

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Haji dan umroh pada hakekatnya merupakan aktivitas suci yang pelaksanaannya diwajibkan oleh Allah SWT kepada seluruh umat Islam yang telah mempunyai kemampuan. Disebut aktivitas suci karena seluruh rangkaian kegiatannya adalah ibadah. Haji dan umrah juga disebut sebagai ibadah puncak yang melambungkan ketaatan serta penyerahan diri secara total kepada Allah baik secara fisik material maupun spiritual. Haji dan umroh merupakan kegiatan berkunjung *Baitullah*, untuk mengerjakan ibadah haji dan umroh dengan cara, tempat, waktu, atau masa tertentu. Maksud dari cara tertentu tersebut adalah *ihram, wukuf di arafah, thawaf ifadhah* dan *sa'i* (Depag RI, 2010: 3).

Haji dan umroh dalam hal ini telah menjadi suatu fenomena yang menarik untuk dicermati, yakni apakah ibadah haji dan umroh bagi muslim Indonesia merupakan kebutuhan primer atau bukan, mengingat Indonesia merupakan mayoritas muslim terbesar didunia, sedangkan ibadah haji dan umrah merupakan ibadah yang wajib ditunaikan oleh setiap muslim yang mampu hanya sekali seumur hidupnya, namun tetap saja haji dan umroh menjadi idaman setiap muslim sehingga jumlah jamaah haji dan umroh tetap ada bahkan semakin bertambah. Bagi masyarakat Arab Saudi, haji dan umroh mungkin di anggap sebagai ibadah yang biasa saja. Namun sebagian besar kaum muslimin yang tinggal diluar

wilayah ArabSaudi apalagi di negara-negara yang jauh, haji dan umroh jelas merupakan ibadah yang istimewa. Tidak hanya kesiapan mental spiritual, haji dan umroh bagi penduduk yang jauh dari ArabSaudi juga membutuhkan kesehatan fisik.

Kegiatan-kegiatan dalam penyelenggaraan haji dan umroh tersebut dilaksanakan oleh dan lembaga-lembaga lainnya yang ada kaitannya dengan penyelenggaraan urusan haji dan umroh dengan cara koordinasi interdepartemental yang dalam hal ini Menteri Agama bertindak sebagai penanggung jawab.

Perusahaan travel haji dan umroh kian marak khususnya di Indonesia. Perkembangan perusahaan travel haji dan umroh di Indonesia telah mengalami kemajuan pesat. Hal ini disebabkan karena di Indonesia didominasi oleh kaum Muslim maka minat jamaah umroh pun semakin tinggi. Dewasa ini banyak cara yang bisa ditempuh seorang muslim dalam mewujudkan cita-citanya untuk bisa melaksanakan ibadah haji atau umroh diantaranya dengan menabung di perusahaan travel haji dan umroh atau di bank.

Semakin banyak travel agen yang bermunculan baik travel agen baru atau cabang dari beberapa travel agen yang sudah besar dan terkenal dalam penyelenggara umroh maupun haji khusus. Di kota Pekanbaru sudah banyak berdiri beberapa perusahaan travel haji dan umroh. Perusahaan travel di Riau yang memiliki izin dan resmi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1: Perusahaan Travel Haji dan Umroh yang Memiliki Izin dan Resmi**

Perusahaan yang Memiliki Izin di Riau dan Resmi Travel Bisa Selenggarakan Haji dan Umroh	Perusahaan yang Memiliki Izin di Riau dan Resmi Travel Hanya Boleh Selenggarakan Umroh
<ul style="list-style-type: none"> <li>• PT. Muhibbah Mulya Wisata Tour</li> <li>• PT. Pandi Kencana Murni</li> <li>• PT. Sela Ekspresess Tour</li> <li>• PT. Masindo Buana Wisata</li> <li>• PT. Silver Silk Tour</li> <li>• PT. Konomas Arci Wisata</li> <li>• PT. Nadwa Mulya Utama</li> <li>• PT. Hidayah Safir</li> <li>• PT. Al Kalijaya Mega</li> <li>• PT. Nur Ramadhan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PT. Labaika Tour</li> <li>• Musyafir Tour</li> <li>• PDA Tigi Maaya</li> <li>• PT. Talbiyah Bina Seksama</li> <li>• PT. Arminareka Perdana</li> <li>• PT. Krakatau Cita Indonesia</li> <li>• Net Tour GroupPT. Zulyan Kasa Indo</li> <li>• PT. Riau Wisata Hati</li> <li>• PT. Nusa Tour and Travel</li> <li>• PT. Alfi Tour</li> <li>• PT. Samara Barokah Wisata</li> <li>• PT. Al Badriyah Wisata</li> <li>• PT. Pesona Mozaik</li> <li>• PT. Mega Laena Persada</li> <li>• PT. Patuna Mekar Jaya</li> <li>• Madania</li> <li>• PT. Assalam Mulya Haromain</li> <li>• PT. Gaido Travel and Tour</li> <li>• PT. Safa Insan Armani</li> <li>• PT. Kip Tour and Travel (Kallam Imran Farouk)</li> <li>• PT. Marco Tour and Travel</li> </ul>

Sumber: Tribun Pekanbaru 28 Februari 2017

Perusahaan biro perjalanan haji dan umroh yang sekarang ini tetap eksis dan setia melayani jamaahnya ditengah ketatnya persaingan, diantaranya adalah Biro Perjalanan haji dan umroh PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pemberangkat haji dan umroh. PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru telah berdiri diPekanbaru sejak tahun 2014 dan telah banyak memberangkatkan jamaah umroh disetiap tahunnya.

