bagi proses penjualan produk Gaido Travel and Tours. Apalagi pak hasan pendiri Gaido grup relasinya banyak. dan Bu eka (wakil PT. Gaido Azza Darussalam cabang Kudus) kenalannya juga banyak”.⁶²

5) Pemasaran Internet

Pemasaran dengan menggunakan internet adalah pemasaran yang sangat efisien di era sekarang ini. Memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, tiktok, youtube dan lain-lain. Selain itu produk Gaido Travel and Tours juga melakukan penjualan di berbagai market place seperti Shoppe, bukalapak dan tokopedia. “memanfaatkan internet adalah cara terbaik untuk mempromosikan produk kami, apalagi di masa covid seperti ini. Kami juga mewajibkan semua karyawan untuk mem-posting produk Gaido di media sosialnya masing-masing”.⁶³

⁶² Wawancara dengan Farida Ulfah, selaku Manager Administrasi dan Finance PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus, pada tanggal 8 Maret 2021 pukul 09. 15 WIB.

⁶³ Wawancara dengan Farida Ulfah, selaku Manager Administrasi dan Finance PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus, pada tanggal 8 Maret 2021 pukul 09. 15 WIB.

Gambar 3.4. Promosi produk via Facebook **Gambar 3.4. Promosi produk via instagram**



e. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan adalah tahap awal setiap perusahaan untuk membuat berbagai rencana guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hal ini tentu saja diterapkan Gaido Travel & Tour Kudus bahwa menyusun sebuah rencana adalah hal yang utama.

Rencana awal yang dilakukan Gaido Travel & Tour Kudus untuk mewujudkan strategi yang sudah dipersiapkan adalah menentukan target dalam proses perekrutan calon jamaah. Penentuan target oleh perusahaan kepada karyawan sangat penting karena bisa membantu memacu semangat kerja sehingga hasilnya bisa maksimal.

Gaido Travel & Tour Kudus menargetkan 25 jamaah di setiap bulannya sehingga ada sekitar 250 jamaah untuk target pertahunnya. Nominal target tersebut sudah terpotong 2 bulan yaitu pada bulan haji yang memang tidak memberangkatkan jamaah.

Mulai beroperasi tanggal 06 Januari 2020 Gaido Travel & Tour Kudus sudah berhasil memberangkatkan 4 Jamaah Umrah pada 13 Januari 2020 dan 3 Jamaah Umrah di bulan Februari. Yang mana jamaah tersebut menggunakan paket reguler sesuai dengan paket yang telah ditentukan oleh perusahaan. Setelah itu ada 15 calon jamaah yang mendaftar yang seharusnya berangkat bulan Maret namun harus gagal karena adanya pandemi covid-19 yang mengakibatkan segala kegiatan perjalanan menuju makkah harus ditunda. Keputusan pemerintah untuk menunda segala aktivitas mengenai haji dan umrah mengakibatkan Gaido Travel & Tour Kudus menghentikan poses pendaftaran jamaah karena tidak berani memberikan janji mengenai jadwal pemberangkatan. Hal tersebut membuat Gaido Travel & Tour Kudus memfokuskan kegiatannya untuk melakukan promosi dengan tujuan setelah dibukanya pendaftara kembali banyak yang ingin bergabung dengan Gaido Travel & Tour Kudus.

Awal tahun 2021 Gaido Travel dan Kudus telah mencoba membuka pendaftarkan kembali. Dari bulan januari-februari kemarin terdapat 5 jamaah umrah yang sudah mendaftar yang nantinya akan segera diberangkatkan jika sudah ada keputusan resmi yang memperbolehkan kegiatan perjalanan kembali beraktivitas.

