

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis travel haji dan umrah masih banyak dilirik kalangan travel agen di Indonesia. Selain menguntungkan, bisnis haji dan umrah juga tidak pernah sepi peminat karena hampir semua masyarakat muslim Indonesia ingin pergi ke Mekkah. Koordinator Pengembangan Usaha Asosiasi Perjalanan Wisata Indonesia (Asita) Jakarta Pauline Suharno menuturkan, bahwa berkecimpung di dunia bisnis travel haji dan umrah memang menyenangkan. Tak hanya keuntungan yang didapat, bisnis ini juga ikut membantu kaum muslim untuk menggapai cita-citanya menyentuh Ka'bah.

Dalam bisnis travel umrah walaupun *margin profitnya* kecil hanya 3-5%, namun bisnis ini selalu ramai peminat dan bisa dilakukan setiap bulan. *Margin profitnya* sekitar 3-5% selebihnya dari *service fee*. Setiap bulannya banyak yang berangkat dan segmentasi pasarnya sudah jelas di bisnis travel umrah (Hatim, 2018).

Jamaah umrah Indonesia merupakan salah satu yang terbesar di dunia. Menurut Kementerian Haji dan Umrah Arab Saudi, jumlah visa umrah yang telah dikeluarkan untuk Indonesia pada 2016 mencapai 699,6 ribu jemaah, meningkat 7,2 persen dari tahun sebelumnya. Angka ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah jemaah umrah terbesar ketiga di dunia. (kemenag.go.id, 2018).

Direktur Jenderal Penyelenggaraan Haji Umrah Kementerian Agama (Kemenag) Abdul Djamil (2016), Ia menjelaskan bahwa ada sejumlah alasan peningkatan tersebut. Di antaranya adanya peningkatan biro perjalanan umrah ke tanah suci. Selain itu, juga adanya kebijakan dari pemerintah Arab Saudi dalam meningkatkan sektor pariwisata, terutama dari sektor haji dan umrah.

Namun demikian, saat ini banyak fenomena terjadi berkaitan dengan bisnis travel umrah di antaranya banyaknya penipuan terjadi dengan berbagai motif seperti strategi pemasaran yang bermasalah, skema ponzi yang dilakukan oleh perusahaan serta harga umrah yang ditawarkan perusahaan di bawah standar yang

Salim Abdullah, 2019

IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA PERJALANAN IBADAH UMRAH (PT. ZAHARA TOUR MUTIARA BAKKAH DEPOK)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ditentukan pemerintah. Berikut adalah beberapa perusahaan travel umrah yang bermasalah di Indonesia :

*Tabel 1. 1 Data 10 Perusahaan Travel Haji dan Umrah yang bermasalah*

| No  | Perusahaan                          | Asal Daerah     |
|-----|-------------------------------------|-----------------|
| 1.  | PT. Mediaternia Travel              | Jakarta Selatan |
| 2.  | PT. Mustaqbal Lima                  | Cirebon         |
| 3.  | PT. Ronalditya                      | Jakarta Selatan |
| 4.  | PT. Kopindo Wisata                  | Jakarta Selatan |
| 5.  | PT. Catur Daya Utama                | Batam           |
| 6.  | PT. Huli Saqdah                     | Jakarta Pusat   |
| 7.  | PT. Timur Sarana Tour dan Travel    | Bandung         |
| 8.  | PT. Solusi Balad Lumpah (SBL)       | Bandung         |
| 9.  | PT. First Anugerah Karya Wisata     | Jakarta Selatan |
| 10. | PT. Amanah Bersama Ummat (Abu Tour) | Depok           |

*Sumber : jateng.tribunnews.com*

Direktur Bina Umrah dan Haji Khusus Ditjen Penyelenggaraan Haji dan Umrah M Arfi Hatim mengatakan permasalahan travel umrah nakal kembali mencuat akhir-akhir ini setelah ribuan jamaah umrah tertunda keberangkatannya sehingga memunculkan kekhawatiran masyarakat. Salah satu penyelenggara ibadah umrah yang gagal memberangkatkan jamaahnya, yaitu PT Amanah Bersama Ummat (Abu Tour) dan PT Solusi Balad Lumpah (SBL) (Hatim, 2018). Masalah ini salah satunya disebabkan pihak jasa perjalanan umrah yang bermasalah tidak menerapkan karakteristik pemasaran syariah yang etis (*akhlaqiyyah*) yaitu mengedepankan masalah akhlak (moral dan etika) dalam prinsip pemasaran mereka.

