

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

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 melambangkan 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*.

Kegiatan-kegiatan dalam penyelenggaraan haji dan umroh tersebut dilaksanakan oleh 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.

Hal ini sangat terasa dalam dunia perjalanan atau wisata, lebih-lebih kalau orang mau bepergian ke luar negeri. Mempersiapkan keberangkatan ke luar negeri sangat banyak menyita waktu. Kita harus memperoleh informasi dan peraturan atau ketentuan berbagai negara dalam soal formalitas yang dibutuhkan, mengenai daftar keberangkatan/tibanya suatu pesawat udara dari suatu pelabuhan ke

pelabuhan lainnya, mengenai tarif pengangkutan lokal/hotel, mengenai dokumen perjalanan yang dibutuhkan seperti pasport, visa dan sebagainya (Alma, 2011: 350).

Akhir-akhir ini banyak perusahaan travel yang menawarkan produk umroh. Mereka bersaing dalam menawarkan produk tersebut agar masyarakat berminat memilih di perusahaan tersebut. Untuk itulah, perusahaan dituntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif serta efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak jamaah yang pada gilirannya nanti diharapkan berminat terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan melalui penerapan pemasaran.

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. Hal tersebut menjadi dasar pengembangan perusahaan biro perjalanan di Riau. Di Kota Pekanbaru sudah banyak berdiri beberapa perusahaan travel haji dan umroh.

Berikut ini daftar nama-nama travel untuk Haji Khusus di Riau yang Memiliki Izin Resmi dari Kementerian Agama (Kemenag) Provinsi Riau sebagai berikut:

**Tabel 1: Daftar Nama Travel untuk Haji Khusus di Riau yang Memiliki Izin Resmi dari Kementerian Agama (Kemenag) Provinsi Riau.**

No	Nama-Nama Perusahaan Travel Untuk Haji Khusus		
1	PT. Muhibah Mulia Wisata Tour	8	PT. Al-Kalidjaya Mega
2	PT. Pandi Kencana Murni	9	PT. Nur Ramadhan
3	PT. Sela Express Tour	10	PT. Labaika Tour
4	PT. Masindo Buana Wisata	11	PT. Siar Harmain Internasional Wisata
5	PT. Silver Silk Tour & Travel	12	PT. Gaindo Travel & Tour

6	PT. Konomas Arci Wisata	13	PT. Hidayah Safir Tour & Travel
7	PT. Nadwa Mulia Utama	14	_____

Sumber : *Kemenag Pekanbaru, Kamis, 19Oktober 2017*

Sedangkan di bawah ini nama-nama travel untuk umroh di Riau yang memiliki izin resmi dari Kementerian Agama (Kemenag) Provinsi Riau adalah sebagai berikut:

**Tabel 2: Daftar Nama Travel untuk Umroh di Riau yang Memiliki Izin Resmi dari Kementerian Agama (Kemenag) Provinsi Riau.**

No	Nama-Nama Perusahaan Travel Untuk Umroh		
1	PT. Krakatau Citrana Indonesia	13	PT. Intan Salsabila
2	PT. Riau Wisata Hati	14	PT. Bumi Minang Pertiwi
3	PT. Joe Pentha Wisata	15	PT. Mega Buana Laena Persada
4	PT. Azizah Anugrah Wisata	16	Musafir Tour
5	PT. Maharatau Perdana Mandiri	17	PDA Tiga Maaya
6	PT. Talbiah Bina Seksama	18	PT. Nusa Tour & Travel
7	PT. Arminareka Perdana	19	PT. Samara Barokah Wisata
8	PT. Nettor Grup	20	PT. Patuna Mekar Jasa
9	PT. Zulian Kasindo Tour & Travel	21	PT. Maco Tour & Travel
10	PT. Afi Tour	22	PT. Safa Insan Armaini
11	PT. Albradiyah Wisata	23	PT. Assalam Mulia Haromain
12	PT. Pesona Mozaik Tour & Travel	24	_____

Sumber : *Kemenag Pekanbaru, Kamis, 19Oktober 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. MuhibbahMuliaWisata Pekanbaru yang merupakan

sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pemberangkatan haji dan umroh, dimana sistem atau cara pemasarannya dilakukan melalui penyebaran brosur, pemasangan iklan di koran, media sosial facebook, televisi dan personal selling.

PT. MuhibbahMuliaWisatamerupakansebuahperusahaan yang bergerak di bidangjasa Tour dan Travelmelayanihaji, umroh, *tour out/inbound tour,ticketing*, pengurusan visa, passport, *hotel reservation*, dan pengiriman barang. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 17 April 2000 dan disahkan oleh Departemen Kehakiman Republik Indonesia pada tanggal 18 Mei 2001, sebagaiman ifestasi atas cita-cita, kreativitas dalam menyumbangkan tenaga, pikiran, dan pemberdayaan sumber daya manusia serta membantu tamu-tamu ke Baitullah. Seiring dengan persaingan bisnis dalam bidang jasa perjalanan Umroh & Haji Plus, maka diperlukan kinerja yang ideal, profesionalisme dan tanggung jawab penuh untuk dapat berkembang dan eksis dalam rangka memenuhi tuntutan keinginan pemakai jasa usaha PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru.