Tabel 5.4. Data perolehan jamaah tahun 2020

Bulan	Target	Perolehan	Keterangan
1	25 Jamaah	4 Jamaah	Diberangkatkan
2	25 Jamaah	3 Jamaah	Diberangkatkan
3	25 Jamaah	15 Jamaah	Tertunda karena pandemi covid-19
4	25 Jamaah	0	Lockdown
5	25 Jamaah	0	Lockdown
6	25 Jamaah	0	Lockdown
7	25 Jamaah	0	Lockdown
10	25 Jamaah	0	Lockdown
11	25 Jamaah	0	Lockdown
12	25 Jamaah	0	Lockdown

Rencana lain yang dilakukan Gaido Travel & Tour Kudus untuk merekrut calon jamaah adalah memberi tawaran pinjaman atau dana talangan. Di Gaido Travel & Tour progam dana talangan dinamakan BAF Syariah. Penawaran BAF Syariah kepada calon jamaah bermaksudkan untuk meringankan calon jamaah yang benar-benar ingin melakukan perjalanan haji atau umrah namun terkendala biaya awal. Rencana ini bertujuan agar calon jamaah tidak berpaling ke biro yang lain dan juga merasa terfasilitasi atas kekurangan yang sedang dialami calon jamaah.

Tabel 6.4. Data Angsuran Pembiayaan Haji

DP	Platform	Ujrah	Platform + ujrah	Angsuran	
				12 Bulan	24 Bulan
2.500.000	22.500.000	4.000.000	26.500.000	2.208.333	1.104.167
3.000.000	22.000.000	4.000.000	26.000.000	2.166.667	1.083.333
4.000.000	21.000.000	4.000.000	25.000.000	2.083.333	1.041.667
5.000.000	20.000.000	4.000.000	24.000.000	2.000.000	1.000.000
6.000.000	19.000.000	4.000.000	23.000.000	1.916.667	958.333
7.000.000	18.000.000	4.000.000	22.000.000	1.833.333	916.667
8.000.000	17.000.000	4.000.000	21.000.000	1.750.000	875.000
9.000.000	16.000.000	4.000.000	20.000.000	1.666.667	833.333
10.000.000	15.000.000	4.000.000	19.000.000	1.583.333	791.667
11.000.000	14.000.000	4.000.000	18.000.000	1.500.000	750.000

Tabel 7.4. Data Angsuran Pembiayaan Umrah

Dana Talangan	Angsuran Per Bulan	
	12 Bulan	18 Bulan
25.000.000	2.083.400	1.388.900
24.000.000	2.000.000	1.333.400
23.000.000	1.916.700	1.277.800
22.000.000	1.833.400	1.222.300
21.000.000	1.750.000	1.166.700
20.000.000	1.666.700	1.111.200
19.000.000	1.583.400	1.055.600
18.000.000	1.500.000	1.000.000
17.000.000	1.416.700	944.500
16.000.000	1.333.400	888.900
15.000.000	1.250.000	833.400

Keunggulan BAF Syariah

- (1) Jangka waktu pembiayaan yang relatif lama s.d 2 tahun
- (2) Angsuran pembiayaan tetap s.d lunas
- (3) Proses pembiayaan serta syarat yang mudah
- (4) Akad pembiayaan sesuai syariah
- (5) Ibadah anda dan keluarga menjadi pahala

Persyaratan Umum

- (1) Warga negara Indonesia (WNI)
- (2) Usia minimal 21 tahun dan di bawah 21 tahun jika sudah menikah
- (3) Memiliki penghasilan tetap (karyawan)/ berpeghasilan (wiraswasta)
- (4) Agunan (BPKB, SHM, SHGB, atau AJB)
- (5) Tanpa Agunan (memiliki MOU dengan perusahaan).

f. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian adalah salah satu fungsi manajemen yang dilakukan setelah adanya tahap perencanaan. Dimana rancangan kegiatan yang telah direncanakan dalam tahap *planning* itu diorganisasikan mulai dari pembagian tugas sampai kepada yang lainnya.

Berikut struktur pembagian kerja pada PT Gaido Travel & Tour Kudus.