Masalah-masalah tersebut terjadi juga diduga karena faktor pemasaran bombastis yang membuat orang tertarik dengan harga murah yang ditawarkan perusahaan travel umrah tersebut. Seperti yang terjadi pada kasus PT. First Anugerah Karya Wisata (First Travel) tahun 2017 yang menawarkan harga paket umrah sebesar Rp 14.300.000 per orang sedangkan biaya standar minimal yang di tetapkan Kementerian Agama sebesar Rp 20.000.000 per orang. Dikutip dari Tempo.co, First Travel menggunakan uang calon jemaah yang mendaftar belakangan untuk menutup kekurangan biaya sekitar 28 ribu anggota jemaah umrah yang mendaftar lebih awal. Sebagian besar uang setoran calon jemaah, menurut jaksa, juga dipakai

Salim Abdullah, 2019

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA PERJALANAN IBADAH UMRAH (PT. ZAHARA TOUR MUTIARA BAKKAH DEPOK)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pimpinan First Travel untuk berbagai kepentingan pribadi mereka. Akibatnya, 63.310 calon anggota jemaah umrah gagal berangkat. Total kerugian jemaah First Travel sekitar Rp 905 miliar.

Islam memandang pemasaran tidak boleh berbohong dan berlebih-lebihan mempromosikan yang tidak sesuai dengan realita. Dalam perspektif Islam, Pemasaran syariah (*marketing syariah*) adalah bentuk pemasaran yang berlandaskan pada hukum Islam, pada peraturan-peraturan Islam, serta tidak bertentangan dengan peraturan tersebut. Karakteristik pemasaran syariah bersifat religius, etis (*akhlaqiyyah*), realistis (*al-waqi'yaah*), dan humanistik (*insaniyyah*) (Khaerul, 2013). Dalam perspektif syariah memandang pemasaran merupakan sektor pemenuhan kebutuhan yang diperbolehkan dengan syarat dilakukan dengan cara yang haq yang jauh dari kebathilan dan kezholiman. Allah Subhanahu Wataalla berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-nisa : 29)

Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau penggantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Tindakan memperoleh harta secara batil, misalnya mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan lain sebagainya. (Jalal Ad-din Al-mahalli, 2011).

**Tabel 1. 2**  
**Perbedaan Dasar Permasaran Konvensional dan Syariah**

| No. | Aspek         | Pemasaran Konvensional  | Pemasaran Syariah            |
|-----|---------------|-------------------------|------------------------------|
| 1   | Konsep pasar  | bebas nilai             | berlandaskan syariat Islam   |
| 2   | Etika pemasar | menggunakan segala cara | menghindari cara yang bathil |

|   |                               |                          |                                  |
|---|-------------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 3 | Pendekatan terhadap konsumen  | konsumen sebagai objek   | konsumen sebagai mitra seajar    |
| 4 | Cara pandang terhadap pesaing | pesaing sebagai halangan | Pesaing sebagai mitra perusahaan |

sumber: (Abuznaid, 2012)

Penyelenggaraan ibadah umrah harus direncanakan dan dilaksanakan dengan cermat, hal ini berkaitan dengan kebijakan penyelenggaraan ibadah umrah yang didasarkan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 1999 tentang penyelenggaraan ibadah umrah yang diisyaratkan dengan tiga hal yang harus diupayakan secara konsisten oleh biro penyelenggara ibadah umrah, yaitu ; pertama, pembinaan yang mencakup bimbingan, penyuluhan dan penerangan. Kedua, pelayanan yang terdiri dari pelayanan administrasi, transportasi, kesehatan, akomodasi dan sebagainya. Ketiga, perlindungan yang meliputi keselamatan, keamanan dari pihak yang merugikan jama'ah umrah (Ala, 2016). Biro-biro jasa penyelenggaraan umrah menjadikan hal tersebut sebagai peluang untuk menawarkan pelayanan dan fasilitas yang terbaik demi kenyamanan ibadah umrah termasuk salah satunya Biro penyelenggara ibadah haji dan umrah PT. Zahara Mutiara Bakkah.

Dalam praktiknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang berbentuk jasa diperlukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang. Kotler menyebutkan konsep pemasaran (marketing mix) terdiri dari empat P (4P), yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) (Al Muddatstsir, 2017). Sedangkan Boom dan Bitner menambah dalam bisnis jasa, bauran pemasaran di samping 4P seperti yang dikemukakan di atas, ada tambahan dengan 3P, yaitu : *People* (orang), *Physical evidence* (bukti fisik), *Process* (proses) (Kasmir, 2010).

PT. Zahara Mutiara Bakkah merupakan sebuah perusahaan bisnis yang bergerak di bidang jasa pelayanan Haji dan umrah. PT. Zahara Mutiara Bakkah ini cukup menarik karena sudah mendapatkan ratusan jama'ah untuk beribadah umrah padahal perusahaan ini baru dibangun pada tahun 2017 (zaharatour, 2018).

Produk yang ditawarkan oleh Zahara Tour adalah paket umrah dan haji yang terbagi menjadi empat jenis dan terdapat paket wisata muslim. Paket pertama adalah umrah fenomenal selama 9 hari dengan keberangkatan pada bulan Oktober, November dan Desember tahun 2018. Paket kedua adalah umrah fantastis Turki selama 10 hari. Paket ketiga sama dengan paket umrah fantastis Turki dengan perbedaan waktu yang lebih lama yaitu selama 12 hari. Selanjutnya terdapat paket haji plus 2018. Paket terakhir yaitu wisata muslim Aqsha Jordan Mesir selama 10 hari. Produk jasa perjalanan umrah Zahara Tour belum ada paket umrah khusus bulan Ramadhan sedangkan di travel lain seperti PT. Al Madinah Mutiara Sunnah Sidoarjo menyediakan paket umrah Ramadhan Backpacker selama 13 hari dari tanggal 19 Ramadhan sampai 3 Syawal.

