

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ibadah haji dan umrah merupakan ibadah yang diperintahkan Allah SWT kepada umat Islam yang telah memiliki kemampuan. Pelaksanaan haji dan umrah ini tidak luput dari aturan tentang tempat, waktu maupun dalam pelaksanaannya (Jazuli, 2014).

Dalam pelaksanaan ibadah haji dan umrah itu dibutuhkan niat yang ikhlas, harta yang cukup, badan yang sehat lahir dan bathin serta memperhatikan syarat-syarat dan rukun-rukunnya (Nafi, 2015).

Allah berfirman dalam Al Quran surah Al Baqarah ayat 197 :

الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَاتٌ ۚ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ ۚ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ يَعْلَمْهُ اللَّهُ ۚ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ

Artinya: Musim haji itu (berlangsung pada) bulan-bulan yang telah dimaklumi. Siapa yang mengerjakan (ibadah) haji dalam (bulan-bulan) itu, jangan berkata kotor, jangan berbuat maksiat dan bertengkar dalam melakukan ibadah haji. Segala kebaikan yang kamu kerjakan pasti Allah mengetahuinya. Berbekallah karena sesungguhnya sebaik-baik bekal adalah takwa. Bertakwalah kepada-Ku wahai orang-orang yang mempunyai akal sehat (Q.S. 2: 197).

Antusiasme masyarakat muslim Indonesia untuk menunaikan ibadah haji itu sangat besar yang ditandai dengan peningkatan jamaah haji setiap tahunnya. Bahkan, banyak warga muslim Indonesia rela untuk mendapatkan antrian lama dan panjang (Giwangkar, 2018). Panjangnya daftar antrean haji ini dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang banyak dan mayoritasnya adalah beragama Islam. *Global religious future* mencatat bahwa penduduk Indonesia yang beragama Islam pada tahun 2010 sebanyak 209,1 juta jiwa atau sekitar 87% dari populasi total pada tahun 2020, penduduk muslim Indonesia diperkirakan mencapai 229,62 juta jiwa (Gusnandar, 2020). Antrian yang panjang ini membuat banyak masyarakat memutuskan untuk melakukan ibadah umrah terlebih dahulu, Selain itu umrah juga bisa dilakukan kapan saja tanpa terikat waktu. Sehingga siapa saja yang ingin menunaikan ibadah umrah dan memiliki dana yang cukup maka bisa berangkat dengan segera (Gusnandar, 2020).

Hal ini menjadikan travel umrah dan haji khusus sebagai bisnis perjalanan yang memiliki prospek sangat baik untuk dijalankan. Sehingga setiap muslim yang mau menunaikan ibadah umrah membutuhkan pihak lain seperti penyediaan jasa bimbingan manasik, pengurusan dokumen, transportasi, tour guide, perhotelan dan lain sebagainya. Tujuan bisnis perjalanan travel umrah dan haji khusus ini bukan semata mata mencari keuntungan lebih dari itu bisnis travel ini juga sebagai sarana dakwah yang memadukan antara aspek pelayanan jasa dan bimbingan yang baik dan benar yang hasil akhirnya adalah memberikan kepuasan dan ketenangan bagi

jamaah yang dibawa. Bisnis perjalan umrah dan haji khusus fokus pada perjalanannya, artinya travel ini fokus bagaimana agar jamaah yang akan menunaikan ibadah umrah dan haji khusus merasa nyaman, khusuk dan tentram tanpa ada kekhawatiran dalam perjalanan, sehingga ibadah dilakukan sesuai dengan syariat. Sehingga memberikan manfaat bagi kedua pihak baik penyedia jasa maupun pengguna jasa.

Penyedia jasa perjalanan umrah dan haji khusus ini menawarkan beberapa pilihan paket perjalanan yang bertujuan agar masyarakat bisa menyesuaikan dengan finansial (keuangan) yang dimilikinya. Hal ini perlu dipertimbangkan bagi siapa saja yang hendak melakukan perjalanan ketanah suci. Biasanya, banyaknya fasilitas yang ditawarkan sama dengan banyaknya yang harus dikeluarkan. Jika calon jamaah hanya mampu membayar umrah atau haji yang biasa maka jamaah akan menerima pelayanan dan fasilitas yang biasa. Jika memang memungkinkan untuk mendaftarkan umrah atau haji plus maka hal itu memungkinkan kenyamanan fasilitas yang diterima mulai dari keberangkatan, selama di tanah suci sampai kembali ke tanah air akan mendapatkan fasilitas yang sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan. Banyaknya pilihan ini yang tersedia membuat travel umrah menjamur di Indonesia. Persaingan antar travel dalam mencari jamaah ini dipengaruhi promosi.