NO	NAMA	JABATAN	TUGAS
1	Dr. Ekawati Rahayu Ningsih, Sh, Mm	Dewan Pengawas	Mengawasi kineja pimpinan beserta bawahannya
2	Salsabila Fakhriyyah A.R	Pimpinan	Mengkordinir kebijakan umum serta bertanggung jawab penuh terhadap terlaksananya program kerja pada perusahaan
3	Arif Ashadi dan Zuli Al Amin	Sales dan marketing	Melakukan action di lapangan dalam proses promosi
4	Noor Aidha Amilia, S.Kom	Operasional dan Product	Bertanggungng jawab atas manajemen tenaga kerja, prosktivitas, kontrol kualitas dan keselamatan secara efektif dan efesien.
5	Ummi Faridah, S.E	Administrasion dan Finance	Membantu dan mengoptimalkan tugas pimpinan dan menangani perlengkapan haji dan umrah serta hubungan terhadap jamaah

g. Pergerakan/ pelaksanaan

Fungsi manajemen lain yang ikut berperan di dalam biro perjalanan Gaido Travel & Tour Kudus adalah pergerakan atau pelaksanaan. Dimana disetiap aktivitas yang dilaksnakan selalu melibatkan beberapa orang di dalamnya yang bekerja sama. dalam hal ini pelaksanaan merekrut jamaah tentunya diperlukan tenaga yang mampu memahami segala bentuk atau proses yang telah direncanakan oleh perusahaan bukan hanya memahami pekerjaanya saja. Hal

ini dimaksudkan agar karyawan mampu menarik perhatian jamaah.

Salah satu contoh Pergerakan yang dilakukan Gaido Travel & Tour Kudus adalah staf atau karyawan ikut turun langsung ke lapangan dalam proses perekrutan calon jamaah. Menjelaskan mengenai kepastian pemberangkatan, fasilitas yang digunakan serta memberinkan pemahaman mengenai pemberangkatan.

h. Pengendalian/ pengawasan

Pengendalian merupakan salah satu fungsi manajemen yang dibutuhkan untuk menjamin agar semua keputusan rencana dan pelaksana kegiatan mencapai suatu tujuan. Pengendalian dilakukan dengan harapan rencana yang disusun sebelumnya bisa berhasil dengan baik dan efisien.

Pengawasan di Gaido Travel dimonitoring langsung oleh kepala cabang yang dibantu dengan tim pengawas biro. Hal ini dilakukan agar pekerjaan yang tugaskan kepada staff dan karyawan sesuai dengan pembagian tugas yang telah diberikan kepada masing-masing individu.

i. Evaluasi

Salah satu yang harus diperhatikan dalam mengelola suatu lembaga dalam menjalankan suatu kegiatan adalah adanya evaluasi.

Dalam hal ini merekrut jamaah di PT Gaido Travel & Tour Kudus melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja para karyawan. Dengan adanya evaluasi maka akan ditemukan kekuarangan dan kelebihan yang ada di dalam perusahaan. Hal ini dikatakan oleh salah satu staff Gaido Travel & Tour Kudus bahwa “Evaluasi sangatlah penting, karena dengan adanya evaluasi kita kan mengetahui strategi mana yang berhasil digunakan dan mana yang tidak, sehingga kita bisa mengembangkannya lagi”.⁶⁴

⁶⁴Wawancara dengan Farida Ulfah, Manager Administrasi dan Finance PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus, pada tanggal 10 April 2021 pukul 13.00 WIB.

B. Analisis

1. Aspek psikologi dalam strategi marketing PT. Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus dalam merekrut jamaah

Pemasaran merupakan suatu yang pokok dalam sebuah perusahaan yang menjual sebuah produk. Oleh sebab itu perusahaan dituntut untuk mempunyai strategi yang canggih untuk merebut peluang pasar. Proses pemasaran dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat, sehingga mereka mengenal dan mau mencoba produk tersebut. Strategi rekrutment yang dimaksud di sini bukanlah merekrut karyawan atau pegawai, namun cara rekrutmen calon jamaah umrah dan haji khusus agar bisa masuk ataupun mendaftar dan ikut bimbingan di PT Gaido Travel & Tour tersebut, di mana calon jamaah tersebut bisa dikategorikan sebagai konsumen.

