

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Hasil Penelitian

1. Profil PT. An-Nur Maarif Kota Parepare
 - a. Sejarah

PT. An-Nur Maarif didirikan pada tahun 2003 dan mendapatkan izin resmi sebagai penyelenggara Umrah dan Haji khusus, izin umrah nomor 284/2017 dan izin Haji khusus nomor 522/2017. Sebagai perusahaan swasta yang menawarkan biro perjalanan haji dan umrah, Saat ini PT.An-Nur Maarif berpusat di Jl. Ganggawa No.7B Pangkajene Kab.Sidrap dan memiliki 11 kantor cabang di beberapa kota yaitu kantor cabang Jakarta yang terletak di Jl. Taruna Pulo Asem Utara No. 18A gadung Kota Jakarta Timur, kantor cabang yang terletak di Jl. Nasional No. 99 SP Rundeng Maulabo Aceh Barat, kantor cabang Bogor yang terletak di Ruko limus pratama regency Jl. Raya Nagorong Blok E No. 3 Cileungsi Bogor, kantor cabang yang terletak di Jl. K.H Ahmad Dahlan No. 88 Komp. Pasar gubah di Palembang, kantor cabang Makassar yang terletak di JL.Perintis Kemerdekaan KM.17 Ruko Sudiang Indah No. 1 Kota Makassar, Kantor cabang Parepare Jl. Jend. Sudirman, Ruko Andalusia No.1 Kota Pare-pare, Kantor Cabang Pinrang Mall Sejahtera Kab. Pinrang, dan Kantor Cabang Bone, JL.Jend Ahmad Yani No.5 Kab. Bone, Kantor Cabang Bone berdiri sejak tahun 2017.

Selama 17 tahun berjalan kami mengedepankan profesionalitas dan pelayanan. Berbekal kepercayaan anda yang telah tumbuh, kami siap melayani dalam ibadah haji dan umrah anda supaya mendapatkan haji/umrah yang mabrur. Untuk kenyamanan dan kekhususan beribadah, mempertahankan akomodasi berbintang sebagai standar pelayanan yang lokasinya dekat dengan Masjid Al-Haram dan

Masjid Nabawai kami juga akan mengurus segala tentang kebutuhan jamaah dari makassar sampai kembali lagi seperti akomodasi, komsumsi dan transportasi. Selain itu Indonesia, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tengah, Kalimantan, Papua dan Jawa.¹

2. Prinsip dan Motto

“Melayani Tamu Allah Adalah Kemuliaan Bagi Kami”

“Annur Pilihan Tepat Bukan Pilihan Nekat”

Dengan niat semata-mata mencari keridhoan Allah serta dengan harapan mendapatkan pahala Ibadah dengan jalan melayani perjalanan Ibadah saudara Muslim, Biro Perjalanan Wisata, Umrah dan Haji Khusus *Annur Tour And Travel* berusaha sebaik-baiknya untuk melayani perjalanan Umrah dan Haji Khusus sesuai amanat yang dipercayakan dan diembankan. Biro Perjalanan Wisata, Umrah dan Haji Khusus *Annur Tour And Travel* merupakan salah-satu perusahaan yang bergabung dalam Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji.

3. Visi dan Misi PT. An-Nur Maarif

a. Visi :“Sudah waktunya orang daerah dibantu”

Hadir sebagai jawaban mahalnya biaya haji dan umroh bagi jam’ah di daerah di karenakan mendapatkan travel dari tangan kedua dan ketiga.

b. Misi :“Sarana berhaji dan ber umrah lebih nyaman dan terarah dan mengesankan lebih murah”

¹Website An-Nur Tour and Travel Biro perjalanan Haji dan umrah Resmi <https://annurtravel.page.tl/> diakses pada tanggal 12 januari 2021

4. Keunggulan PT. An-Nur Maarif

Selama ini PT. An-Nur Maarif masih salah satu terbaik penyelenggara ibadah Haji dan Umrah dan masih terus dipercaya pemerintah membimbing jamaah haji setiap tahunnya. Ditambah sistem penyelenggara yang baik itu telah memenuhi enam syarat aturan pemerintah dan itu sudah dimiliki oleh An-Nur Maarif. Sebab agen yang memiliki agen resmi, bisa dapat dipastikan kualitasnya sangat bagus, karena mengantongi izin dari departemen agama tidaklah mudah. Agar dapat megantongi izin dari pemerintah sebuah agen harus memenuhi beberapa syarat tersebut diantaranya.