Menurut Michel Ray dalam Morissan mendefenisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai oleh pihak penjual untuk membangun

berbagi saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan (Morissan, 2015).

Bukhari Alma berpendapat promosi adalah suara bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan (Hurriyati, 2015).

Menurut Kotler dan Freddi Rangkuti, promosi mencakup alat pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk (Rangkuti, 2009).

Sehingga dapat penulis simpulkan bahwa promosi adalah suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, mengajak dan membujuk para konsumen agar tertarik memakai atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Oleh karena itu setiap perusahaan dalam mempromosikan dilakukan dengan menjalankan strategi promosi, sehingga dapat mencapai sasarannya. Strategi ini dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarahkan tindakan atau usaha promosi dalam suatu perusahaan.

Menurut prinsip syariah, kegiatan promosi harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Berdasarkan firman Allah dalam Q.S Ash - Shaf ayat 10-11 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَى تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ ۝ ١٠
تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَتُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ
إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۝ ١١

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan mu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui (Q.S. 61: 10-11).

Firman Allah ini menunjukkan kepada orang-orang yang beriman bahwa dagangan (perniagaan) yang sesungguhnya dapat menjamin keuntungan dan kekayaan dunia akhirat, ialah beriman dan percaya sepenuhnya kepada Allah dan Rasulullah SAW. Serta berjuang mengorbankan tenaga, harta dan jiwa untuk mencapai ridha Allah, untuk menegakkan kalimatullah agama Allah yang dibawa Rasulullah, yakni meningkatkan iman dan memperbaharui dari waktu ke waktu dan juga berjihad yakni bersungguh-sungguh mencurahkan tenaga, pikiran, waktu, harta dan jiwa masing-masing di jalan Allah yang demikian itu sungguh tinggi nilainya lagi luhur.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa perniagaan yang kita lakukan yaitu dengan sungguh-sungguh dan tetap beriman kepada Allah dan Rasul-Nya sehingga akan menjadi keberuntungan dan kekayaan dunia akhirat, artinya kegiatan perniagaan tersebut dilakukan dengan mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan dengan baik.

Untuk melakukan kegiatan promosi dapat dilakukan individu atau lembaga organisasi seperti biro perjalanan umrah yang melakukan sebuah kegiatan ibadah untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.

Pemerintah menetapkan undang-undang pada biro perjalanan wisata keagamaan dalam menyelenggarakan perjalanan ibadah umrah nomor 8 Tahun 2019 terdapat pada bab VII pasal 86 yang berbunyi: 1) Perjalanan ibadah umrah dapat dilakukan secara perorangan atau berkelompok melalui PPIU, 2) Penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah dilakukan oleh PPIU, 3) Selain oleh PPIU, penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah dapat dilakukan oleh pemerintah.

Pasal 89 menjelaskan bahwa biro perjalanan wisata dapat ditetapkan sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah setelah memenuhi persyaratan sebagai berikut: 1) Terdaftar sebagai biro perjalanan wisata yang sah, 2) Memiliki kemampuan teknis dan finansial untuk menyelenggarakan perjalanan ibadah umrah, 3) Memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas ibadah umrah(Undang-Undang Republik Indonesia, 2019).

Berdasarkan undang-undang diatas dapat dipahami bahwa penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah dan biro perjalanan mendapatkan kesempatan sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah.

Menurut Lamd, Hair, Mc Daniel strategi promosi adalah rencana untuk menggunakan yang optimal dari elemen-elemen promosi seperti periklanan, hubungan masyarkat, penjualan pribadi dan promosi penjualan.