Gaido Travel & Tour Kudus sebagai badan usaha di bawah naungan PT. Gaido Travel & Tour Pusat yang memfokuskan aktifitasnya pada bidang perjalanan umrah dan haji khusus. Banyak yang memanfaatkan Gaido Travel & Tour untuk dijadikan sebagai rujukan bagi calon jamaah untuk mendapatkan pelayanan umrah dan haji khusus. Biro yang bisa dikategorikan sebagai biro perjalanan yang masih muda ini berhasil merekrut jamaah dengan strategi-strategi yang telah digunakannya. Gaido Travel & Tour Kudus berhasil memberangkatkan 4 jamaah umrah dengan jarak waktu satu minggu setelah resmi beroperasi yaitu tanggal 06 Januari 2020 dan berangkatlah 4 jamaah pada tanggal 13 Januari 2020. Setelah itu selang waktu satu bulan memeberangkatkan lagi 3 jamaah umrah pada bulan Februari.

Keberhasilan strategi marketing yang diterapkan Gaido Travel & Tour Kudus tidak lepas dari 4 pilar dalam pemasaran, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), dan *place* (tempat). Serta tidak melupakan fungsi-fungsi manajemen yaitu, perencanaan, perorganisasian, pergerakan, pengawasan serta evaluasi.

a. Strategi Produk (*product*)

Mengandalkan produk tanpa ada upaya untuk mengembangkannya adalah suatu hal yang berbahaya saat ini. Di dalam kondisi persaingan harga yang semakin ketat, perlu adanya strategi khusus untuk mempertahankan produk perusahaan. Menciptakan hal baru ataupun memperbarui strategi-strategi baru perlu difikirkan oleh perusahaan-perusahaan yang menjual produk agar tidak tertinggal dengan persaingan pasar yang semakin ketat ini.

Strategi Gaido Travel & Tour cabang Kudus dirasa sudah sesuai dengan kaidah-kaidah marketing yaitu dengan mengembangkan pilihan produk kepada konsumen dari perbedaan variasi seperti paket reguler, plus atu khusus. Dalam paket tersebut konsumen masih dimanjakan dengan pilihan penerbangan yang menjadi transportasi konsumen, mengenai hotelnya, apakah ingin hotel bintang tiga, empat atau lima dan lain-lain. Pelayanan yang sedemikian rupa dilakukan oleh Gaido Travel & Tour agar konsumen merasa puas dan memberikan respond yang positif terhadap pelayanan yang sudah diberikan. Dengan dimanjakan fasilitas yang memadahi konsumen akan merasa keinginannya dikabulkan oleh pihak Gaido. Pelayanan yang memuaskan menjadi komitmen yang selalu dipegang Gaido Travel & Tour dalam meningkatkan penjualan produk. Dalam psikologi marketing komitmen menjadi bagian penting dalam sebuah pemasaran. Karena pada dasarnya semua orang pastinya menginginkan kejujuran, begitupun dengan konsumen. Memenuhi janji atau jaminan adalah bukti komitmen perusahaan yang nantinya akan menjadi kepuasan tersendiri bagi kosumen.

Produk yang dijual oleh Gaido Travel & Tour dirasa sudah bisa dikatakan setengah berhasil. Hal ini ditandai dengan terjualnya paket umrah reguler sebanyak 22 produk di bulan Januari sampai dengan bulan Maret. Dengan waktu yang singkat setelah pembukaan operasional berhasil memberangkatkan 7 jamaah dari 22 jamaah yang sudah mendaftar adalah pencapaian yang luar biasa bagi Gaido Travel & Tour Kudus. Adapun 15 jamaah lainnya harus ditunda keberangkatannya karena adanya wabah covid-19 yang mengharuskan tanah suci lockdown sampai saat ini.

