

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bisnis perjalanan ibadah ke tanah suci, baik umrah maupun haji, memang memiliki prospek yang menguntungkan. Hal ini dikarenakan jumlah umat Islam di Indonesia yang terus meningkat, sementara kuota haji yang tersedia terbatas. Akibatnya calon jamaah haji harus menunggu antrian selama bertahun-tahun, sehingga mereka cenderung memilih melaksanakan ibadah umrah, yang dapat dilakukan kapan saja sepanjang tahun. Ibadah ini dapat dilakukan kapan saja, tidak hanya pada musim haji. Hal ini membuat ibadah umrah menjadi salah satu kegiatan wisata religi yang dinikmati oleh masyarakat Muslim di Indonesia. Mayoritas umat Islam Indonesia melaksanakan ibadah haji dan umrah ke Mekkah dengan bantuan biro perjalanan haji dan umrah yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Akibat banyaknya biro perjalanan haji dan umrah di Indonesia, persaingan di sektor ini menjadi cukup ketat. Hal ini menyebabkan banyak variasi paket dan harga yang ditawarkan.

Pengertian haji menurut bahasa ialah berniat kepada sesuatu yang dimulihkan. Pengertian haji secara istilah yaitu pekerjaan yang khusus dikerjakan pada waktu dan tempat untuk tujuan yang tertentu. Dalam kitab "*Fiqh al-Hajj*" disebutkan pengertian haji secara bahasa yaitu *al-qasd* artinya berhajat atau berkehendak. Dan menurut syara' artinya berhajat mengunjungi Baitullah al-

Haram untuk mengerjakan ibadah sebagai kewajiban terhadap perintah Allah.<sup>2</sup> Sedangkan umrah merupakan ibadah mahdhah dalam Islam, dimana umat Islam mengunjungi kota suci Makkah untuk melaksanakan serangkaian prosesi ibadah. Prosesi tersebut meliputi, ihram, tawaf, sa'i dan diakhiri dengan tahallul. Pelaksanaan umrah dilakukan secara tertib, ikhlas dan dengan harapan ridho Allah SWT.<sup>3</sup>

Strategi pemasaran dapat didefinisikan sebagai rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Strategi pemasaran adalah fondasi penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Strategi ini dirancang dan direncanakan dengan cermat untuk membangun keunggulan bersaing dan berkelanjutan.<sup>4</sup> Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat dijelaskan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang disusun oleh perusahaan untuk memasarkan produk atau jasanya agar mencapai tujuan tertentu. Pada era globalisasi saat ini, persaingan industri *travel* umrah semakin ketat. Hal ini dipicu oleh semakin banyaknya pelaku usaha *travel* umrah yang menawarkan beragam paket perjalanan dengan berbagai keunggulan dan kelebihan. Untuk dapat memenangkan persaingan, para pelaku usaha *travel* umrah

---

<sup>2</sup> H. M. Nasrun Nazaruddin dkk, *Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Prospektif Ekonomi Syariah'ah (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir Dan Al Madinah)*, Jurnal Nizham, Vol. 8, No. 1, 2020, dalam <https://e-journal.metrouniv.ac.id>, diakses 10 November 2023.

<sup>3</sup> Andika Prianto dan M. Abrar Kasmin Hutagalung, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jamaah Umroh PT. Ikhwanul Ikhlas Wisata*, Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative, Vol. 2 No. 1, 2021, dalam <https://e-journal.potensi-utama.ac.id>, diakses 10 November 2023.

<sup>4</sup> Holfian Daulat Tambun dan Euodia Grace Maranatha, *Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Astragraphia Medan*, Jurnal Manajemen, Vol 6 Nomor 1, 2020, dalam <https://ejournal.lmiimedan.net/index.php>, diakses 12 November 2023.

harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Oleh karena itu, perusahaan *travel* umrah perlu merancang serta meningkatkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat calon jamaah. Strategi ini dapat membantu biro perjalanan untuk membedakan dirinya dari pesaing dan memberikan layanan yang lebih baik kepada calon pelanggan.

