

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Pemasaran

1. Gambaran Objek Penelitian

PT. Buroq Internusa ini berdiri pada tanggal 24 Agustus 2015 di kota ukir Jepara. Ide bisnis ini muncul dari diskusi ringan beberapa anggota keluarga Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HPMI) cabang Jepara untuk memulai sebuah bisnis jasa yang bergerak dibidang umroh dan haji, penjualan tiket maskapai penerbangan, hingga lini *tour* dan travel domestik maupun internasional. Hingga pada akhirnya lahir lah sebuah nama untuk menggapai masa depan yang cerah, biro perjalanan umroh yang bernama PT Buroq Internusa.

Meski terbilang baru di dunia pariwisata dan jasa di Jepara, bukan berarti manajemen PT Buroq Internusa "kacangan", *proses learning by doing* yang diterapkan oleh seluruh jajaran manajemen PT Buroq Internusa akan senantiasa mengoptimalkan kepuasan konsumen.

Kemudian terdapatnya sistem pelayanan konsumen yang mudah melalui *e-mail*, *yahoo messenger*, jejaring sosial, bahkan *website* interaktif ini juga di sediakan dengan harapan dan bertujuan untuk dapat menjembatani perusahaan dengan para konsumen atau jamaah.

Penggunaan nama "Buroq" sendiri terinspirasi dari "*Buraq*" yakni kendaraan Nabi Muhammad SAW ketika melaksanakan Isra Mi'raj yang memiliki kecepatan seperti kilat, bersih seperti cahaya. Sehingga, PT Buroq Internusa dalam usaha biro perjalanan umroh ini diharapkan mempunyai pelayanan yang bisa cepat, nyaman dan profesional tanpa berbelit-belit.¹

Lokasi kantor dari biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa, yaitu:

a. Kantor Pusat

Alamat	: Jl. Shima No. 206 Pengkol, Jepara
Telphone	: (0291) 4260408
Mobile	: +6282 3137 09959

¹ Yuni Arista, Wawancara oleh penulis, 26 November 2020

Email : buroq_internusa@yahoo.com &
buroqinternusa01@gmail.com
Website : www.buroqJepara.com
Facebook : Buroq Hajj Wal Umroh
Instagram : Buroq Internusa

- b. Kantor Agen / Cabang Kudus
 Alamat : Jl. Kudus-Jepara KM.05
 Kedungdowo Kaliwungu, Kudus
 Telephone : +6291 4102 488
 Mobile : +6281 2777 7379.²

Legalitas yang sudah dimiliki oleh biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa yaitu sebagai berikut:

- a. SK MENKUMHAM : AHU-
 2452639.AH.01.01 TH.
 2015 dan,
 AHU-
 0002092.AH.01.02. TH.
 2018.
- b. AKTA NOTARIS : 38/24 Agustus 2015/ Ir.
 R. R. Emiliani
 Setjadiningrat, SH
 09/ 15 Januari 2018
 (Perubahan)
- c. SIUP : 38/510/122/PK/IX/2015
- d. TDP : 112617900646
- e. IZIN HO :
 502.6/IG.ITU/121/IX/2015
- f. NPWP : 73.812.400.7-516.000
- g. Ijin Pariwisata TDUP :
 502.4/18/IUP/BPMPPT/IX/2015
 04/TDUP/II/2018 (Perubahan)
- h. IJIN PRINSIP : Pendaftaran PMDN No:
 6/3320/PI/PMDN/2018
 Nomor Perusahaan:
 23216.2018

² Brosur PT Buroq Interusa di Jepara tahun 2020

- i. IJIN SERTIFIKASI : Sucofindo Certificate
TCS00137
- j. IJIN PPIU : 474/2018\

Visi dari PT Buroq Interusa di Jepara yaitu, “menjadikan perusahaan jasa *tour and travel* yang amanah, profesional dan terdepan dalam pelayanan, serta berkontribusi bagi pengembangan dunia pariwisata.”

Sedangkan misi yang diterapkan oleh PT Buroq Intenusa di Jepara ialah menjadikan perusahaan jasa *tour and travel* yang bonafid dan terpercaya, mewujudkan profesionalisme dalam pelayanan dan luas dalam jaringan, menjadikan mitra kerja *government / non government* dalam berkontribusi pengembangan dunia pariwisata lokal maupun mancanegara.³

Motto dari PT Buroq Interusa di Jepara yaitu sebagai berikut:

- a. Motto Perusahaan : “Berkhidmah Mencari Berkah”
- b. Motto Umroh : “Bersama Buroq Umroh Mubarak”

Biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara merupakan biro perjalanan umroh yang berasal dari kota Jepara yang menyesuaikan kebutuhan calon jamaah dan juga mempunyai standar pelayanan yang baik kepada konsumennya. Hal ini menjadikan biro umroh tetap eksis dan berjalan sampai sekarang.

Strategi pemasaran yang digunakan sesuai dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Namun, dalam kegiatan pemasarannya tetap mengedepankan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh konsumennya. Dimana konsumen yang sudah melaksanakan kegiatan perjalanan umroh menggunakan biro umroh PT Buroq Internusa di Jepara ini dapat mengetahui pelayanannya yang memang sesuai standar yang sudah ditetapkan, kemudian jamaah tersebut

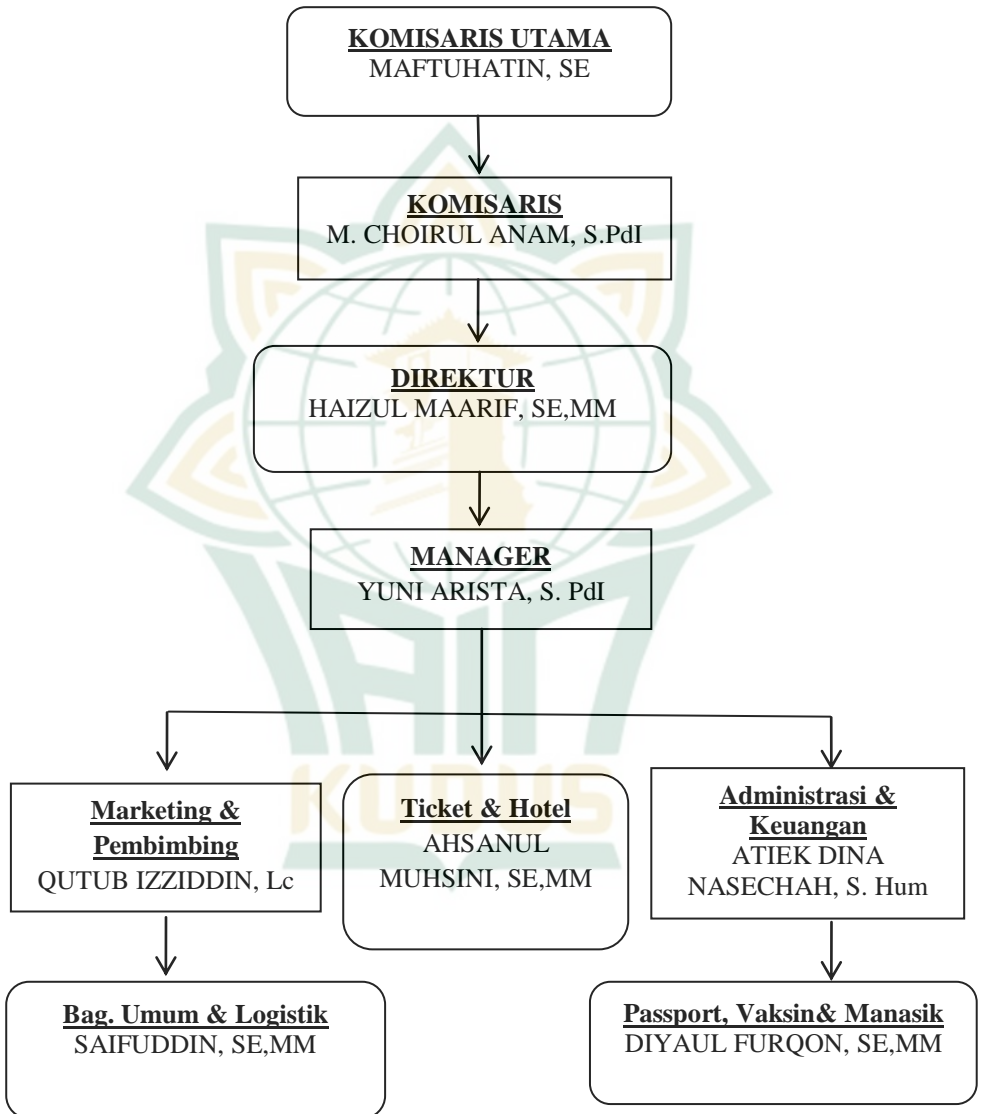
³ Dokumen PT Buroq Interusa di Jepara tahun 2020

memberikan informasi dari mulut ke mulut kepada anggota keluarga dan rekan-rekannya.

Dalam sebuah organisasi haruslah mempunyai struktur organisasi yang jelas, Berikut struktur organisasi di usaha biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara:



**STRUKTUR ORGANISASI PT BUROQ INTERUSA
DI JEPARA**



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT Buroq Interusa di Jepara

- a. Bagian Direksi
 - 1) Komisaris Utama : Maftuhatin, S.E
 - 2) Komisaris : M. Choirul Anam, S.Pd.I
 - 3) Direktur : Haizul Ma'arif, S.E.,MM
- b. Staf Pelaksana
 - 1) Manager : Yuni Arista, S.Pd.I
 - 2) Staf Administrasi & Keuangan : Atiek Dina Nasechah, S.Hum
 - 3) Staf IT : Ahsanul Muhsinin
 - 4) Pasport, Transportasi & Wisata : Diyaul Furqon
 - 5) Marketing & Pembimbing : Qutub Izziddin, Lc
 - 6) Bagian Umum & Logistik : Saifuddin.

Tugas dan wewenang yang sudah disusun dan ditetapkan di biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara, yaitu:

a. Dewan komisaris

Dewan komisaris di biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara, mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

- 1) Melaksanakan pengawasan dan pengarahan direksi dalam mengelola perusahaan
- 2) Melaksanakan tugas, wewenang dan tanggung jawab sesuai ketentuan dalam anggaran dasar perseroan, keputusan RUPS dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

b. Direktur

Direktur di PT Buroq Internusa di Jepara sendiri mempunyai tugas dan wewenang, yaitu:

- 1) Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif
- 2) Memimpin rapat umum
- 3) Membuat kontrak agendengan agen Saudi arabiah
- 4) Penyusunan birokrasi dengan instansi terkait
- 5) Bertanggung jawab penuh dengan devisi umroh
- 6) Membuat program kerja travel
- 7) Mengangkat dan memberhentikan karyawan

- 8) Menetapkan strategi-strategi guna menggapai visi-misi perusahaan
- 9) Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi di perusahaan.

c. Manajer

Seorang manajerr di biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara bertugas dan berwenang untuk:

- 1) Permohonan *Apply Visa* umroh
- 2) Menyiapkan program marketing
- 3) Mengawasi produk barang atau penyedia jasa dalam mendukung kegiatan umroh
- 4) Membuat atau merencanakan pengembangan kegiatan umroh dalam jangka pendek/jangka panjang
- 5) Melakukan pertemuan rutin dengan direktur
- 6) Mengelola program kualitas kegiatan umroh
- 7) Mengatur dan mengkoordinasikan meeting dan pertemuan bulanan (evaluasi)
- 8) *Request* dan *Issued* tiket ke Airlines
- 9) Memanage janji temu dan kegiatan direktur
- 10) Kontroling kinerja team.

d. Staff Administrasi & Keuangan

Staff administrasi dan staff keuangan di PT Buroq Internusa di Jepara memiliki tugas dan wewenang, yaitu:

- 1) Menerima pendaftaran jamaah
- 2) Mengelola laporan keuangan jamaah
- 3) Mengerjakan administrasi perusahaan, meliputi Surat menyurat, Membuat program perjalanan umroh (*itinerary*), Membuat muktamir data (*Manifest*), dan Membuat roomlist setiap keberangkatan
- 4) Menerima Pembayaran
- 5) Menjawab telfon dan menyambungkan dengan staff yang memerlukannya
- 6) Menemui dan menyapa calon jamaah dan pengunjung

- 7) Mengkoordinasikan dan memelihara ruang kantor
- 8) Membuat LKU (Laporan Kegiatan Usaha)

e. Operasional dan Logistik

Bagian operasional dan logistik di PT Buroq Internusa di Jepara ini mempunyai tugas dan wewenang yaitu:

- 1) Melaksanakan *transfer* bank
- 2) Mengantarkan surat dan dokumen
- 3) Kontroling stok logistik
- 4) Mengirimkan surat dan dokumen
- 5) Mengkoordinir data dan berkas-berkas jamaah
- 6) Mengatur jadwal pembuatan passport
- 7) Mengatur jadwal pelaksanaan vaksin
- 8) Menginformasikan pelaksanaan manasik
- 9) Mengkoordinasikan pemberangkatan dan pemulangan jamaah umroh.

f. Staf IT

Bagian staf IT di PT buroq Internusa di Jepara ini bertugas dan mempunyai wewenang sebagai berikut:

- 1) Merawat *Software* dan *Hardware* perusahaan
- 2) Melakukan perbaikan jika ada kerusakan sistem perusahaan
- 3) Mengoptimalkan semua perangkat elektronik agar berjalan dengan baik
- 4) Design grafis produk perusahaan
- 5) Mengelola website dan jaringan perusahaan
- 6) Menyiapkan program yang berhubungan dengan kebutuhan event perusahaan
- 7) Memastikan bahwa data-data yang dimiliki user yang di dalam komputer tidak bisa dibaca dan diambil orang lain
- 8) Update informasi perkembangan sosial media
- 9) Mengoperasikan program SIPATUH Kemenag RI.⁴

⁴ Dokumen PT Buroq Interusa di Jepara tahun 2020

g. Pembimbing

Pembimbing jamaah umroh yang disediakan oleh biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara ini yaitu sebagai berikut:

- 1) Ustaz Haizul Ma'arif (selaku direktur)
- 2) Ustaz Qutub Izziddin, al hafids, Lc
- 3) Ustaz Durri Misbahussurur, Lc
- 4) Ustaz H. Lukmanul Hakim, Lc
- 5) Ustaz Mufti Syafi'i, al hafidz, Lc
- 6) Ustaz Azyan Anas, S.Pd.I
- 7) Ustaz A.Azhari Nasir, al hafidz, SHI., MSI.
- 8) Ustaz Sholeh
- 9) Ustaz Kusnan
- 10) Ustaz Dhiyatul Furqon
- 11) Ustaz Syaiful Rijal Ajib, Lc⁵

Dalam melanjutkan usahanya, biro umroh ini menyediakan berbagai macam paket perjalanan ibadah umroh yang sesuai kebutuhan dan keinginan calon jamaah. Produknya yaitu paket umroh hemat, umroh regular, umroh plus, umroh private, umroh karyawan, umroh jam'iyah, dan umroh *backpacker*.

Kemudian terdapat aturan mengenai calon jamaah umroh yang ingin membatalkan pemberangkatan umroh, maka akan dikenakan biaya pembatalan, dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Pembatalan pada satu bulan sebelum keberangkatan maka akan dikenakan biaya 10 % dari biaya paket.
- b. Pembatalan setelah proses visa dan setelah *issued* tiket dikenakan biaya 100 % dari harga paket.

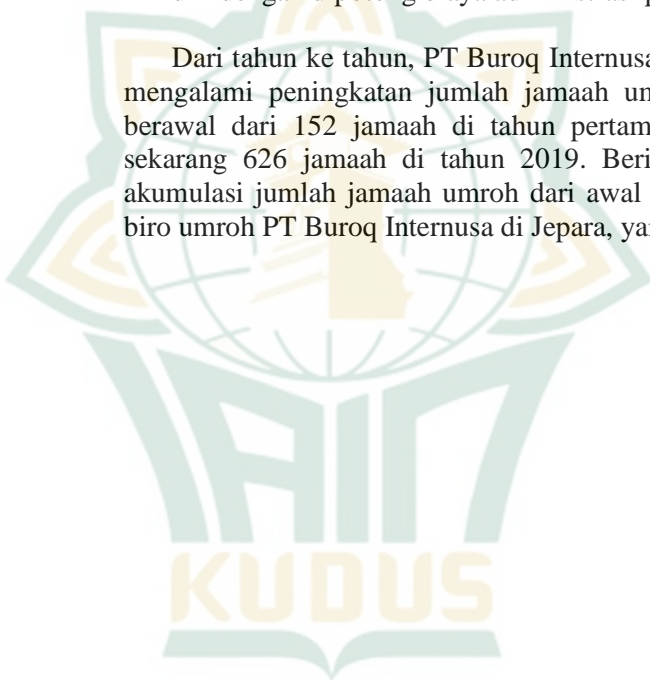
Berikut terdapat ketentuan-ketentuan lainnya selain pembiayaan pembatalan pemberangkatan calon jamaah umroh di PT Buroq Internusa di Jepara, adalah:

- a. Harga paket dan program sewaktu-waktu berubah tanpa pemberitahuan sebelumnya tapi tidak mengurangi nilai ibadah.