Konsep ibadah untuk membantu jamaah menuju baitullah merupakan konsep utama yang ditanamkan kepada seluruh karyawan Muhibbah, semoga dengan terjalannya konektifitas yang baik mendatangkan rahmad dan kesuksesan perusahaan PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru.

PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru berupaya menerapkan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dikelompokkan menjadi Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Layanan konsumen dan lingkungan fisik untuk mencapai pemasaran yang ditetapkan, sehingga penting untuk diketahui

pengaruh penerapan strategi pemasaran dilihat dari aspek Segmentasi Pasar, Target Pasar, Diferensiasi dan Posisi Pasar terhadap peningkatan jama'ah umroh.

PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru mempunyai berbagai produk diantaranya seperti haji, umroh, *tour out/inbound tour, ticketing*, pengurusan visa, passport, *hotel reservation*, dan pengiriman barang. Adapun Harga paket umroh yang ditawarkan oleh PT. Muhibbah Mulia Wisata yaitu untuk peket reguler selama 10 hari sekitar Rp. 22.532.000 sedangkan untuk paket VIP untuk 10 hari yaitu sekitar Rp. 26.98.000, harga sewaktu-waktu bisa berubah disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku.

Tempat mencerminkan kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk calon jamaah sasaran. Sebagian dari tugas distribusi adalah mamilih perantara yang akan digunakan dalam saluran distribusi yang secara fisik menangani dan mengangkat produk melalui saluran tersebut, maksudnya agar produk dapat mencapai pasar yang dituju tepat pada waktunya. Begitu juga dengan Muhibbah yang pastinya juga membutuhkan tempat atau lokasi yang tepat untuk memasarkan produknya.

Lokasi keberadaan PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru sangat strategis dan berada ditengah-tengah kota, yang memudahkan calon jamaah untuk menjangkau tempat tesebut dan juga dekat dengan kantor-kantor pemerintah. Perusahaan ini melakukan promosi melalui penyebaran brosur, pemasangan iklan di koran, media sosial facebook, dan bahkan melakukan promosi di televisi.

Penerapan bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah jamaah umroh, maka hal ini perlu diterapkan pada PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru.

Jumlah jamaah yang ada pada PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru dari tahun 2014-2016 mencapai kurang lebih 4. 305 jamaah.

Berdasarkan hasil pra survey pada PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru dapat dilihat perkembangan jumlah jamaahumroh dari tahun 2014-2016 pada tabel berikut:

**Tabel 1: Perkembangan Jumlah Jamaah Umroh dan Pendapatan dari Tahun 2014-2016**

NO	Tahun	Jumlah Jamaah	Pendapatan
1	2014	1.465 jamaah	836.463.914
2	2015	1.384 jamaah	861.623.719
3	2016	1.456 jamaah	836.436.813
<b>Jumlah</b>		<b>4.305 jamaah</b>	<b>2.534.524.446</b>

Sumber: PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru 2014-1016

Dari tabel 1 terlihat bahwa PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru mengalami fluktuasi jumlah jamaah umroh. Hal ini dapat terlihat dari jumlah jamaah umroh tahun 2014-2015 juga mengalami penurunan jumlah jamaah dan jumlah pendapatan, dari 1.465 jamaah menjadi 1.384 jamaah, serta jumlah pendapatan dari 836.463.914 menjadi 861.623.719, sedangkan pada tahun 2015-2016 terdapat peningkatan jumlah jamaah dari 1.384 menjadi 1.456 jamaah dan jumlah pendapatannya meningkat menjadi 836.436.813. Hal ini diduga karena kemampuan pihak manajemen perusahaan dalam memasarkan travel haji dan umroh PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru kepada masyarakat atau calon jamaah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bauran pemasaran PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru terhadap peningkatan jumlah jamaah umroh. Oleh karena itu, penulis

mengangkat persoalan ini dalam bentuk proposal penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Berumroh di PT.Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru”**.

### **B. Perumusan Masalah**

Setelah dilihat dari uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Umroh pada PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru?”**

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui **Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Berumroh pada PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru**”.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan, pertimbangan dan evaluasi bagi PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru dalam menerapkan bauran pemasaran sehingga dapat meningkatkan jumlah jamaah umroh di PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi mahasiswa serta peneliti lainnya yang berminat melakukan penelitian dengan topik yang sama

dan mengembangkan kemampuan berfikir dalam menganalisa suatu permasalahan serta menerapkan segala ilmu yang telah diperoleh.

3. Penelitian ini sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi 3 bab, yaitu :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Terdiri dari Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

##### **BAB II : LANDASAN TEORITIS**

Bab ini menjelaskan pengertian pemasaran, tujuan pemasaran, tingkatan pemasaran, bauran pemasaran, pengertian bauran pemasaran, unsur-unsur bauran pemasaran, pengertian pemasaran syariah, pengertian dan karakteristik dan klasifikasi jasa, kualitas jasa, dimensi kualitas jasa, pengertian umroh, dasar hukum umroh, syarat umroh, rukun umroh, Penelitian yang Relevan, variabel penelitian, Konsep Operasional, Kerangka Konseptual, Hipotesis Penelitian.

##### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Terdiri dari Jenis Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan

Data, Teknik Pengolahan Data, Teknik Analisis Data, Uji Validitas dan reliabilitas, Analisis Regresi Sederhana.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Terdiri dari Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Penyajian dan Analisis Data.

#### **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi Kesimpulan dan Saran.