- a. Izin sebagai biro perjalanan wisata dari kementerian agama dan instansi yang terkait
- b. Beroprasi sebagai biro perjalanan wisata minimal 2 tahun
- c. Memiliki kemampuan untuk menyelenggarakan ibadah haji dengan baik dilihat dari sumber daya manusia, manajemen serta sarana dan prasarana.
- d. Memiliki kemampuan keuangan untuk menyelenggarakan ibadah umrah, dibuktikan dengan catatan dan sejarah keuangan dari bank terkait.
- e. Memiliki mitra biro perjalanan wisata di Arad Saudi yang telah mengantongi izin resmi dari pemerintah kerajaan.
- f. Memiliki komitmen menyelenggarakan ibadah umrah berdasarkan peraturan menteri Agama dan Negara.²

² Harwan, Tiketing, Wawancara di Parepare Tanggal 05 Desember 2020

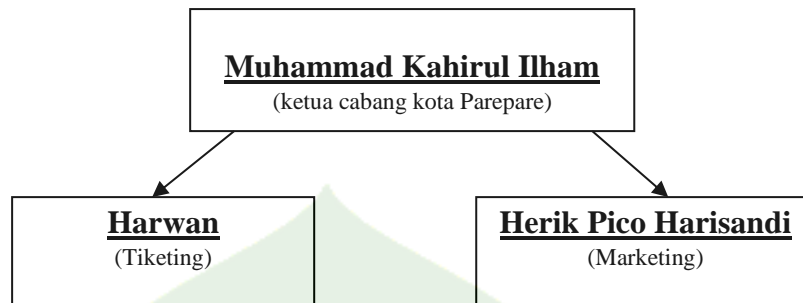
5. Struktur Organisasi PT. An-Nur Maarif

Setiap perusahaan pastinya memiliki struktur organisasi agar setiap komponen perusahaan berjalan secara efektif dan efisien dengan adanya struktur organisasi akan memudahkan atasan untuk mengarahkan atau memberikan tugas kepada bawahannya secara adil. Adapun struktur organisasi yang ada di PT. An-Nur Maarif yaitu:

Gambar 2. Struktur Organisasi PT. An-Nur Maarif



Gambar 3. Struktur Organisasi Cabang Kota Parepare



Adapun penjelasan mengenai struktural direksi PT. An-Nur Maarif yaitu sebagai berikut:

- a. Direktur Utama adalah pimpinan utama dalam pengambilan keputusan dan tanggung jawab atas tercapainya tujuan perusahaan serta sebagai pengendali seluruh tugas dan fungsi-fungsi dalam perusahaan. Tugas dan wewenang direktur utama meliputi: 1) menetapkan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan tujuan perusahaan baik jangka panjang maupun pendek, 2) mengkoordinir dan mengawasi seluruh aktifitas yang dilaksanakan dalam perusahaan, 3) membuat peraturan internal pada perusahaan yang tidak bertentangan dengan kebijakan perusahaan, 4) memperbaiki dan menyempurnakan segenap segi penetaan agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif dan efisien.
- b. Sekertaris (Keuangan) mempunyai tugas dan tanggung jawab meliputi : 1) menyiapkan segala keperluan yang diperlukan jamaah haji dan umrah, 2) memberikan informasi terbaru kepada calon jamaah haji dan umrah yang terkait dengan travel, 3) mengimput data-data calon jamaah haji dan umrah serta mengecek kelengkapan dokumen pada saat registrasi dan mengerjakan segala sebetul laporan yang terlait dengan travel.