Pandemi Covid-19 telah menjadi alasan kuat Gaido Travel & Tour Kudus untuk menutup sementara pendaftaran calon jamaah. Terhitung dari bulan April sampai dengan Desember 2020 aktifitas pendaftaran jamaah umrah dan haji khusus Gaido Travel & Tour Kudus untuk sementara diberhentikan. Hal tersebut mengakibatkan selisih target dan perolehan jamaah terpaut sangat jauh.

b. Strategi Harga (*price*)

Strategi harga Gaido Travel and Tours telah memberikan harga sesuai dengan strandart yang diberikan pada biro-biro yang lain. Hanya saja ada promo-promo tertentu yang diberikan Gaido Travel & Tour untuk merekrut calon jamaah. Salah satu promonya adalah promo umrah ketika milad Gaido yang ke-18. Dengan hanya membayar 35,6 juta jamaah bisa melakukan perjalanan selama 10 hari dengan fasilitas serba bintang lima.

Selain itu strategi harga lain yang dilakukan oleh Gaido Travel and Tours Kudus adalah berani memainkan harga yang lebih murah di suatu progam travel yang fasilitas dan pelayanannya sama dengan Travel lain. Dengan melakukan survey di biro-biro sekitar Gaido Travel & Tour berani menurunkan harga lebih murah. Sesuai dengan data yang dipaparkan penulis sebelumnya Gaido Travel & Tour Kudus menurunkan harga satu ribu rupiah lebih murah dibandingkan biro lainnya. Dengan kalkulasi yang tidak dapat keuntungan dan juga tidak merugikan pihak Gaido Travel & Tour mencoba strategi ini. Hasilnya adalah konsumen terkecoh dengan harga yang lebih murah seribu rupiah dan memilih Gaido Travel & Tour sebagai biro perjalanan mereka. Hal ini dilakukan karena otak manusia manusia mengkodekan nomor begitu cepat (dan di luar kesadaran) bahwa kita menyandikan ukuran nomor sebelum kita selesai membacanya.⁶⁵

Strategi harga yang ditetapkan PT Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus sudah memenuhi kebutuhan pasar. Dengan melaukan survey terhadap biro-biro lainnya dan membuat *cost* terlebih dahulu, artinya mereka mempertimbangkan keadaan yang terjadi di pasar.

⁶⁵<https://elitemarketer.id/content/menarik-customer-dengan-strategi-psikologi-penetapan-harga/>, diakses pada tanggal 05 April 2021 pukul 21.42

Penetapan harga dan pelayanan yang diberikan PT Gaido Azza Darussalam Indonesia cabang Kudus juga sudah sesuai dengan yang diterima pelanggan. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin tinggi harga produk yang dibeli maka semakin tinggi juga fasilitas yang diberikan. Selain itu berani bermain harga tanpa mengurangi pelayanan yang ada adalah sebuah strategi yang bagus menurut penulis.

Disamping strategi yang bisa dikatakan efektif terdapat kelemahan atau efek negatif yang ditimbulkan. Misalnya dengan bermain harga yang lebih murah dibanding travel yang lain tidak menutup kemungkinan akan menjadikan pesaing lebih banyak lagi. Selain itu timbulnya persepsi karena telah dianggap merusak harga pasar pada umumnya mungkin akan terjadi. Oleh sebab itu sikap hati-hati dan waspada perlu diterapkan oleh pihak Gaido Travel & Tour agar segera mengatasi permasalahan apabila kemungkinan-kemungkinan negatif itu terjadi.

c. Strategi Distribusi (*Place*)

Syarat mendistribusikan produk adalah menentukan di mana tempat yang strategis agar produk yang dipasarkan mendapatkan respon yang baik oleh para konsumen dalam setiap urusan transaksi.