Menurut Freddy Rangkuti ada beberapa strategi promosi berupa iklan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), publisitas (*publicity*) promosi penjualan (*sales promotion*), dan promosi penjualan (*sales promotion*) dalam hal ini akan di bahas lebih rinci sebagai berikut :

1. Iklan (*Advertising*) adalah komunikasi nonindividu dengan sejumlah biaya, melalui berbagi media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga nirlaba serta individu
2. Penjualan perorangan (*Personal selling*) adalah intraksi antara individu, saling bertemu muka yang di tunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai serta mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak lainnya
3. Publisitas (*Publicity*) merupakan usaha untuk meningkatkan permintaan terhadap suatu produk secara nonfersonal dengan membuat berita yang bersifat

komersial tentang produk tersebut dalam media cetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media

4. Promosi penjualan (*Sales promotion*) adalah suatu kegiatan promosi untuk melakukan rangsangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian (Rangkuti, 2009).

Salah satu perusahaan yang menggunakan promosi pada biro perjalanan wisata keagamaan yaitu PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam menyelenggarakan perjalanan ibadah umrah. Perusahaan ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan umrah. Adapun Visi dan Misi PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang adalah sebagai berikut: Visi: Menjadi penyedia layanan haji dan umrah serta wisata yang dijalankan sesuai syariat Islam secara baik, benar, profesional dan bersahaja. Misi :

1. Menyelenggarakan perjalanan ibadah haji dan umrah dengan kualitas layanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan
2. Memberikan kemudahan bagi jamaah dalam menyelenggarakan perjalanan ibadah haji dan umrah maupun dalam pelayanan lainnya
3. Menjalankan seluruh struktur secara efektif, efisien, inovatif, progresif dan berintegritas untuk memberikan pelayanan yang terbaik
4. Selalu berorientasi pada nilai-nilai Islam dalam bekerja dan bertindak untuk dapat tercipta landasan kerja yang profesional dan barakah.

Adapun Struktur PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang adalah sebagai berikut :

Komisaris	: H. Anwar Tadjuddin, Lc.MA
Direktur	: H. Maigus Nasir, Mpd
General Manager	: Hj. Sri Hayati, C.NLMOR, CET
Staf Admin	: Arif F Fakri
Staf Keuangan	: Alimatul Husna, S.E
HRD	: Muhammad Nazif
Staf Operasional	: Gufra Hamidi, S. DS. (Dokumen Company Profile PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang)

Berdasarkan wawancara pendahuluan penulis dengan General Manajer PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Padang, Sri Hayati mengatakan bahwa: (Hayati, 2024)

PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang yang beralamat di Jl. Lolongkaran No. 16 RT.01 RW. 02 Kel. Sungai Sapih Kec. Kuranji Kota Padang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan ibadah umrah dan haji. Perusahaan ini awal mulanya berdiri pada tahun 2018 tepatnya pada tanggal 13 Mei. Pemberangkatan jamaah pertama kali dilaksanakan oleh PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang yaitu pada bulan November 2018 dengan memberangkatkan 21 jamaah yang sebagian besar berasal dari padang. Kemudian pada tahun 2020 Kementrian Agama RI menerbitkan surat izin haji khusus No,

497 Tahun 2020. Dengan diterbitkannya surat izin tersebut maka perusahaan ini diperbolehkan untuk menyelenggarakan haji khusus.

Menurut Sri Hayati selaku General Manajer PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang perusahaan ini berbeda dari perusahaan lain. Perusahaan ini menyediakan program 3B (Berangkat Baru Bayar) yang diperuntukkan bagi calon jamaah yang takut terjadi penipuan dan kegagalan keberangkatan. Calon jamaah yang ingin mengambil Program 3B diharuskan mengisi formulir pendaftaran dan menyerahkan uang pangkal sebesar Rp.10.000.000.- Membuka buku rekening atas nama jamaah sendiri dan menempatkan biaya umrah dalam rekening tersebut. Dalam hal ini perusahaan memberikan instruksi kepada bank bahwa pencairan hanya bisa dilakukan untuk biaya umrah. Selanjutnya bila semua syarat dan ketentuan telah diselesaikan barulah jamaah diberangkatkan. Setelah jamaah tiba di tanah suci uang jamaah yang direkening akan ditransfer ke rekening perusahaan.