- c. Direktur Cabang yaitu seseorang yang diberi tanggung jawab untuk memimpin cabang perusahaan untuk menjalankan manajemen sesuai standar dari kantor pusat.
- d. Handling Visa merupakan yang membantu memudahkan segala aktivitas jamaah pada saat berada di bandara seperti; 1) menagangi setiap bagasi jamaah 2) menangani kargo pesawat, 3) melakukan *unloading* serta *loading* pesawat (antar-jemput bagasi), 4) membantu Jamaah dalam proses *chek-in*, *boarding*, hingga pemilihan *seat*, 5) menawarkan pertolongan kepada jamaah yang membutuhkan bantuan khusus (seperti kursi roda), mengantarkan penumpang yang berkursi roda hingga ke dalam pesawat, 6) menjelaskan prosedur selama di bandara kepada jamaah selama di bandara.
- e. Defisi Haji dan Umrah mempunyai tugas dan wewenang dalam mengatur jamaah yang ingin menunaikan ibadah haji mulai dari pendaftaran, mengurus ketika di Arab Saudi, sampai pemulangan ketanah air, serta bertugas dalam mengatur dan mengelolah jamaah yang ingin berangkat umrah mulai dari pemberangkatan sampai pemulangan.
- f. Bagian umum bertugas dalam hal umum seperti menyusun, mengatur, melaksanakan, mengevaluasi dan menyempurnakan kata kerja dan peraturan kepegawaian, mengevaluasi semua persiapan calon jamaah dan lain sebagainya.
- g. Staff Tiketing mempunyai tugas dan wewenang dalam hal : 1) melayani segala permintaan tiket pesawat baik domestik maupun Internasional dengan dasar pelayanan adalah memberikan yang terbaik kepada konsumen dalam hal harga, rute, jadwal serta kemudahan dalam melaksanakan suatu perjalanan, 2) memonitor persediaan dokumen yang dimiliki perusahaan

- seperti tiket, invoice, dan lain-lain pada setiap akhir tahun, 3) melakukan pembukuan terhadap tiket yang dikeluarkan, 4) mempertanggung jawabkan segala bentuk kegiatan kepada direktur.
- h. Bagian hotel yang melakukan pengaturan dalam artian mengurus hotel untuk calon jamaah.³ Dalam hal ini setiap staff memiliki tanggung jawab masing-masing dalam melaksanakan tugasnya.
6. Tujuan dan Manfaat PT. An-Nur Maarif
- a. Tujuan : An-Nur Tour And Travel bertujuan untuk memberikan salah satu jasa biro perjalanan Umrah dan Haji yang membantu dan melayani kaum Muslim dalam menunaikan ibadah Umrah dan Haji, begitupun melakukan perjalanan domestik maupun internasional.
 - b. Manfaat : Dengan adanya PT. An-Nur maarif dapat memberikan manfaat bagi jamaah haji dan umrah dengan mudah melakukan ibadah haji dengan menyediakan beberapa fasilitas dari travel An-Nur Maarif memberikan pelayanan yang bagus dan menyediakan berbagai tour domestik maupun internasional⁴

³Fajar Hari Sandy Ilyas, *Customer Servies*, Wawancara di Sidrap Tanggal 09 November 2020

⁴Website An-Nur Tour and Travel Biro perjalanan Haji dan umrah Resmi <https://annurtravel.page.tl/> (diakses pada tanggal 12 januari 2021)

B. Manajemen Pemasaran Biro Jasa Haji Dan Umrah PT. An-Nur Maarif Kota Parepare

1. Perencanaan

Perusahaan biro perjalanan haji dan umrah memiliki proses manajemen pemasaran yaitu suatu tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran tepat sasaran dengan membuat suatu alat untuk mempromosikan produk ke masyarakat. Proses manajemen pemasaran juga ditentukan dengan melihat kebutuhan yang diinginkan oleh masyarakat, dengan menggambarkan tahapan yang dilakukan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam mencapai kepuasan pelanggan.⁵ Dalam hal ini manajemen pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan Dari kegiatan bisnis yakni menentukan harga, melakukan atau menerapkan keinginan jamaah dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Menentukan Harga

Dalam menentukan harga yang di tawarkan kepada masyarakat tentunya sesuai dengan harga ditetapkan oleh pimpinan seperti yang dikatakan Fajar Hari Sandy Ilyas pada saat wawancara mengenai bagaimana menentukan harga yang ditawarkan kepada jamaah yang mengatakan bahwa:

“Pada saat menentukan harga yang akan dikeluarkan atau yang akan dipasarkan kami terlebih dahulu mengetahui berapa harga hotel di Madina dan di Mekkah sehingga kita bisa memberikan harga yang sesuai kemudian setelah menentukan harga dibuat dalam bentuk brosur nah kemudian brosur itulah yang akan di berikan keseluruhan cabang yang di beberapa kota kemudian tugas masing-masing karyawan yang ada di cabang membagikan brosur tersebut kepada calon jamaah”.⁶