⁵ Brosur PT Buroq Interusa di Jepara tahun 2020

- b. Jika hotel sesuai program penuh, maka perusahaan berhak mengganti dengan hotel yang sesuai lainnya.
- c. Apabila visa tidak keluar, perusahaan akan menyerahkan keputusan kepada jamaah bersangkutan untuk memilih meneruskan proses sampai keluarnya visa, atau menjadwalkan ulang keberangkatan berikutnya atau mengundurkan diri dengan dipotong biaya administrasi proses.

Dari tahun ke tahun, PT Buroq Internusa di Jepara mengalami peningkatan jumlah jamaah umroh yang berawal dari 152 jamaah di tahun pertamanya, dan sekarang 626 jamaah di tahun 2019. Berikut daftar akumulasi jumlah jamaah umroh dari awal berdirinya biro umroh PT Buroq Internusa di Jepara, yaitu:



Tabel 4. 1 Akumulasi Jumlah Jamaah Umroh Tahun 2016

Klo ter	Periode	Price	Paket	Durasi	Tour Leader	Jumlah Jamaah	Pesawat	Hotel Makkah	Hotel Madinah
1.	1 Januari 2016	25 Juta	Regular	9 Hari	Ust. Durri Misbah, Lc	8	Air Asia	Al-Masha	Surfah
2.	18 April 2016		Regular	9 Hari	Ust. Haizzul Maarif, SE., MM	11	Maldiva	Azka	Surfah
3.	4 Maret 2016		+ KL	10 Hari	Ust. Haizzul Maarif, SE., MM	48	Saudi	Hilton	Roudhoh
4.	24 Mei 2016		+ KL	9 Hari	Ust. Haizzul Maarif, SE., MM	14	Air Asia	An Noursur	Ansor

5.	6 November 2016	+KL	10 Hari	Ust. Haizzul Maarif, SE., MM	33	Saudi	Hilton	Alsaka
6.	25 Desember 2016	Reguler	9 Hari	Ust. Sholeh	38	Lion	Al Jiwar	Manajil
Total Jamaah Umroh					152 Jamaah			

Sumber: Dokumen PT Buroq Internusa di Jepara

Tabel 4. 2 Akumulasi Jumlah Jamaah Tahun 2017

Klo ter	Periode	Price	Paket	Durasi	Tour Leader	Jumlah Jamaah	Pesawa t	Hotel Makkah	Hotel Madinah
7.	10 Februari 2017	25 Juta	+Turki	10 Hari	Ust. Haizzul Maarif, SE., MM	25	Turkish	Al Jiwar	Al Saka
8.	17 Maret 2017	23,5 Juta	+Singap ura	10 Hari	Ust. Mufti Syafi'i, Lc	30	Scoot	Nasour	Surfah
9.	10 April 2017	21,9 Juta	+ KL	10 Hari	Ust. Qutub Izziddin, Lc	37	Saudi	Taj Kholil	Surfah
10.	16 Mei 2017	25 Juta	+ Turki	10 Hari	Ust. Durri Misbah, Lc	26	Turkish	Tsarawat	
11.	8 Juni 2017	25 Juta	Ramadh an	12 Hari	Ust. Haizzul Maarif, SE., MM	21	Saudi	Final	Surfah
12.	28 Oktober 2017	18,5 Juta	Madani	9 Hari	Ust. Mufti Syafi'i, Lc	70	Scoot	Wadi Ibrohim	Surfah
13.	29 Oktober 2017	18,5 Juta	Madani	10 Hari	Ust. Durri Misbah, Lc	90	Srilank a	Final Rehab	Surfah
14.	30 Oktober 2017	19,5 Juta	Madani	10 Hari	Ust. Qutub Izziddin, Lc	90	Srilank a	Final Rehab	Surfah
15.	31 Oktober	20 Juta	Madani	10 Hari	Ust. Haizul	100	Srilank	Wadi	Surfah

	2017											
16.	18 November 2017	22 Juta	Regular	9 Hari	Ust. Kusnan	38	Lion					
17.	9 Desember 2017	25 Juta	+Turki	10 Hari	Ust. Haizul Maarif, SE.,MM	42	Turkish	Nasour			Surfah	
18.	23 Desember 2017	25 Juta	Liburan	10 Hari	Ust. Lukmanul Hakim, Lc	12	Air Asia					
Total Jamaah Umroh											581 Jamaah	

Sumber: Dokumen PT Buroq Internusa di Jepara

Tabel 4. 3 Akumulasi Jumlah Jamaah Tahun 2018

Klo ter	Periode	Price	Paket	Durasi	Tour Leader	Jumlah Jamaah	Pesawat	Hotel Makkah	Hotel Madinah
19.	9 Januari 2018	22 Juta	+KL	10 Hari	Ust. Qutub Izziddin, Lc	34	Air Asia	Tsarowat	New Surfah
20.	16 Januari 2018	21 Juta	+KL	10 Hari	Ust. Mufti Syaff'i, Lc	49	Air Asia	Tsarowat	New Surfah
21.	31 Januari 2018	21,5 Juta	+ KL	10 Hari	Ust. Lukmanul Hakim, Lc	11	Saudi	Tsarowat	Manazil
22.	31 Januari 2018	26 Juta	Arbain	16 Hari	Ust. Lukmanul Hakim, Lc	14	Air Asia	Tsarowat	Manazil
23.	17 Februari 2018	26 Juta	+Turki	10 Hari	Ust. Mufti Syaff'i, Lc	25	Turkish	Nasour	Manazil
24.	20 Maret 2018	22 Juta	+KL	10 Hari	Ust. Azyan Anas, S.Pd.I	54	Air Asia	Tsarowat	Manazil

25.	21 Maret 2018	25 Juta	+Turki	12 Hari	Ust. Haizul Maarif, SE., MM	32	Saudi	Nasour	Mirage
26.	12 April 2018	23,5 Juta	Reguler	11 Hari	Ust. Lukmanul Hakim, Lc	34	Srilanka	Nasour	New Surfah
27.	24 April 2018	35 Juta	Aqso	14 Hari	Ust. Haizul Maarif, SE.,MM				
28.	3 Mei 2018	23 Juta	+KL	11 Hari	Ust. Mufti Syafi'i, Lc	27	Saudi	Nasour	New Surfah
29.	22 Mei 2018	27-28 Juta	Ramadhan	12 Hari	Ust. Mufti Syafi'i, Lc	10	Saudi	Tsarowat	New Surfah
30.	20 Juni 2018	25 Juta	Syawal	10 Hari	Ust. Qutub Izziddin, Lc	10	Saudi	Tsarowat	New Surfah
31.	30 Oktober 2018	20,5-21 Juta	Milad	9 Hari	Ust. Mufti Syafi'i, Lc	89	Lion (SOC-Med)	Tsarowat	Mirage
32.	5	22,5	Milad	9 Hari	Ust.	88	Lion	Tsarowat	Mirage

	November 2018	Juta				Qutub Izziddin, Lc	18	(SOC-MED)			
33.	23 November 2018	27 Juta	Turki	12 Hari	Ust. Mufti Syaff'i, Lc		18	Saudi	Nasour	Mirage	
34.	25 November 2018	26,5 Juta	Arbain	16 Hari	Ust. Azyan Anas, S.Pd.I		20	Air Asia	Tsarowat	New Surfah	
35.	7 Desember 2018	23,5 Juta	Reguler	10 Hari	Ust. Dhiyaul Furqon		21	Saudi	Tsarowat	New Surfah	
36.	25 Desember 2018	26,5 Juta	Turki	10 Hari	Ust. Durri Misbahuss unurur, Lc		16	Turkish	Tsarowat	New Surfah	
Total Jamaah Umroh								552 Jamaah			

Sumber: Dokumen PT Buroq Internusa di Jepara

Tabel 4. 4 Akumulasi Jumlah Jamaah Tahun 2019

Klo ter	Periode	Price	Paket	Durasi	Tour Leader	Jumlah Jamaah	Pesawat	Hotel Makkah	Hotel Madinah
37.	24 Januari 2019	24 Juta	+KL	12 Hari	Ust. Lukmanul Hakim, Lc	29	Turkish	Al Jiwar	Al Saka
38.	27 Februari 2019		+KL	10 Hari	Ust. Ahmad Azhari Nasir, Lc	30	Saudi	Tsarowat	New Surfah
39.	13 Maret 2019		Arbain	16 Hari	Ust. Syaiful Rijal Ajib, Lc	34	Srilanka	Tsarowat	Mubarok Silver
40.	20 Maret 2019		Arbain	16 Hari	Ust. Lukmanul Hakim, Lc	14	Air Asia	Tsarowat	Manazil
41.	27 Maret 2019	22 Juta	Promo	10 Hari	Ust. Mufti Syafi'i, Lc	52	Srilanka	Tsarowat	New Surfah
42.	5 April 2019		Reguler	10 Hari	Ust. Ahmad Azhari	26	Srilanka	Tsarowat	New Surfah

43.	23 April 2019		Reguler	12 Hari	Nasir, Lc Ust. Azyan Anas, S.Pd.I	33	Oman Air	Tsarowat	New Surfah
44.	5 Mei 2019	28 Juta	Ramadhan	12 Hari	Ust. Ahmad Azhari Nasir, Lc	8	Air Asia	Nasour	New Surfah
45.	8 Juni 2019		Syawal	10 Hari	Ust. Mufti Syaifi, Lc	26	Srilanka	Tsarowat	New Surfah
46.	23 September 2019	22 Juta	Promo	9 Hari	Ust. Qutub Izziddin, Lc	37	Citilink	Al Marsa	Al Shourfah
47.	5 Oktober 2019	22 Juta	Promo	9 Hari	Ust. Mufti Syaifi, Lc	45	Citilink	Al Marsa	New Surfah
48.	22 Oktober 2019		Reguler	12 Hari	Ust. Durri Misbahussurur, Lc	32	Saudi	Al Marsa	New Surfah
49.	23 Oktober 2019		Reguler	12 Hari	Ust. Azyan Anas,	40	Malaysia n Air	Olayan Ayyad/ Anjum	New Surfah / Gloria

50.	3 November 2019	Arbain	16 Hari	S.Pd.I Ust. Mufti Syafi'i, Lc	25	Saudi	Grand Arrayya	Manazel Al Falah
51.	18 November 2019	Promo	9 Hari	Ust. Ahmad Azhari Nasir, Lc	45	Citilink	Olayan Ajjad	Concorde At Tayba
52.	4 Desember 2019	Turki	12 Hari	Ust. Qutub Izziddin, Lc	23	Turkish	Olayan Ajjad	Al Shourfah
53.	22 Desember 2019	Akhir Tahun	10 Hari	Ust. Mufti Syafi'i, Lc	27	Malaysia n Air	Al Marsa/ Swiss Al Maqom	New Surfah
Total Jamaah Umroh					526 Jamaah			

Sumber: Dokumen PT Buroq Internusa di Jepara

Tabel 4. 5 Akumulasi Jumlah Jamaah Tahun 2020

Klo ter	Periode	Price	Paket	Durasi	Tour Leader	Jumlah Jamaah	Pesawat	Hotel Makkah	Hotel Madinah
54.	11 Januari 2020	22 Juta	Promo	10 Hari	Ust. Durri Misbahuss urur, Lc	30	Citilink	Olayan Ajjad	New Sourfah
55.	20 Januari 2020	22 Juta	Promo	10 Hari	Ust. Azyan Anas, S.Pd.I	39	Citilink	Olayan Ajjad	New Sourfah
56.	6 Maret 2020	27 Juta	Arbain	16 Hari	Ust. Mufti Syafi'i, Lc	38	Saudi	Olayan Ajjad	Concorde
Total Jamaah Umroh						107 Jamaah			

Sumber: Dokumen PT Buroq Internusa di Jepara

Dari data diatas, dapat disimpulkan dengan jumlah jamaah dari awal berdirinya sampai tahun 2020 secara lebih jelas yaitu sebagai beriku:

Tabel 4.6 Jumlah Jamaah Umroh PT Buroq Internusa Di Jepara

NO	TAHUN	JUMLAH
1	2016	152
2	2017	581
3	2018	552
4	2019	626
5	2020 (Januari - Maret)	107

Pada tahun 2020 terdapat pemberangkatan jamaah umroh hanya sebanyak 107 jamaah. Hal ini dikarenakan adanya dampak dari covid-19 (corona virus) yang melanda seluruh dunia tak terkecuali Indonesia ikut merasakan dampaknya. Sehingga pihak Arab Saudi membatasi jamaah yang ingin melakukan ibadah umroh sebagai bagian upaya mencegah penyebaran virus covid-19 di wilayahnya.

2. Analisis Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara langsung oleh penulis dengan manajer PT Buroq Internusa di Jepara, strategi pemasaran yang diterapkan di PT Buroq Interusa di Jepara menggunakan metode yang secara umum digunakan oleh banyak perusahaan, yaitu menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam penelitian ini, strategi pemasaran yang dilaksnakan oleh biro umroh PT Buroq Intermusa Jepara yaitu sebagai berikut:

a. Produk (*product*)

Produk umroh di biro umroh PT Buroq Interusa di Jepara yaitu meliputi:

1) Paket umroh hemat

Dimana pemberangkatan calon jamaah umroh menggunakan maskapai penerbangan kelas ekonomi dengan akomodasi yang tetap memadai dan berkualitas.

2) Umroh *regular*

Produk umroh ini mulai dari harga Rp 23.500.000,-. Pada umroh paket *regular* ini tidak ada wisata atau transit setelah melaksanakan kegiatan ibadah umroh. Sehingga paket perjalanan ini biasanya dipakai oleh banyak jamaah umroh yang memang tidak ingin melakukan perjalanan wisata setelah pelaksanaan ibadah umroh.

3) Umroh *Plus*

Paket ini sebenarnya sama dengan umroh *regular*, namun yang memberedakan yaitu umroh *plus* menawarkan kegiatan ibadah umroh dan juga perjalanan wisata-wisata setelah melaksanakan kegiatan ibadah umroh. Dimana umroh *plus* wisata (*tour*) ini biro perjalanan umroh ini membuat program perjalanan wisata ke berbagai Negara, seperti Kuala Lumpur (Malaysia), turki, dan singapura yang sudah menjadi agenda dari biro perjalanan dalam umroh *plus* ini.

4) Umroh *Private*

Umroh *private* ini biasanya digunakan untuk keluarga besar. Jadi kebanyakan keluarga yang ingin lebih merasakan kebersamaan dengan berkumpulnya anggota keluarga saat ibadah umroh berlangsung dapat menggunakan produk umroh *private* dala melaksanakan ibadah umrohnya.

5) Umroh Karyawan

Dalam paket umroh karyawan ini, merupakan kegiatan dari *Memorandum Of Understanding* (MOU) atau lebih dikenal dengan kontrak atau kesepakatan kerjasama di dunia bisnis. Kerjasama ini berkaitan dengan adanya hadiah untuk para karyawan yang sudah berdedikasih tinggi terhadap pekerjaannya di perusahaannya. Dimana PT Buroq Internusa melakukan kerjasama dengan perusahaan daerah di Jepara seperti:

a) PT Bank BPR Jepara Artha

PT Bank BPR Jepara Artha merupakan bank atau perusahaan milik daerah kabupaten jepara yang awalnya bernamakan PD. Bank Pasar kabupaten jepara. Dimana perusahaan ini juga memberikan bonus kepada para karyawannya berupa perjalanan ibadah umroh. Bentuk kerjasama dalam hal bonus ini disepakati harga keedua belah pihak sama-sama menguntungkan, yaitu dengan aturan bayar 50% dari pihak perusahaan dan 50% lagi dari pihak penerima bonus ibadah umroh tersebut.

b) PT Buana Multi Pratama

PT Buana Multi Pratama merupakan perusahaan yang bergerak dibidang furniture yang berada di jepara. Dimana perusahaan ini juga melakukan kerjasama dengan PT Buroq Internusa dalam memberikan bonus atau hadiah (*reward*) kepada karyawannya.

c) Toko Emas Bunda Matahari

Toko emas bunda matahari merupakan umkm yang maju di kota jepara. Dimana toko emas tersebut memang umkm yang memiliki banyak karyawan. Sehingga, toko emas matahari mempunyai *reward* (hadiah) untuk para karyawan yang memang berdedikasi tinggi, disiplin dalam bekerja dan banyak hal lain sebagai acuan dasar untuk mendapatkan hadiah umroh.

Toko emas matahari bekerjasama dengan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa untuk melaksanakan *reward* (hadiah) yang akan diberikan kepada karyawannya. Hal ini diberikan agar karyawan lebih semangat dalam

melakukan tugas dan tanggung jawab dalam kerjanya.

d) PT Akbar Jaya.

PT akbar jaya ialah perusahaan yang bergerak pada bidang konstruksi yang berada di kota jepara. Dimana juga melakukan bentuk kerjasama dalam memberikan penghargaan kepada karyawannya atas loyalitas kerjanya yang tinggi. Dan masih banyak lagi perusahaan yang sudah bekerjasama dengan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa dalam memberikan umroh karyawannya.