Untuk mengetahui jumlah jamaah umrah yang sudah diberangkatkan oleh PT. Cahaya Madinah Mandiri dapat dilihat sebagaimana tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Data Jumlah Jamaah Umrah

No	Tahun	Jumlah Jamaah
1.	2018	90 Jamaah
2.	2019	87 Jamaah
3.	2020	80 Jamaah
4.	2022	134 Jamaah
5.	2023	120 Jamaah
6.	2024	52 Jamaah

Sumber : Dokumen PT. Cahaya Madinah Mandiri 2018-2024

Dari data diatas diketahui bahwa pada tahun 2018 PT. Cahaya Madinah Mandiri memberangkatkan 90 jamaah umrah. Tahun 2019 memberangkatkan 87 jamaah umrah. Tahun 2020 memberangkatkan 80 jamaah umrah. Tahun 2022 memberangkatkan 134 orang jamaah umrah. Tahun 2023 memberangkatkan sebanyak 120 orang jamaah. Selanjutnya tahun 2024 memberangkatkan sebanyak 52 orang jamaah. Dari data tersebut dilihat dari tahun 2019 sampai 2024 jamaah yang berangkat mengalami penurunan dalam memberangkatkan jamaah umrah oleh PT. Cahaya Madinah Mandiri, maka kesenjangan ini harus segera diatasi jika tidak akan terjadi kekurangan jumlah jamaah pada PT. Cahaya Madinah Mandiri ini akan berdampak besar untuk tahun-tahun berikutnya terhadap kerugian pada travel sendiri.

Dari penjelasan tentang strategi promosi di atas ada empat komponen yaitu periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan dan publisitas, namun pada penelitian ini penulis memfokuskan kepada tiga strategi promosi.

Berdasarkan keterangan diatas penulis tertarik untuk mengetahui lebih jauh bagaimana promosi melalui judul : Strategi Promosi PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang Dalam Meningkatkan jamaah umrah.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Strategi Promosi PT.**

Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah Di Kota Padang ?”

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini cakupannya luas maka penulis memberikan batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Strategi periklanan yang digunakan PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan umrah di Kota Padang
2. Strategi penjualan perorangan yang dilaksanakan pada PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan di Kota Padang
3. Strategi promosi penjualan yang dilakukan PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan umrah di Kota Padang
4. Strategi publisitas yang dilakukan PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan umrah di Kota Padang

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka terdapat beberapa tujuan yang akan dicapai dari penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi periklanan yang dilaksanakan PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan umrah di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui strategi penjualan perorangan yang dilaksanakan PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan umrah di Kota Padang

3. Untuk mengetahui strategi promosi penjualan yang dilaksanakan pada PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan umrah di Kota Padang.
4. Untuk mengetahui strategi publisitas yang dilaksanakan PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan umrah di Kota Padang

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk berbagai pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menambah ilmu pengetahuan atau saran dalam bidang strategi promosi PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang dalam penyelenggaraan umrah di Kota Padang
2. Bagi penulis sendiri untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat berpartisipasi memberi sumbang saran
3. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur kepustakaan
4. Sebagai salah satu syarat dalam medapatkan gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

F. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami makna judul yang dimaksud, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah penting yang terdapat dalam kata kunci judul yang dimaksud.

Strategi Promosi : Kegiatan yang mencakup usaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penelitian ini penulis akan merujuk strategi promosi yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti

PT.Cahaya Madinah Mandiri : Perusahaan yang bergerak di bidang travel haji dan umrah serta lembaga bisnis yang bergerak dibidang biro perjalanan.
(Company Profile PT. Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang)

Berdasarkan penjelasan judul di atas dapat dipahami bahwa penelitian ini menguraikan strategi promosi yang digunakan oleh PT.Cahaya Madinah Mandiri Cabang Kota Padang untuk menjadi penyedia layanan haji dan umrah serta wisata yang dijalankan sesuai syariat Islam secara baik, benar, profesional dan bersahaja yang meliputi periklanan, penjualan perorangan dan promosi penjualan.

G. Sistematika Penulisan

Untuk lebih memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka secara keseluruhan peneliti membagi dalam beberpa bab yaitu:

Bab I : Merupakan pendahuluan yang berisikan tentang: Latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penjelasan judul dan sistematika penulisan.

Bab II : Bab ini menjelaskan tentang landasan teoritis tentang promosi yang meliputi konsep promosi, bauran promosi, dan anggaran promosi.

Bab III : Metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, sumber data berupa data primer data sekunder, metode pengumpulan data, dan teknik pengumpulan data.

Bab IV : Gambran umum PT.Cahaya Madinah Mandiri cabang Kota Padang, visi, misi, tujuan dan sasaran, struktur organisasi dan hasil penelitian tentang Strategi Promosi PT.Cahaya Madinah Mandiri cabang Kota Padang

Bab V : Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran