

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Umroh yaitu berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan, diantaranya yaitu ihrom, thawaf, sa'i, dan tahallul (menggunting rambut sedikitnya tiga helai). Hukum melaksanakan ibadah umroh adalah wajib dilakukan seorang muslim jika umroh tersebut baru pertama kali dilaksanakan, umroh karena nadzar, dan umroh dalam rangkaian ibadah haji. Sedangkan umroh dapat bersifat sunnah yaitu ketika umroh yang dilaksanakan untuk yang kedua kali dan seterusnya, kemudian bukan merupakan nadzar serta bukan rangkaian dari ibadah haji.

Umrah dapat dilakukan kapan saja, kecuali pada hari Arafah, yaitu pada tanggal 10 dzulhijah dan hari-hari tasyrik yaitu tgl 11,12,13 dzulhijah. Umrah disebut juga dengan haji kecil, karena beberapa ketentuannya hampir sama dengan haji misalnya, tentang syarat-syarat, rukun, atau larangan-larangannya. Namun pelaksanaan umrah lebih sederhana dibandingkan dengan pelaksanaan haji.¹

Banyaknya penganut Islam di Indonesia, berpengaruh pada peminat ibadah haji dan umroh yang sangat tinggi. Masa tunggu ibadah haji yang lama, membuat banyak orang lebih memilih untuk melakukan ibadah umroh. Hal ini menjadi peluang bisnis dalam jasa penyelenggara perjalanan ibadah umrah.² Jasa yakni aktivitas ekonomi dengan menciptakan dan memberikan manfaat ke pelanggan diwaktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa

¹ Erwandi, *Petunjuk Haji dan Umrah*, (Sulawesi Selatan: Departemen Agama, 2010), 20

² Buddy, Tabroni, dan Fahrudin Salim, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen* Vol 4 No 2 E-Issn : 2597-3902, (2019), 111

tersebut.³ Secara singkatnya, jasa yaitu sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, digunakan serta dapat memuaskan pelanggan yang membutuhkan jasa tersebut.⁴

Mengurus ibadah umroh adalah bisnis yang menjanjikan pada saat ini. Hal ini disebabkan karena semakin banyaknya minat orang-orang yang ingin pergi kesana. Hal ini tentunya menimbulkan persaingan yang ketat dibisnis biro perjalanan haji dan umroh. Dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umroh yaitu mengedepankan kepentingan jamaah, memberikan rasa keadilan, dan kepastian efisiensi dan efektivitas, transparansi dan akuntabilitas, professional dan nirlaba. Prinsip-prinsip tersebut direfleksikan dalam penyelenggaraan haji dan umroh, baik dalam bentuk pembinaan, pelayanan, maupun perlindungan.⁵

Penyelenggaraan ibadah umroh dan haji plus diselenggarakan oleh Panitia Penyelenggara Ibadah Umroh (PPIU) dan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) yang dalam hal ini adalah biro travel haji umroh. Pelaksanaan kegiatan ibadah umroh dilakukan oleh PPIU setelah mendapat izin dari Menteri, izin tersebut tercantum pada ayat (1) berlaku selama PPIU menjalankan kegiatan usaha penyelenggaraan ibadah umroh yang tertuang dalam UU Nomor 08 Tahun 2019 Pasal 90.⁶

PT Buroq Internusa adalah biro perjalanan yang menangani perjalanan umroh terpercaya yang berasal dari kota Jepara, yang sudah membuka kantor agen di cabang kota kudus. Dimana biro perjalanan ini merupakan biro satu-satunya asal Jepara yang sudah mengantongi izin

³ Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 7

⁴ Vicky Wahyuni dan Alim Murtani, "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Umrah (Studi Kasus Pada PT Zam Zam Wisata Islami)," *Jurnal FEB*, Vol. 1, No. 1, (Medan: Universitas Potensi Utama), 304

⁵ Departemen Agama RI, *Petunjuk Teknis Penyelenggaraan Ibadah Haji*, (Jakarta: Departemen Agama, 2011), 2

⁶ Undang-Undang Nomor 08 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh.

Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) dari kementerian agama republik indonesia. Dimana biro perjalanan ini melayani dengan profesional dalam sistem kekeluargaan dalam pengoperasiannya.

Aspek pemasaran merupakan kegiatan bisnis, manajerial, dan sosial guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen sebagai tujuan dari perusahaan. Aspek pemasaran ini juga sebagai cara atau strategi agar produk yang dihasilkan dapat sampai ke konsumen dengan lebih efektif dan efisien.⁷ Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran.⁸ Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, dan strategi promosi. Kegiatan ini merupakan sarana untuk menarik dan mempertahankan konsumennya.⁹

Berdasarkan penjelasan diatas yang sudah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi sebagai syarat kelulusan dengan memilih judul “**Analisis Strategi Pemasaran Pada Biro Umroh (Studi Kasus Pada PT Buroq Internusa di Jepara).**” Dimana PT Buroq Internusa ini merupakan satu-satunya biro perjalanan umroh yang berasal dari jepara yang sudah mempunyai ijin Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umroh (PPIU) dari Kementerian Agama.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, penulis membatasi masalah. Hal ini guna untuk menghindari terjadinya penafsiran pembaca dan keluar dari pokok permasalahan. Oleh karena itu, penelitian

⁷ Zulfadli Hamzah, “*Analisis Komparasi Strategi Pemasaran dalam Transaksi Jual Beli Online dan Offline*”, Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Islam, Vol 02, No. 01, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 19

⁸ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Edisi 1*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 181

⁹ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016), 206-207

ini berfokus hanya pada strategi pemasaran yang diterapkan pada biro umroh PT Buroq Internusa di Jepara.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran di PT Buroq Internusa di Jepara ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat proses pemasaran PT Buroq Internusa di Jepara ?
3. Bagaimana solusi terhadap faktor-faktor penghambat dalam strategi pemasaran PT Buroq Internusa di Jepara ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan di biro umroh PT Buroq Internusa di Jepara.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat proses pemasaran di PT Buroq Internusa di Jepara.
3. Untuk mengetahui solusi dari faktor penghambat dalam proses pemasaran PT Buroq Internusa di Jepara.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian dalam skripsi ini meliputi:

1. Manfaat Akademik
 - a. Diharapkan menjadi pengetahuan keilmuan manajemen pemasaran, khususnya pada strategi pemasaran.
 - b. Menambah wawasan pada bidang manajemen pemasaran.
 - c. Menambah pengetahuan mengenai proses pemasaran.
 - d. Menambah pengetahuan tentang PT Buroq Internusa sebagai perusahaan jasa yang bergerak pada biro perjalanan umroh.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi.
 - b. Sebagai sarana memperkenalkan PT Buroq Internusa di Jepara kepada masyarakat umum.
 - c. Sarana perbandingan antara biro umroh PT Buroq Internusa dengan biro umroh lainnya.

- d. Dapat digunakan sebagai acuan biro umroh PT Buroq Internusa dalam meningkatkan strategi manajemen pemasarannya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun secara keseluruhan terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, berisikan latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka, terdiri atas kajian teori, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III Metode Penelitian, bab ini berisikan jenis dan pendekatan, lokasi penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, terdiri dari analisis strategi pemasaran, analisis fakto pendukung dan penghambatnya, serta analisis solusi dari faktor penghambat.

BAB V Penutup, terdapat didalamnya suatu kesimpulan dan saran.