Hal ini bekerjasama dalam bentuk bonus (*reward*) terhadap karyawan-karyawan yang bekerja diperusahaan tersebut. Biasanya dalam paket ini perusahaan membiayai 50% dan 50% lagi dari karyawannya, dan juga mendapatkan potongan biaya sebanyak Rp 500.000,- sampai dengan Rp 1.000.0000,-

6) Umroh *Jam'iyah*,

Umroh *jam'iyah* merupakan umroh hibah yang diberikan kepada jamaah. Umroh hibah disini dimaksudkan pemberian kepada jam'iyah suatu lembaga atau organisasi. Bisa dikatakan bahwa paket umroh ini diperuntukkan kepada anggota lembaga ja'iyah dari suatu organisasi.

7) Umroh *Backpacker*.⁶

Umroh *backpacker* merupakan solusi hemat bagi calon jamaah yang ingin harga murah. Dalam umroh *backpacker* ini PT Buroq Interusa di Jepara hanya menawarkan fasilitas visa berbayar dan tiket pesawat pulang dan pergi untuk jamaah umroh. Sehingga dalam biayanya paket ini tergolong murah, namun jamaah

⁶ Dokumen PT Buroq Interusa di Jepara tahun 2020

dibebankan dengan biaya hotel dan keperluan lainnya ditanggung jamaah itu sendiri.

Berikut merupakan persyaratan untuk mendaftar sebagai calon jamaah umroh, yaitu seperti:

- 1) Mengisi formulir pendaftaran
- 2) Foto *copy* Kartu Tanda Penduduk (KTP) sebanyak tiga (3) lembar
- 3) Foto *copy* Kartu Keluarga (KK) sebanyak tiga (3) lembar
- 4) Foto *copy* buku nikah / ijazah/ Akta lahir sebanyak tiga (3) lembar
- 5) Pasport asli dengan tiga suku kata berlaku minimal satu tahun dari keberangkatan
- 6) Buku vaksin meningitis
- 7) Membayar Uang Muka minimal sebesar Rp 10.000.000,- dan pelunasan tahap awal maksimal 50 hari sebelum keberangkatan.
- 8) Pelunasan dilakukan dalam waktu satu bulan sebelum keberangkatan
- 9) Pas foto ukuran 4x6 (10 lembar), dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a) Background warna putih
 - b) Proporsi wajah 80%
 - c) Tanpa kacamata
 - d) Pakaian yang dikenakan selain warna putih
 - e) Tanpa menggunakan peci untuk pria.⁷

⁷ Brosur PT Buroq Interusa di Jepara tahun 2020

Tabel 4. 7 Analisis Strategi Produk (*Product*) pada Biro Perjalanan Umroh PT Buroq Internusa di Jepara

Produk	Analisis
	<p>Penulis menganalisa bahwa strategi produk yang ditetapkan di PT Buroq Internusa ini mempunyai pilihan berbagai macam paket umroh, mulai dari umroh hemat, umroh <i>regular</i>, umroh <i>plus</i>, umroh <i>private</i>, umroh karyawan, umroh <i>jam'iyah</i>, dan umroh <i>backpacker</i>. Dari ke tujuh jenis paket yang ditawarkan di biro perjalanan ini, umroh karyawan inilah yang lebih menguntungkan, dimana dengan adanya umroh karyawan ini perusahaan juga mnambah relasi dalam usahanya dengan perusahaan lain, serta mendapatkan jamaah umroh yang banyak juga dari bentuk kerjasama ini.</p>

b. Harga (*Price*)

Harga perjalanan umroh yang ditetapkan di PT Buroq Interusa di Jepara yaitu dari harga Rp 23.500.000,- sampai dengan Rp 34.500.000,- tergantung fasilitas dan pelayanan yang didapat. Dimana harga tersebut sudah relatif murah dengan kualitas pelayanan yang baik dan terpercaya. Selain harga relatif murah juga terdapat beberapa pilihan dalam melakukan pembayaran paket perjalanan umrohnya, seperti dapat di bayar secara tunai, dana tabungan, dan dana talangan dari pihak biro perjalanan.

Harga atau biaya yang ditetapkan dalam biro tersebut sudah mendapatkan berbagai fasilitas, diantaranya yaitu sebagai berikut:

- 1) Manasik umroh
- 2) Tiket pesawat (sesuai paket yang dipilih),

- 3) Akomodasi (sesuai paket yang dipilih),
- 4) Transportasi darat full AC,
- 5) Asuransi perjalanan,
- 6) Ziarah dan *city tour* sesuai program travel,
- 7) *Guide / muthowwif* selama di Arab Saudi,
- 8) Bagasi sebesar 20-32kg (sesuai ketentuan penerbangan),
- 9) Air zam-zam sebanyak 5 liter,
- 10) Visa berbayar Rp 1.500.000,-
- 11) Hotel satu kamar untuk empat orang (*quad*).

Selain fasilitas diatas, biro umroh PT Buroq Internusa juga memberikan perlengkapan-perengkapan dalam ibadah umroh. Perlengkapan yang diperoleh calon jamaah umroh yaitu:

- 1) tas koper (*trolly bag*),
- 2) tas kabin,
- 3) tas selempang,
- 4) bahan seragam (batik),
- 5) kain ihrom (untuk pria),
- 6) sabuk iohrom (untuk pria),
- 7) kerudung (untuk wanita),
- 8) buku manasik, dan syal.

Namun harga atau biaya yang ditawarkan tidak termasuk dengan hal-hal berikut ini:

- 1) biaya pembuatan paspor,
- 2) biaya suntik vaksin meningitis,
- 3) keperluan pribadi, yang terdiri atas:
 - a) *extra bill*
 - b) *laundry*
 - c) *tips*, dan lain-lain.
- 4) biaya pengurusan surat *mahram* Rp 350.000,- untuk anak usia kurang dari 17 tahun dan wanita usia kurang dari 45 tahun (berangkat sendiri atau tanpa keluarga),
- 5) ziarah dan *city toure* diluar program yang ditentukan oleh pihak travel,
- 6) kelebihan bagasi diatas ketentuan maksimal,

- 7) dan biaya yang tak terduga oleh kebijakan Arab Saudi dan Indonesia.

Tabel 4. 8 Analisis Strategi Harga (*Price*) pada PT Buroq Internusa di Jepara

Harga	Fasilitas dan Pelayanan	Analisis
Harga mulai dari Rp 23.500.000,- sampai dengan Rp 34.500.000,-	Perbedaan terdapat pada fasilitas dan pelayanannya, mulai dari lamanya perjalanan, maskapai penerbangan dari kelas ekonomi sampai kelas bisnis, hotel penginapan yang terdekat dengan fasilitas yang berkualitas dan juga dan lain sebagainya.	Dari pemaparan di atas, untuk paket umroh plus liburan banyak diminati karena fasilitas dan pelayanannya yang didapat jamaah. Apalagi didukung dengan adanya pilihan pembayaran dari dana tabungan, dana talangan perusahaan, maupun dibayar langsung tunai atau <i>cash</i> oleh calon jamaah.

c. Lokasi (*Place*)

1) Lokasi Kantor Pusat PT Buroq Internusa di Jepara

Lokasi kantor pusat dari biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa berada di dekat pusat pemerintahan kota Jepara. Letaknya di Jl. Shima No. 206 Pengkol, kecamatan Jepara, kabupaten Jepara. Dimana letaknya yang strategis dekat dengan pusat keramaian seperti, taman kota, pusat

pemerintahan, dekat pasar, dekat perumahan penduduk dan berada di samping jalan utama.

Hal itu menguntungkan karena dapat diakses dengan mudah oleh para calon konsumen atau calon jamaah umroh untuk menemukan keberadaan dari biro perjalanan umroh ini. Kemudian dekat dengan pusat pemerintahan Jepara juga memberikan dampak yang positif, dimana dapat dengan mudah untuk melakukan pengurusan dokumen-dokumen penting yang harus dibuat sebagai syarat dari pendaftaran kegiatan ibadah umroh bagi perusahaan dan calon jamaahnya.

2) Lokasi Kantor Cabang Agen Kudus

Lokasi kantor cabang PT Buroq Internusa cabang Kudus berada di Jl. Kudus-Jepara KM.05 Kedungdowo, kecamatan Kaliwungu, kabupaten Kudus. Dimana letaknya berada di dekat pusat pemerintahan kecamatan kaliwungu, dekat terminal jetak, dekat puskesmas sehingga banyak masyarakat yang bisa melihat akan keberadaan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa.

**Tabel 4. 9 Analisis Strategi Lokasi (*Place*)
pada PT Buroq Internusa**

No.	Lokasi	Analisis
1.	Kantor Pusat: Jl. Shima No. 206 Pengkol, Kecamatan Jepara, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah	Analisa dari penulis berkaitan dengan lokasi atau tempat pendistribusian dari biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa ini merupakan lokasi-lokasi yang strategis untuk diketahui oleh calon jamaah umroh karena berada di jalan utama. Dan juga didukung dengan kondisi lingkungan yang dekat dengan tempat keramaian seperti taman kota, pemukiman padat penduduk, dekat pasar, dekat terminal kota, dan yang terpenting dekat dengan lokasi pemerintahan, hal ini mempermudah dalam pengurusan dokumen-dokumen yang diperlukan calon jamaah umroh.
2.	Kantor Cabang Agen Kudus: Jl. Kudus-Jepara KM.05 Kedungdowo, Kecamatan Kaliwungu, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah	Sehingga, biro umroh ini dapat bertahan dan tetap beroperasi sampai sekarang dengan kemudahan pengurusan yang diberikan oleh biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa.

d. Promosi (*Promotion*)

PT Buroq Internussa di Jepara menggunakan strategi promosi *online* dan *offline*. Berikut merupakan strategi promosi yang digunakan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa untuk memasarkan produknya, yaitu sebagai berikut:

1) Promosi *Offline*

Promosi ini dilakukan memanfaatkan sumber daya dan media fisik untuk menyebarkan informasi berhubungan dengan produk atau jasa yang ditawarkan ke konsumen. Namun dengan media promosi ini tidak dapat menjangkau semua area secara bersamaan. Strategi promosi *offline* yang digunakan di biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa adalah:

a. Brosur

PT Buroq Internusa menggunakan media brosur guna menyampaikan informasi dan penawaran produk yang ditawarkan. Berisi tentang kisaran biaya yang ditawarkan, beberapa pembimbing dalam perjalanan umroh yang berkompeten dibidangnya, lokasi tempat berdirinya biro perjalanan umroh, kontak pelayanan, syarat dan ketentuan yang berlaku, dan lain sebagainya. Hal ini bertujuan agar calon jamaah dapat mengetahui secara singkat berkaitan produk dan ketentuan yang berlaku.

b. Koran atau Surat Kabar

PT Buroq Internusa juga menggunakan media promosi berupa Koran atau surat kabar. Namun, dikarenakan biaya dalam media promosi melalui Koran atau surat kabar ini cukup besar, sehingga media Koran ini tidak diutakan dalam pelaksanaan kegiatan promosi.

c. Baliho

PT Buroq Internusa juga menggunakan media promosi berupa baliho yang dipasang di pinggir jalan utama perkotaan, dekat pusat keramaian taman, dan juga didekat lokasi PT Buroq Internusa berada. Dengan menggunakan

media ini, bertujuan agar calon konsumen dapat mengetahui adanya produk yang ditawarkan di biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa pada saat melewati baliho tersebut.

d. Banner atau Spanduk

Media promosi banner ini menjadi bagian yang digunakan untuk mempromosikan produk dari biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa. Dimana banner atau spanduk ini diletakkan di depan lokasi perusahaan, di samping jalan, dan didalam tempat pelayanan calon jamaah (*customer service*).

e. Pameran

PT Buroq Internusa juga melakukan kegiatan promosi dengan kegiatan pameran-pameran. Hal ini dilakukan agar dapat secara langsung bertemu dengan calon konsumennya.

f. Melalui Pengajian, dan reuni jamaah umroh (Mulut ke Mulut)

PT Buroq Internusa mempromosikan produknya dengan media pengajian dan melaksanakan kegiatan reuni jamaah umroh untuk menyambung silaturahmi dengan biro, hal ini dirasa lebih efektif daripada media pemasaran secara *offline* lainnya, karena pihak pemasar bisa bertemu langsung bertatap muka dengan calon jamaah. Melalui pengajian juga dipastikan adanya proses penyampaian hasil dari promosi dari orang satu ke orang lainnya atau akan terjadi proses bertukar informasi dikalangan jamaah, atau lebih mudahnya dikenal dengan istilah berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Karena adanya hasil yang lebih efektif, maka PT Buroq Internusa ini lebih menggunakan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dalam strategi promosinya. Informasi dari satu jamaah bisa langsung menyebar ke sanak saudaranya dan relasinya.

Hal itu menguntungkan bagi pihak biro perjalanan umroh ini.

2) Promosi *Online*

Strategi promosi secara *Online* merupakan promosi dengan menggunakan media digital guna memperluas jangkauan dan jaringan dalam pemasaran yang tidak bisa dijangkau menggunakan promosi secara *offline*.⁸ Promosi *online* yang dilakukan oleh biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa yaitu sebagai berikut:

a) Radio

PT Buroq Internusa juga menggunakan media elektronik berupa iklan di radio, yang diputar saat jeda dari program musik di radio Kartini FM di Jepara.

b) *Website*

Website merupakan gerbang informasi lengkap untuk masyarakat luas berkaitan produk dari perusahaan. Penggunaan media *website* dapat membuat masyarakat yang aktif menggunakan internet bisa mengetahui produk-produk yang ada di biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa. Dimana *website* atau blog biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa bernama, <http://buroq-tours.blogspot.com>

c) Mesin Pencari (*Search Engine*)

Mesin pencari (*search engine*) ialah suatu program komputer yang dirancang guna membantu, mempermudah, dan mempercepat seseorang mendapatkan informasi atau data yang diinginkan. Dimana cara kerja mesin pencari ini dengan memasukkan kata kunci pada kolom pencarian. Jika mencari dengan kata kunci “umroh terpercaya di jepara” maka akan muncul nama biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa.

⁸ M. Aziz Lamazido, *Strategi Promosi Jasa Perjalanan Haji dan Umroh Melalui Media Website*, (Semarang: UIN Walisongo 2016), 85-89

d) Media Sosial

Media sosial yakni sebuah media *online*, dimana penggunaanya mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial yang umum digunakan masyarakat. Dimana untuk media sosial yang digunakan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa yaitu terdapat jejaring sosial facebook, dan instagram. Berikut penjelasan secara singkat mengenai jejaring sosial yang dimiliki oleh biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa adalah:

i. Facebook

PT Buroq Internusa melakukan promosi *online* melalui jejaring sosial facebook dengan nama akun facebook “Buroq Hajj Wal Umroh”. Dimana didalam melakukan promosi secara *online* di jejaring sosial ini kegiatan promosinya hanya mengunggah (*upload*) produk dan kegiatan saat pemberangkatan jamaah umroh.

ii. Instagram

Instagram juga menjadi media promosi *online* yang digunakan guna melaksanakan promosi biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa. Dimana akun dari PT Buroq Internusa bernama, “ Buroq internusa”.

Tabel 4. 10 Analisis Strategi Promosi pada PT Buroq Internusa di Jepara

No.	Promosi	Analisis
1.	<p><i>Offline:</i> Brosur, Koran atau surat kabar, baliho, banner atau spanduk, radio, pameran, dan melalui pengajian (mulut ke mulut).</p>	<p>Dari hasil wawancara dengan manajer biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara, didapatkan informasi bahwa strategi promosi yang lebih digunakan dalam kegiatan promosinya adalah mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>). Maka dari itu, penulis menganalisis bahwa kegiatan promosi dengan mulut ke mulut ini dengan pengajian dan acara reuni jamaah umroh ini kurang cepat dalam memberikan informasi kepada calon konsumennya. Dimana alumni jamaah umroh memberikan informasi berraitan dengan adanya produk dan kualitas dan pelayanan di PT Buroq Internusa kepada teman, tetangga, dan sanak saudaranya. Dengan kata lain strategi promosi ini tidak mengikuti perkembangan jaman yang semakin maju. Dimana strategi ini mungkin akan kalah dengan strategi pesaing yang lebih mengikuti perkembangan jaman.</p>
2.	<p><i>Online:</i> Website, mesin pencari (<i>search engine</i>), dan media sosial (<i>facebook dan instagram</i>).</p>	<p>Dari hasil wawancara dengan manajer biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara, didapatkan informasi bahwa strategi promosi yang lebih digunakan dalam kegiatan promosinya adalah mulut ke mulut (<i>word of mouth</i>). Maka dari itu, penulis menganalisis bahwa kegiatan promosi dengan mulut ke mulut ini dengan pengajian dan acara reuni jamaah umroh ini kurang cepat dalam memberikan informasi kepada calon konsumennya. Dimana alumni jamaah umroh memberikan informasi berraitan dengan adanya produk dan kualitas dan pelayanan di PT Buroq Internusa kepada teman, tetangga, dan sanak saudaranya. Dengan kata lain strategi promosi ini tidak mengikuti perkembangan jaman yang semakin maju. Dimana strategi ini mungkin akan kalah dengan strategi pesaing yang lebih mengikuti perkembangan jaman.</p>

B. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran tersebut, tentu terdapat faktor yang mendukung kelancaran proses pemasaran, dan juga penghambatnya. Guna mengetahui faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat kegiatan pemasaran, maka penulis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*), yaitu Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman.⁹

Untuk memudahkan menganalisis faktor pendukung dan penghambat, terlebih dahulu dilakukan pengelompokan data yaitu, kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) termasuk kedalam faktor pendukung. Sedangkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*) merupakan faktor penghambatnya. Berikut analisis dari faktor pendukung dan penghambat di PT Buroq Interusa di Jepara, meliputi:

1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dari adanya bisnis atau usaha biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa terdiri dari kekuatan (*strength*) dan juga peluang (*opportunity*) yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Secara jelasnya yaitu:

a. Kekuatan (*Strength / S*)

Kekuatan yang ada di biro perjalanan umroh PT Buroq Interusa di Jepara ialah:

1) Metode pembayaran

Dimana terdapat pilihan pembayaran ibadah umroh yang diberikan kepada calon jamaah. Pilihan pembayaran tersebut diantaranya adalah:

a) Pembayaran tunai (*cash*)

Dimana pembiayaan yang dilakukan secara tunai dan langsung saat pendaftaran oleh jamaah umroh.

b) Dana tabungan yang mempermudah calon jamaah umroh.