Menunaikan ibadah haji dan umrah dengan baik dan sempurna merupakan dambaan setiap umat Islam. Untuk mewujudkannya, dibutuhkan pelayanan khusus dan bimbingan yang mumpuni dalam prosesnya. Di sinilah peran penting perusahaan *travel* umrah maupun haji seperti El Hakim *tour and travel* Umrah. Dengan pengalaman dan keahliannya, El Hakim *tour and travel* Umrah siap membantu jamaah dalam melaksanakan ibadahnya dengan mudah, nyaman, dan bermakna. El Hakim *tour and travel* Umrah merupakan sebuah *travel* dibawah naungan PT Al Hakim Lina Jaya berdiri untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah yang lengkap dan praktis. Layanan-layanan tersebut meliputi pemesanan tiket pesawat, hotel, transportasi, visa dan asuransi perjalanan. Industri jasa pariwisata memiliki potensi yang besar untuk berkembang karena kebutuhan masyarakat akan liburan atau perjalanan semakin meningkat.

Dalam menjalankan bisnisnya El Hakim *tour and travel* Umrah dihadapkan dengan berbagai tantangan dalam upaya memasarkan produk dan layanannya. Salah satu tantangannya adalah kurangnya penggunaan platform digital dalam menarik minat calon jamaah. Di era digital ini, pemanfaatan platform digital telah menjadi kunci utama bagi berbagai bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas

dan menarik minat konsumen. Namun, dalam menjalankan bisnisnya, El Hakim *Tour and Travel* Umrah masih dihadapkan dengan tantangan dalam mengoptimalkan platform digital untuk memasarkan produk dan layanannya. Kurangnya penggunaan platform digital oleh El Hakim *Tour and Travel* Umrah dapat menghambat upaya mereka dalam menarik minat calon jamaah. Hal ini dikarenakan saat ini, banyak calon jamaah yang mengandalkan internet dan media sosial untuk mencari informasi dan memesan paket perjalanan haji dan umrah.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh El Hakim *Tour and Travel* Umrah saat dulu hingga sekarang adalah melakukan sosialisasi di berbagai tempat seperti, mendatangi kajian di majelis ta'lim, pondok pesantren, maupun yayasan. Di era persaingan yang semakin ketat, strategi pemasaran menjadi kunci terpenting bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan daya tarik calon jamaah dalam mencapai kesuksesan. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu perusahaan untuk menjangkau target pasar serta meningkatkan jumlah jamaah. Berikut jumlah jamaah tahun 2022-2023 yang sudah menggunakan biro perjalanan El Hakim *Tour and Travel* Umrah.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Jamaah Umrah Tahun 2022-2023**  
**El Hakim *Tour and Travel* PT Al Hakim Lina Jaya Tulungagung**

No.	Tahun	Jumlah Jamaah Umrah
1.	2022	1007
2.	2023	549

*Sumber* El Hakim *Tour and Travel* PT Al Hakim Lina Jaya Tulungagung

Pada tahun 2022 jumlah jamaah terbilang cukup tinggi, namun di tahun 2023 terjadi penurunan yang signifikan. Hal ini terjadi dikarenakan permintaan jamaah yang berangkat di tahun 2022 meningkat setelah ditutupnya ibadah umrah dikarenakan Covid-19 yang melanda diseluruh dunia. Anggapan bahwa jamaah menurun di tahun 2023 ternyata keliru. Pada kenyataannya, jumlah jamaah di tahun 2022 mengalami peningkatan yang signifikan. Perkembangan keberangkatan jamaah umrah El Hakim *tour and travel* umrah di awal tahun 2024 menunjukkan hasil yang positif, dengan total 300 jamaah yang telah diberangkatkan sejak Januari hingga Juni. Angka ini menunjukkan antusiasme masyarakat untuk menunaikan ibadah umrah di tengah pemulihan pasca pandemi.