Dari produsen, agen lalu ke konsumen adalah saluran yang digunakan Gaido Travel & Tour cabang Kudus dalam memasarkan produknya. Hubungan antara produsen dan konsumen tidak selalu dikatakan dalam aktivitas utama distribusi karena sering dilakukannya distribusi langsung. Agen seringkali membantu produsen dengan pengambilalihan kepemilikan (tugas penjualan).⁶⁶

Membuka agen-agen pemasaran di berbagai daerah merupakan suatu saluran distribusi yang efektif untuk penjualan produk haji khusus dan umrah. Dengan adanya Gaido Travel & Tour diberbagai daerah akan mempermudah calon konsumen mengenal Gaido Travel yang tergolong jasa baru, selain itu akan lebih banyak konsumen yang ingin tahu mengenai produknya. Memperkenalkan produk di wilayah perdesaan seperti cepu

⁶⁶ Maschfoedz, Mas'ud, *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implementasi*. Hal. 182

dan blora akan memberikan timbal balik yang baik antara produsen dan kosumen.

Sebelum melakukan pembukaan agen di daerah-daerah pedesaan seperti cepu dan blora, tentu saja ada survei terlebih dahulu dari tim Gaido Travel & Tur Kudus. Survei mengenai latar belakang pendidikan, mata pencaharian dan gaya hidup masyarakat adalah bidikan utama dalam survei tim Gaido Travel & Tour Kudus. Golongan bapak-bapak dan ibu-ibu yang mayoritas berpendidikan akhir SD/SLTP membuat minimnya pengetahuan mengenai haji dan umrah berkurang. Tak hanya itu, mata pencaharian yang mayoritas petani membuat gaya hidup masyarakat pedesaan lebih sederhana dan apa adanya. Dalam Psikologi hal tersebut disebut psikografis. Lebih tepatnya psikografis adalah identifikasi karakteristik kepribadian dan sikap yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yang mempengaruhi pembelian.⁶⁷

Pendistribusian secara kooperat dan perorangan adalah pendistribusian jasa yang digunakan Gaido Travel & Tour. Untuk mengembangkan produk kepada perusahaan besar pendistribusian secara koorporate kepada perusahaan selain lembaga pendidik harus dicoba oleh Gaido Travel Kudus. Dengan langkah awal mengajukan proposal kunjungan atau promosi mungkin bisa dilakukan. Setelah mendapatkan persetujuan kunjungan Gaido Travel Kudus bisa menyusun strategi agar konsumen bisa tertarik dengan produk yang ditawarkan. Mencoba mengajukan proposal kepada perusahaan -perusahaan besar yang ada di Kudus seperti PT Djarun dan PT Sukun mungkin bisa dilakukan, dengan pertimbangan perusahaan tersebut banyak karyawan yang mana bisa ditawarkan produk Gaido Travel yang pemberangkatannya bisa bersama-sama.

d. Strategi Promosi (*promotion*)

Promosi adalah suatu yang paling penting dalam pemasaran sebuah produk. Tanpa adanya promosi sebagai apapun produk yang perusahaan miliki makan tidak akan di ketahui oleh konsumen. Promosi adalah sejenis

⁶⁷ James F. Engel.dkk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994). Hal. 368

komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa dengan tujuan memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.⁶⁸

Dari data sebelumnya yang telah dikemukakan penulis, Gaido Travel & Tour Kudus lebih mengutamakan dan memaksimalkan penjualan personal (*personal selling*). Dalam dunia marketing pendekatan personal sering digunakan marketer untuk lebih dekat dengan calon konsumen. Dengan mengetahui karakter calon konsumen maka marketer akan lebih mudah meyakinkan calon konsumen mengenai produk yang ditawarkannya. Setelah dilakukan penjelasan mengenai produk oleh marketer maka konsumen akan mereposen dengan perilaku yang ditunjukkan setelah mendapat penjelasan dari marketer. Perilaku konsumen adalah interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku dan lingkungan yang mana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Hal ini mencakup segala hal pada lingkungan yang mempengaruhi pemikiran, perasaan, dan tindakan tersebut.⁶⁹