PT Buroq Interusa di Jepara memberikan kemudahan dan meringankan

⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997), 19

dalam pembiayaan tabungan ini, yaitu dengan setoran awal sebesar Rp 1.000.000,- setiap bulannya dengan masa menabung selama lima tahun. Dimana hasil tabungan umroh hanya bisa digunakan di PT Buroq Internusa, dan tidak bisa diuangkan. Tabungan ini bisa digunakan saat saldo sudah mencapai Rp 25.000.000,- (paket umroh 9 hari). Biaya tersebut belum termasuk paspor, vaksin dan biaya tambahan jika ada perubahan kebijakan dari kerajaan Saudi Arabia maupun pemerintah Indonesia.

c) Dana talangan

Dana talangan ini yaitu dimana bentuk pendanaan ini diberikan oleh perusahaan kepada calon jamaah yang ingin melakukan pemberangkatan umroh terlebih dahulu namun belum mempunyai dana, sehingga perusahaan meringankan dengan adanya dana talangan perusahaan. Kemudian jamaah setelah melakukan ibadah umroh dapat membayar dana talangan tersebut.

- 2) Kemudahan dalam melakukan pendaftaran sebagai calon jamaah umroh
- 3) Etika dalam melakukan pelayanan untuk calon jamaah umroh yang baik dan benar, tanpa membeda-bedakan
- 4) Mudah nya berkonsultasi atau saling bertukar pendapat dari calon jamaah umroh dengan karyawan biro perjalanan PT Buroq Internusa di Jepara
- 5) Pelayanan prima yang diberikan PT Buroq Internusa di Jepara secara baik dan ramah kepada setiap calon jamaah umroh.
- 6) Terletak di Pusat Kota Jepara

Dimana letak dari kantor pusat biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa ini

dekat dengan lokasi-lokasi yang strategis, diantaranya yaitu:

- a) Dekat dengan Lokasi pemerintahan kota jepara, sehingga mempermudah dalam pembuatan dokumen pendaftaran
- b) Dekat taman kota
- c) Dekat pasar
- d) Dekat dengan perumahan penduduk.

7) Fasilitas ruangan kantor yang menarik dan memadai.

Dimana PT Buroq Internusa ini menyediakan fasilitas untuk calon jamaah umroh yang sedang menunggu proses pendaftaran dan pendataan dengan mengedepankan kenyamanan calon jamaah dengan memberikan fasilitas sebagai berikut:

- a) terdapat pendingin ruangan (*AC*)
- b) tempat tunggu yang bersih dan nyaman
- c) serta terdapat mini market didalam kantor yang menjual perlengkapan ibadah umroh seperti tas, sepatu, sarung, peci, kemeja batik, dan lain-lain.
- d) Fasilitas kantor cukup lengkap untuk kepentingan urusan kantor. Fasilitas ini meliputi peralatan dan sistem informasi komunikasi seperti:
 - i. komputer,
 - ii. *printer*,
 - iii. *telephone* yang tersambung dalam perbagian manajemen, dan lain-lain. Dimana bertujuan untuk mempercepat dan mempermudah produktivitas dari karyawan.

8) Travel yang berkualitas dan terpercaya.

Travel yang sudah memiliki ijin resmi dari departemen agama dan sudah mendapatkan sertifikasi dan ijin PPIU yang sudah terpercaya

untuk menjalankan usaha biro perjalanan umroh yang berkualitas untuk jamaah umroh.

Hal ini didukung dengan adanya pembimbing dalam perjalanan ibadah umroh yang terpercaya, pembimbing jamaah umroh tersebut diantaranya yaitu:

- a) Ustaz Haizul Ma'arif (selaku direktur utama dari PT Buroq Internusa, juga sebagai pembimbing secara langsung jamaah umroh untuk memberikan pelayanan yang memang berkualitas dan terpercaya)
- b) Ustaz Qutub Izziddin, Al Hafidz, Lc
- c) Ustaz Durri Misbahussurur, Lc
- d) Ustaz H. Lukmanul Hakim, Lc
- e) Ustaz Mufti Syafi'i, Al Hafidz, Lc
- f) Ustaz Azyan Anas, S.Pd.i
- g) Ustaz Ahmad Azhari Nasir, Lc
- h) Ustaz Sholeh
- i) Ustaz Kusnan
- j) Ustaz Dhiyaul Furqon
- k) Ustaz Syaiful Rijl Ajib, Lc.

9) Memiliki kerjasama dengan perusahaan lain
PT Buroq Internusa ini memiliki kerjasama dalam perluasan dan memperbanyak jamaah umroh. Seperti yang sudah dijelaskan diatas dalam strategi produk yaitu umroh karyawan. Dimana terdapat beberapa perusahaan yang sudah melakukan kerjasama seperti,

10) Memiliki kerjasama dengan hotel yang berstandar internasional yang terjamin kualitas pelayanannya.

Kerjasama perusahaan biro perjalanan umroh ini dengan hotel penginapan jamaah umroh yaitu dengan beberapa hotel yang memang terjamin kualitasnya, diantaranya yaitu:

- a) Untuk penginapan jamaah umroh saat di kota Makkah yaitu hotel al-masha, hotel azka, hotel Hilton, hotel an-nousur, hotel al-jiwar, hotel nasour, hotel tai kholil, hotel tsarowat, hotel final, hotel wadi ibrohim, hotel final rehab, hotel al-marsha, hotel olayan ayyad, hotel anjani, hotel grand arrayya, hotel swiss al maqom.
 - b) Untuk hotel penginapan jamaah umroh di madinah, PT Buroq Internusa bekerjasama dengan hotel-hotel yang berkualitas dalam pelayanannya, seperti hotel surfah, hotel roudhoh, hotel ansor, hotel al saka, hotel manazil, hotel new sourfah, hotel mirage, hotel mubarak silver, hotel al-shourfah, hotel Gloria, hotel manazel al falah, hotel concorde at tayba, dan hotel concorde.
- 11) Mempunyai kerjasama dengan berbagai maskapai penerbangan yang terpercaya.
Berikut merupakan maskapai penerbangan yang sudah bekerjasama dengan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara, diantaranya adalah air asia, maldiva, Saudi, lion, Turkish, scoot, srilanka, lion (soc-med), oman air, citilink, dan Malaysia air.
- 12) Mempunyai sertifikat-sertifikat sebagai bukti adanya biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara
PT Buroq Internusa di Jepara sudah terjamin dan terpercaya sebagai biro perjalanan umroh yang amanah. Sertifikasi yang susah dalam mendapatkannya menjadikan biro perjalanan ini dipercaya banyak jamaah. Hal ini berkaitan dengan persepsi calon jamaah umroh itu sendiri. Sehingga biro perjalanan ini selalu diminati oleh para calon jamaah karena merasa yakin tidak akan tertipu oleh biro

perjalanan umroh yang belum jelas amanah atau tidaknya.

b. Peluang (*Opportunity / O*)

Situasi yang menjadikan peluang PT Buroq Interusa di Jepara yaitu:

- 1) banyaknya masyarakat Jepara yang ingin melaksanakan ibadah umroh,
- 2) kemudian letak atau lokasi kantor biro perjalanan umroh yang strategis menjadikan masyarakat mengetahui keberadaan biro umroh PT Buroq Internusa,
- 3) kemudahan bertransaksi dalam melakukan pendaftaran ibadah umroh untuk calon jamaah
- 4) serta adanya sosialisasi atau promosi yang dilakukan *online* maupun *offline*, namun perusahaan lebih menekankan kegiatan promosi pada saat pengajian umum menjadikan peluang besar untuk mendapatkan tambahan jamaah umroh. Terbukti dengan adanya peningkatan jumlah jamaah umroh yang berangkat setiap tahunnya.