Berdasarkan latar belakang tersebut tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah umrah adalah terkait dengan peningkatan keinginan masyarakat untuk menunaikan umrah. Peneliti tertarik mempelajari lebih lanjut untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan agar menarik minat calon jamaah lebih luas. Peneliti juga ingin mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan minat calon jamaah. Serta untuk mengetahui penyebab jumlah jamaah mengalami penurunan dan solusinya. Peneliti tertarik memilih tempat penelitian ini dikarenakan belum adanya penelitian sebelumnya serta ada beberapa topik permasalahan yang belum ada solusinya. Selain itu El Hakim *Tour and Travel* Umrah sudah memiliki izin yang resmi dari Kemenag, tempat atau lokasinya sangat strategis untuk dikunjungi, memiliki harga produk yang jelas dan bervariasi serta membantu jamaah dalam melakukan ibadah. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif. Maka peneliti

bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah di PT Al Hakim Lina Jaya Tulungagung**”.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka identifikasi masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Kurangnya pemanfaatan platform digital untuk menyampaikan informasi produk dan mendekati konsumen secara online.
2. Jumlah jamaah umrah mengalami penurunan pada tahun 2023 ke 2022.
3. Perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat calon jamaah.

### **C. Fokus Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana langkah-langkah strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah umrah pada *El Hakim Tour and Travel Umrah*?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah pada *El Hakim Tour and Travel Umrah*?
3. Bagaimana penyebab dan solusi jumlah jamaah mengalami penurunan pada *El Hakim Tour and Travel Umrah*?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan sebuah alasan yang mendasari mengapa suatu penelitian perlu dilakukan oleh peneliti berisi maksud dari fokus penelitian yang telah dipaparkan pada poin sebelumnya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan langkah-langkah strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah umrah pada El Hakim *Tour and Travel* Umrah.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah pada El Hakim *Tour and Travel* Umrah.
3. Untuk mendeskripsikan penyebab dan solusi jumlah jamaah mengalami penurunan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Mengacu dari tujuan penelitian di atas, diharapkan hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan manfaat dan kegunaan, baik secara teoritis maupun praktis. Berikut kegunaan penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan dapat dijadikan referensi berhubungan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah. Jadi peneliti selanjutnya dapat melaksanakan proses perbandingan dan pengecekan tentang kemajuan ilmu di bidang pariwisata.

## 2. Secara Praktis

### a) Bagi Lembaga atau Instansi Terkait

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan atau informasi terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah.

### b) Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah koleksi penelitian ilmiah khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah.

### a) Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan rujukan atau bahan referensi bagi peneliti selanjutnya pada waktu yang akan datang khususnya mahasiswa jurusan pariwisata syariah.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Definisi Konseptual

#### a) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan suatu perencanaan yang dirancang secara sistematis dan terintegrasi dengan matang. Perencanaan ini melibatkan berbagai aktivitas yang saling berkaitan dan mampu memengaruhi proses pemasaran produk atau jasa pada pasar tertentu.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Shafa Assylla Fachruddin, *Perancangan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode TOPSIS*, Jurnal Riset Teknik Industri, Vol. 2 No. 2, 2022, dalam <https://journals.unisba.ac.id/>, diakses 21 November 2023.



b) Meningkatkan

Meningkatkan dan peningkatan sama-sama berasal dari kata tingkat yang memiliki makna yang sama. Meningkatkan adalah menaikkan seperti derajat, taraf, serta mempertinggi, memperhebat, dan sebagainya. Meningkatkan dapat diartikan dengan suatu usaha untuk menaikkan sesuatu dari yang lebih rendah ke yang lebih tinggi atau ketinggian yang lebih sempurna.<sup>6</sup>

c) Minat

Minat adalah kecenderungan suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada diri sendiri terhadap suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Meskipun minat berasal dari faktor eksternal, dapat berkembang menjadi minat yang intrinsik dan mendorong seseorang untuk terus belajar dan perkembangan dalam bidang tersebut.<sup>7</sup>

d) Jamaah

Pengertian jamaah adalah kumpulan atau rombongan yang melakukan ibadah. Jamaah bukan hanya sekelompok orang yang berkumpul, tetapi juga memiliki aspek kuantitas, struktur, pertumbuhan, persebaran, mobilitas, penyebaran, kualitas, dan kondisi kesejahteraan dalam konteks politik, ekonomi, dan sosial budaya agama Islam.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Ari Wibowo Sembiring, dkk, *Peningkatan Mutu Pembelajaran Yayasan Pendidikan Ibnu Halim*, Jurnal of Education and Social Analysis, Vol. 2 No 3, 2021, dalam <https://www.pusdikra-publishing.com/index.php>, diakses 11 Juni 2024

<sup>7</sup> Leo Charli, dkk, *Hubungan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Fisika*, Science and Phsics Education Journal, Vol. 2 No. 2, 2019, dalam <https://journal.ipm2kpe.or.id/>, diakses 21 November 2023.