Berikut jumlah jamaah umroh tiga tahun terakhir pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru dapat dilihat pada tabel dibawah ini

**Tabel 2: Data Jumlah Jamaah Umroh PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru**

No	Tahun	Jumlah Jamaah Umrah
1	2014	165 Orang
2	2015	997 Orang
3	2016	2.474 Orang
<b>Jumlah</b>		<b>3.636 Orang</b>

Sumber Data: Data Olahan PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat terjadi peningkatan jumlah jamaah yang sangat tinggi disetiap tahunnya. Dimana ditahun pertama keberangkatan jamaah umroh berjumlah 165, ditahun 2015 jumlah jamaah berangkat umroh 997, dan ditahun 2016 jumlah jamaah yang berangkat umroh sebanyak 2.474 .

Banyaknya jumlah jamaah haji dan umroh dalam suatu biro haji dan umroh pun menjadi faktor yang sangat penting, maka untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan promosi yang dapat meningkatkan jumlah jamaahnya. Promosi yang berhasil adalah kegiatan yang mampu menggugah naluri ingin memiliki sesuatu produk tertentu. Dengan adanya promosi yang sesuai dengan minat para jamaah haji dan umroh, tentu akan tercipta pencitraan yang hebat, dimana jamaah akan merasa puas terhadap pelayanan juga fasilitas yang dipromosikan oleh biro perjalanan haji dan umroh. Dengan demikian, para jamaah haji dan umroh akan selalu percaya pada biro perjalanan haji dan umroh tersebut, bahkan para jamaah haji dan umroh pun tak segan-segan untuk mempromosikan kepada orang lain.

Bagian promosi dalam bauran pemasaran melibatkan pemberitahuan kepada pelanggan target bahwa produk yang tepat tersedia ditempat dan pada harga yang tepat. Promosi juga harus sesuai dengan variabel-variabel lainnya dalam bauran pemasaran serta menegaskan diferensiasi dan pemosisian strategi tersebut Fandy Tjiptono (2008: 221).

Dari semua aspek bauran promosi PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru sudah melakukannya dalam mempromosikan PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru. Adapun promosi yang sudah dan yang sedang dilakukan PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Melalui jamaah-jamaah yang telah berangkat dengan memasukan informasi kepada mereka untuk disampaikan kepada orang-orang lingkungannya.  
(*Personal Selling*)
2. Pendekatan melalui seminar-seminar dengan calon jamaah. (*Public Relation*)
3. Pembinaan satu kali semiunggu dengan mitra-mitra kerja. (*Personal Selling*)
4. Menempel kan brosur-brosur disekitar tempat lingkungan (*Advertising*)
5. Memasang baliho tentang prestasi PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru(*Advertising*)
6. Sosialisasi diluar daerah (*Public Relation*)
7. Website resmi PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru (*Internet Markting*)

Adapun sistem promosi yang akan dilakukan oleh PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru dalam perencanaan selanjutnya untuk mengajak calon jamaah adalah sebagai berikut:

1. Seminar UKB (Umroh dan kaya berkah)(*Public Relation*)
2. PK (Pengembangan Kemitraan)(*Public Relation*)
3. MDR (Mengejar Dikejar *Reward*)(*Sales Promotion*)
4. PPE (Pelatihan Presentasi Efektif)(*Personal Selling*)
5. PPR (Pelatihan Percepatan *Reward*)(*Personal Selling*)
6. PKK (Pelatihan Keberuntungan dan Kesuksesan)(*Personal Selling*)
7. Seminar Akbar (Siyar Akbar Baitullah)(*Public Relation*)
8. Milad Arminareka(*Public Relation*)
9. Perluasan titik seminar dari yang sebelumnya hanya ada tiga tempat rutin menjadi 23 titik rutin tempat seminar yang akan dilaksanakan(*Public Relation*).
10. Memberikan pelatihan pada *tour leader* satu kali seminggu(*Personal Selling*)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat terjadi peningkatan jumlah jamaah dari tahun ketahun. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berdasarkan latar belakang diatas yang dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Umroh Pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru “**

## **B. Perumusan Masalah**

Setelah dilihat dari uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “ Bagaimana Pengaruh BauranPromosi Terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Umroh pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Umroh pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru.

## **D. Manfaat Penelitian**

Sedangkan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai sumbangan pemikiran atau masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan penerapan promosi dalam peningkatan jumlah jamaah.
2. Untuk menambah wawasan penulis dalam aspek promosi terhadap peningkatan jumlah jamaah.

## **E. Sistmatika Penulisan**

Untuk lebih mempermudah pembahasan dan penulisan pada penelitian ini, perlu ada sistematika penulisan yang diuraikan sebagai berikut:

**BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II: LANDASAN TEORITIS**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang pengertian promosi, tujuan promosi, kegiatan promosi, bauran promosi, promosi dalam perspektif Islam, pengertian jasa, karakteristik jasa, peningkatan, pengertian umroh, kedudukan umroh dalam Islam, hukum umroh.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan uji hipotesis.

**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang gambaran umum perusahaan, lokasi perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, deskripsi data, identitas responden, jenis kelamin, umur, pendidikan, hasil rekapitulasi angket, analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi sederhana, uji t, koefisien korelasi, koefisiensi determinasi, pembahasan.

## BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