Harga yang ditawarkan oleh Zahara Tour beragam tergantung dari setiap paket yang dipilih. Paket pertama, umrah fenomenal biayanya sebesar Rp. 19.999.000/ orang. Paket kedua, umrah plus Turki 10 hari biayanya sebesar 21.999.000/ orang. Paket ketiga, umrah plus Turki 12 hari biayanya sebesar 28.999.000/ orang. Paket keempat, Haji plus 2018 biayanya sebesar Rp. 199.986.866 (dengan kurs *dollar* Rp. 14.285). Selanjutnya paket wisata muslim Aqsha Jordan Mesir biayanya sebesar Rp. 26.999.000. Sedangkan pada jasa perjalanan umrah lainnya seperti PT. Al Madinah Mutiara Sunnah menawarkan paket umrah yang lebih hemat sebesar Rp. 23.000.000 untuk paket backpacker Ramadhan selama 13 hari.

Alat promosi yang digunakan Zahara Tour salah satunya adalah web dengan nama zaharatour.com yang digunakan untuk menawarkan paket-paket umrah sehingga dapat menjangkau masyarakat luas, lalu terdapat promo “1 Voucher Umroh GRATIS !” spesial pada bulan November 2018 bersama 4 sekawan dengan syarat 1 pendaftar, 1 KTP, 1 No WA dan mendaftarkan diri ke *customer service* zahara tour yang tertera pada websitenya.

Orang-orang yang terlibat dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umrah melalui Zahara Tour adalah orang-orang yang berpengalaman serta kompeten dalam bidangnya masing-masing sesuai dengan keahliannya. Zahara Tour memiliki tujuh *customer service online* yang dengan cepat melayani calon jama'ah umrah yang ingin mengetahui paket yang ditawarkan. Sistem manajemen kerja dan keuangan yang rapi sehingga biaya operasional lebih hemat serta *Muthawwif*, *Local Guide* dan *Tour Leader* yang berpengalaman menjadi salah satu yang diandalkan oleh Zahara Tour.

Zahara Tour berdiri pada tahun 2017 ini berlokasi di Jl. Margonda Raya No. 274, Kemiri Muka Beji, Kota Depok, Jawa Barat. Lokasi kantor Zahara Tour dekat rumah makan SS yang mudah ditemukan dan akses menuju lokasi mudah dijangkau. Perlengkapan haji dan

Salim Abdullah, 2019

**IMPLEMENTASI MARKETING MIX SYARIAH PADA JASA PERJALANAN IBADAH UMRAH (PT. ZAHARA TOUR MUTIARA BAKKAH DEPOK)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

umrah yang disediakan Zahara Tour yaitu koper, mukena/kain ihram, gamis/koko, sabuk ihram, buku do'a, buku panduan haji/umrah, *ID Card*, Porter di Makkah dan Madinah, *Launge* bandara dan *airport tax*, air zam-zam 5 L per orang dan *Muthawwif*, *local guide* dan *tour leader*.

Penulis memilih Zahara Tour sebagai objek penelitian karena travel tersebut berdiri pada tahun 2017 tetapi sudah mendapatkan 500 jamaah pada tahun pertamanya.

Berkenaan dengan fenomena tersebut dan didukung dengan berbagai teori. Penulis tertarik mengkaji masalah ini dengan judul **“Implementasi *Marketing Mix* Syariah pada Jasa Perjalanan Ibadah Umrah (Studi Kasus pada PT. Zahara Mutiara Bakkah Depok)”**

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Perang harga antar Penyelenggara Pemberangkatan Ibadah Umrah (PPIU) yang seringkali tidak terkontrol (Hatim, 2018).
2. Masih banyak travel umrah yang melakukan penipuan dalam strategi pemasarannya (Hatim,2018).
3. Dunia pemasaran sering diidentikan dengan dunia yang penuh janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan (Huda,2017).

## **1.3 Rumusan Masalah Penelitian**

Adapun masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagaimana implementasi marketing mix syariah jasa perjalanan haji dan umrah pada PT. Zahara Mutiara Bakkah ?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut penulis ingin meneliti tentang implementasi marketing mix syariah jasa perjalanan haji dan umrah pada PT. Zahara Mutiara Bakkah sehingga dapat merumuskan hasil dan saran mengenai pemasaran yang dilakukan pada perusahaan tersebut.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai dari pembahasan ini yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Sebagai kontribusi referensi mengenai ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran khususnya dalam marketing syariah, baik untuk mahasiswa dan kalangan umum yang membutuhkannya.

## 2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dapat membantu perusahaan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan jasa ibadah haji dan umrah PT. Zahara Tour Mutiara Bakkah di kemudian hari.