<sup>8</sup> Amri Kohar, dkk, *Perancangan Sistem Pengolahan Data Jamaah Haji Dan Umroh Pada PT. Dream Tours And Travel*, Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi, Vol. 3 No. 3, 2020, dalam <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/>, diakses 12 Juni 2024.

e) Umrah

Umrah merupakan perjalanan spiritual bagi umat manusia yang beragama Islam, dengan berziarah ke tempat-tempat suci di Mekkah. Umroh adalah ibadah bagi umat Islam yang dilakukan di tanah suci dengan rangkaian kegiatan seperti tawaf, sa'i, dan mencukur rambut.<sup>9</sup>

2. Definisi Operasional

Secara operasional dari judul penelitian “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah di PT Al Hakim Lina Jaya” peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh El Hakim *Tour and Travel* Umrah. PT Al Hakim Lina Jaya Tulungagung guna meningkatkan jumlah pendaftar umrah di perusahaan tersebut.

## G. Sistematika Pembahasan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi dapat diartikan sebagai runtutan penulisan skripsi yang dibuat oleh peneliti mulai dari awal hingga akhir. Tujuan dari sistematika penulisan ini yaitu memberikan kemudahan bagi pembaca untuk mengetahui dan memahami fokus penelitian yang dipaparkan dalam penelitian ini. Adapun sistematika penulisan skripsi dengan metode penelitian kualitatif terbagi menjadi tiga bagian utama yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Berikut penjabaran dari tiga bagian utama tersebut, yaitu:

---

<sup>9</sup> Annas Solikhan, *Strategi Pemasaran Progam Umrah Sebagai Upaya Peningkatan Jumlah Jamaah Umrah Pada PT JGRUP Amanah Wisata Kabupaten Cilacap*, Jurnal Ilmu Sosial, Vol. 3 No. 1, 2023, dalam <http://www.journal.stiamadani.ac.id/>, diakses 21 November 2024.

## **1. Bagian Awal**

Pada bagian awal ini terdiri dari halaman sampul depan, sampul dalam, persetujuan pembimbing, pengesahan penguji, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, tabel, bagan, gambar, lampiran, dan abstrak.

## **2. Bagian Utama**

Bagian utama merupakan bagian inti dari penelitian yang terdiri dari beberapa sub bab. Pada bagian ini terdapat enam komponen yang dijabarkan sebagai berikut:

### **a) BAB I: PENDAHULUAN**

Pendahuluan merupakan pemaparan dari masalah atau yang melandasi penelitian ini dilaksanakan yaitu mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah umrah. Pada bab ini terdiri dari konteks penelitian, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan masalah, manfaat penelitian yang diklasifikasikan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian yang dilakukan, penegasan istilah yang terbagi menjadi definisi konseptual dan definisi operasional, dan sistematika penulisan skripsi.

### **b) BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi mengenai uraian teori-teori yang dipakai dalam penelitian, pemikiran para ahli, tinjauan pustaka atau buku-buku, serta penelitin terdahulu yang berkaitan dengan penelitian. Dalam bab ini

terdiri dari tiga sub bab yaitu landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

c) **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian secara maksimal yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

d) **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai pemaparan data yang disajikan sesuai dengan topik dalam pertanyaan-pertanyaan dalam konteks penelitian dan hasil analisis data. Data yang diperoleh tersebut dapat melalui observasi (kesesuaian kejadian di lapangan) atau hasil wawancara (informasi yang diperoleh dari informan), serta diskripsi informasi lainnya yang didapatkan peneliti melalui proses pengumpulan data sebagaimana tersebut di atas.

e) **BAB V: PEMBAHASAN**

Bab ini memuat pembahasan mengenai keterkaitan antara teori-teori yang disajikan pada bab sebelumnya dengan teori yang ditemukan di lapangan berdasarkan hasil penelitian.

f) **BAB VI: PENUTUP**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran atau rekomendasi ditujukan untuk penelitian berikutnya dan kebijakan tertentu sesuai dengan fokus penelitian.

**3. Bagian akhir**

Dalam bagian ini memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.