2. Faktor Penghambat

Faktor ini terdiri atas kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*) dari perusahaan itu sendiri, dimana faktor-faktor itu meliputi:

a. Kelemahan (*Weakness / W*)

Berikut kelemahan (*weakness*) yang dimiliki oleh biro perjalanan umroh PT Buroq Interusa di Jepara yaitu:

- 1) Adanya sistem yang sedang bermasalah atau *trouble*
- 2) Strategi promosi pesaing yang lebih inovatif
- 3) Kurangnya sumber daya manusia atau karyawan pada bagian marketing atau promosi
- 4) Strategi promosi yang lebih digunakan oleh perusahaan adalah mulut ke mulut (*word of mouth*), sehingga membutuhkan waktu lama dalam kegiatan promosinya.

b. Ancaman (*Threat / T*)

Threat merupakan situasi atau kondisi yang menjadi sebuah ancaman untuk organisasi yang berasal dari luar organisasi dan mengancam eksistensi organisasi di masa depan.¹⁰ Ancaman yang dimiliki oleh biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa di Jepara yaitu:

- 1) Adanya kompetitor baru yang berlokasi didaerah kota yang sama strategisnya,
- 2) Terdapat produk atau paket umroh yang sama dengan pesaing,
- 3) Harga pesaing yang jauh lebih murah,
- 4) Pembatasan kuota jamaah umroh oleh pemerintah,
- 5) *Schedule* atau jadwal pemberangkatan pesawat yang tiba-tiba berubah,
- 6) Serta kabar resmi atau peraturan baru dari Kedutaan Besar Saudi Arabia (KBSA) dengan Presiden Republik Indonesia.

¹⁰ Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*,

3. Analisis faktor pendukung dan penghambat
Tabel 4. 11 Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat pada PT Buroq Internusa di Jepara

Faktor		Analisis
Pendukung	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Dengan adanya faktor kekuatan dan peluang yang sudah dipaparkan, maka biro perjalanan ibadah umroh PT Buroq Internusa ini menjadi salah satu biro yang terpercaya dan tersertifikasi di kabupaten jepara. Serta dengan banyaknya kerjasama dengan perusahaan lain dapat menjadikan biro perjalanan ini dikenal masyarakat luas.
	Peluang (<i>Opportunity</i>)	
Penghambat	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Dimana ada faktor pendukung pasti ada faktor penghambat juga dalam suatu usaha. Maka dari itu, penulis melakukan analisa dimana faktor penghambat yang sudah dipaparkan di atas, merupakan bentuk penghambat yang pasti dialami oleh biro perjalanan lainnya. Dengan adanya ancaman dari luar perusahaan ini menjadikan pacuan untuk melakukan pembenahan dalam strategi promosi dan pelayanan dari PT Buroq Internusa untuk calon jamaah umroh.
	Ancaman (<i>Threat</i>)	

C. Analisis Solusi Mengatasi Faktor Penghambat

Solusi atau upaya dari faktor penghambat yang sudah diuraikan di atas oleh PT Buroq Internusa di Jepara yaitu sebagai berikut:

1. Solusi Mengatasi Faktor Penghambat
 - a. Solusi yang dilakukan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa dalam menyikapi adanya sistem yang sedang bermasalah atau *troble*, yaitu dengan mencatat secara manual berkaitan data-data calon jamaah yang sedang melakukan pendaftaran yang nantinya disalin ke sistem yang seharusnya.
 - b. Kemudian solusi yang dilakukan oleh PT Buroq Internusa dalam menyikapi strategi promosi pesaing yang lebih inovatif yaitu dengan:
 - 1) Mempertahankan pelanggan atau jamaah umroh yang sudah pernah menggunakan jasa dari biro perjalan umroh PT Buroq Internusa ini.
 - 2) Bekerjasama dengan media cetak maupun elektronik seperti radio dalam memasarkan produknya.
 - 3) Mempunyai daftar alumni jamaah umroh untuk melakukan kegiatan promosi kembali diwaktu yang akan datang dengan memanfaatkan data dari nama, alamat, dan nomer telephon yang dapat dihubungi.
 - c. Kurangnya sumber daya manusia atau karyawan pada bagian marketing atau promosi ini solusi yang digunakan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa yaitu dengan merekrut tenaga kerja yang berkompeten di bidang pemasaran dan mempunyai kepribadian yang pandai bersosialisasi, ramah, dan terpercaya dalam mengemban tugasnya.
 - d. Upaya untuk mengatasi strategi promosi yang lebih digunakan oleh perusahaan adalah mulut ke mulut (*word of mouth*), yaitu dengan melakukan hal-hal berikut:
 - 1) Pengendalian pelanggan atau tetap melakukan jalinan silaturaahmi dengan alumni jamaah umroh.

- 2) Tetap melaksanakan promosi saat ikut menjadi partisipan di pengajian akbar maupun pengajian umum, untuk memperkenalkan produk yang ada di biro umroh PT Buroq Internusa.
 - 3) Melakukan sosialisasi dengan keluarga, teman, relasi dan kolega berkaitan produk-produk yang ada di biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa.
- e. Solusi yang digunakan biro perjalanan untuk hambatan dari adanya kompetitor baru yang berlokasi didaerah kota yang sama strategisnya yaitu dengan:
- 1) Memperkuat kerjasama dengan perusahaan lain dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh. Dimana biro perjalanan ini sudah mempunyai kerjasama dengan banyak perusahaan di kota Jepara.
 - 2) Perencanaan perluasan cabang perusahaan di berbagai kota lain
 - 3) Mengedepankan kualitas pelayanan yang baik, ramah, dan kekeluargaan atau sesuai standar yang sudah diterapkan.
- f. Terdapatnya produk yang sama dengan pesaing, solusi yang diambil oleh PT Buroq Internusa adalah:
- 1) Memperkuat jalinan silaturahmi dengan para alumni jamaah umroh dengan adanya data pribadi jamaah dan juga masih adanya grup atau kelompok jamaah yang masih aktif sampai saat ini.
 - 2) Meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh perusahaan, agar calon jamaah tetap memilih biro umroh PT Buroq Internusa di Jepara
 - 3) Meningkatkan nilai persepsi pada calon jamaah umroh tentang produk yang ditawarkan di biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa ini sudah terpercaya kualitasnya dengan adanya sertifikasi yang sudah didapatnya.

- g. Solusi yang dilakukan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa dalam hal harga pesaing yang jauh lebih murah adalah dengan:
 - 1) meningkatkan nilai persepsi pada calon jamaah bahwa biaya sebanding dengan kualitas yang diberikan.
 - 2) Memberikan pilihan cara atau metode pembayaran ibadah umroh kepada calon jamaah.
- h. Adanya hambatan dari pembatasan kuota jamaah umroh oleh pemerintah ini, solusi atau upaya dari biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa adalah:
 - 1) Mengadakan musyawarah secara internal organisasi atau biro untuk menentukan yang terlebih dahulu berangkat ibadah.
 - 2) Memberikan penyuluhan kepada calon jamaah umroh berkaitan pembatasan kuota jamaah umroh oleh pemerintah.
- i. Upaya dari biro perjalanan umroh dalam menyelesaikan hambatan atau masalah dari *schedule* atau jadwal pemberangkatan pesawat yang tiba-tiba berubah, yaitu dengan mengadakan musyawarah dan penyuluhan kepada calon jamaah jika pada saat itu terjadi perubahan jadwal keberangkatan pesawat untuk kegiatan umroh.
- j. Solusi berkaitan dengan kabar resmi atau peraturan baru dari Kedutaan Besar Saudi Arabia (KBSA) dengan Presiden Republik Indonesia adalah dengan Melakukan kegiatan musyawarah atau penyuluhan kepada calon jamaah umroh pada saat ada peraturan baru atau revisi dari Kedutaan Besar Saudi Arabia (KBSA) dengan Presiden Republik Indonesia. Musyawarah ini dilakukan sebagai upaya membentuk silaturahmi antara jamaah dengan biro agar tetap memilih biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa.

4. Analisis Solusi Mengatasi Faktor Penghambat

Tabel 4. 12 Analisis Solusi dari Faktor Penghambat Biro Perjalanan pada Umroh PT Buroq Internusa di Jepara

	Analisis
Solusi	<p>Dari hasil pembahasan di atas, terkait solusi yang dilakukan biro perjalanan umroh PT Buroq Internusa dalam menghadapi faktor penghambatnya, maka penulis menganalisa bahwa solusi yang digunakan dengan sistem kekeluargaan. Hal ini akan menimbulkan rasa kekeluargaan di kalangan jamaah umroh dengan perusahaan. Sehingga alumni jamaah tetap setia menggunakan jasa perjalanan ibadah umroh menggunakan PT Buroq Internusa dengan kualitas dan pelayanan yang ramah dan kekeluargaan.</p>