PT. Gaido Azza Darussalam Kudus telah menggunakan pendekatan personal untuk mempermudah mendapatkan hati calon konsumen. Dengan pendekatan personal marketer akan mengetahui bagaimana karakter calon konsumen, setelah mengetahui karakter calon konsumen maka marketer akan lebih mudah menyampaikan tujuannya. Marketer harus tau betul bagaimana karakter masyarakat yang akan dijadikan sasaran promosi. Dipandang dari psikologi karakter masyarakat adalah ketika karakter pribadi dan karakter sosial berhubungan timbal balik. Karakter pribadi membengaruhi dan dipengaruhi oleh struktur sosial dan perubahan-perubahan sosial.⁷⁰

Membangun hal-hal positif ketika sedang promosi adalah cara marketer Gaido Travel Kudus untuk lebih dekat dengan calon konsumen. Salah satu Marketer Gaido Travel

⁶⁸ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, hal. 181

⁶⁹ J. Paul Peter dan Jeery C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat). Hal. 6

⁷⁰ Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2019). Hal 138

Kudus selalu memegang prinsip bahwa ia tidak boleh menempatkan konsumen seolah-olah yang membutuhkan kita, tapi sebaliknya yaitu kita yang selalu membutuhkan konsumen. Dengan menjalin komunikasi yang baik kepada jamaah serta selalu mengutamakan pelayanan, pihak Gaido Travel Kudus berharap mendapat persepsi yang baik pula dari konsumen. Pihak Gaido Travel Kudus selalu menyampaikan fakta dalam segala proses pemasarannya. Selalu terbuka dan *fast respond* ketika jamaah mengalami kendala dalam pelayanan yang telah diberikan. Selalu memberikan instruksi dan pengumuman ketika ada informasi baru dan memberikan pengarahan kepada jamaah yang belum paham mengenai informasi tersebut. Seperti selalu mengingatkan dan memberi instruksi mengenai tiket pesawat yang setiap saat bisa berubah sesuai dengan naik turunnya dollar. Hal tersebut dilakukan agar jamaah tidak salah persepsi jika sewaktu-waktu ada pengurangan atau penambahan biaya operasional. Dalam psikologi, persepsi diartikan sebagai proses mengorganisasi dan menginterpretasikan informasi menjadi bermakna.⁷¹

Setelah melakukan pendekatan dan penjelasan produk kepada calon konsumen maka timbullah yang namanya keputusan konsumen. Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya.⁷² Setelah menentukan pilihan, tugas seorang marketing belumlah usai. Setelah memilih dan membeli produk tersebut marketer harus mengetahui konsumen bisa puas atau tidak. Hal tersebut yang nantinya akan menjadi evaluasi untuk pengembangan produk selanjutnya. Pengambilan keputusan seseorang terhadap sesuatu sangat dipengaruhi faktor psikologi, seperti motivasi, pembelajaran, persepsi, kepercayaan dan sikap akan beraksi terhadap masukan eksternal dan berpengaruh terhadap pengenalan kebutuhan,

⁷¹ Laura A. King, *Psikologi Umum Sebuah Pandangan Apresiatif*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2016). Hal 132

⁷² J. Paul Peter dan Jeery C. Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Hal. 162-164

pencarian informasi sebelum membeli dan pengevaluasian terhadap berbagai alternatif.⁷³ Salah satu pengguna Gaido Travel kudus menggunakan kepercayaan untuk memilih produk Gaido Travel & Tour Kudus. Percaya karena yang menawarkan produk adalah tetangga sendiri dan telah dinilai baik sikap dan perilakunya di lingkungan sekitar.

Agar tidak berfokus dengan promosi *personal selling* saja Gaido Travel & Tour perlu memaksimalkan atau mencoba elemen strategi promosi yang lain agar penjualannya semakin baik. Mencoba elemen promosi seperti *sales promotion* atau *public relation* mungkin bisa dilakukan.



⁷³<https://media.neliti.com/media/publications/73925-ID-pengaruh-psikologi-konsumen-terhadap-keputusan.pdf> diakses pada tanggal 05 April 2021 Pukul 15.20