⁵ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)

⁶ Fajar Hari Sandy Ilyas, *Customer Servies*, Wawancara di Sidrap tanggal 09 November 2020

Berdasarkan wawancara di atas dapat diuraikan bahwa dalam menentukan harga PT. An-Nur Maarif melakukan berbagai survei untuk mengetahui harga hotel yang ada di Madina dan di Mekkah sehingga dapat menentukan harga yang sesuai dengan harga hotel, pesawat dan fasilitas yang lainnya. Kemudian jika harga sudah ditetapkan langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu membuat brosur. Brosur yang sudah dibuat akan di bagikan keseluruh cabang kemudian di bagikan kecalon jamaah.

b. Menentukan waktu

Dalam menentukan waktu keberangkatan jamaah haji pada saat sudah tiba di tanah suci. Ada beberapa perbedaan dikarenakan harga yang di tawarkan disesuaikan dengan hotel yang ada di Mekkah dan di Madina dengan alat transportasi yang berbeda.

c. Baliho

Tujuan perusahaan untuk membuat baliho untuk mempromosikan suatu produk kepada masyarakat. Pemasangan baliho yang dilakukan PT. An-Nur maarif yaitu terdapat di pohon-pohon pinggir jalan dan di beberapa mesjid yang terjangkau.

d. Brosur

Pembuatan brosur untuk melakukan suatu pemasaran dan promosi. Sebagai pemberi informasi kepada masyarakat mengenai produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat.

2. Pelaksanaan

Suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci, implementasi atau pelaksanaan biasanya dilakukan setelah perencanaan sudah dianggap siap dalam menentukan harga, menentukan waktu, baliho dan brosur dapat diuraikan sebagai berikut;

a. Menentukan harga

Adapun berdasarkan wawancara dengan salah satu jamaah PT. An-Nur Maarif yang berangkat pada tahun 2019 yaitu ibu Novi Sulastiwati berkaitan dengan Apakah biaya yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan atau fasilitas yang diberikan yang mengatakan bahwa:

“iya harga yang di tawarkan sesuai dengan fasilitas yang di berikan saya kemarin memilih paket 12 hari yang membayar Rp. 23.500.000, kalau saya dengan harga segitu sangat bagus mi”⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diuraikan bahwa ibu Novi Sulastiwati memilih paket 12 hari dengan harga Rp. 23.500.000, adapun fasilitas yang diberikan sesuai dengan harga yang sudah ditetapkan.

b. Menentukan waktu

Ada beberapa perbedaan dikarenakan harga yang di tawarkan disesuaikan dengan hotel yang ada di Mekkah dan di Madina dengan alat transportasi yang berbeda. Berdasarkan wawancara dengan pak Rahmat yang mengatakan bahwa:

“sya memilih paket Rp. 32.500.000 dengan waktu 13 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madinah yaitu: Al Haram, Setaraf. Adapun hotel yang ada di Mekah yaitu Safwah Tower, Pullman Zamzam dan Setaraf. Dengan menggunakan pesawat LionAir”⁸

Dari wawancara di atas dapat diuraikan bahwa pak Rahmat memilih paket Rp. 32.500.000 dengan waktu 13 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madinah yaitu: Al Haram, Setaraf. Adapun hotel yang ada di Mekah yaitu Safwah Tower, Pullman Zamzam dan Setaraf. Dengan menggunakan pesawat LionAir.

⁷ Novi Sulastiwati, Jamaah tahun 2019, Wawancara di Parepare tanggal 08 Maret 2020

⁸ Rahmat, Jamaah tahun 2018, Wawancara di Parepare tanggal 08 Maret 2020

Adapun berdasarkan wawancara dengan ibu Khadijah AD. Yang mengatakan bahwa:

“saya memilih paket dengan Harga Rp. 25,5 jt. Paket 9 Hari, dengan fasilitas yang diberikan Hotel yang berada di Makkah yaitu Safwah Hotel dan Pullman Zamzam dan hotel yang berada di Hotel Madina Salahiyah dan Gloria Al Fayroz dengan menggunakan penerbangan Garuda Indonesia”⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diuraikan bahwa paket umrah yang di pilih ibu Khadijah AD yaitu paket dengan Harga Rp. 25,5 jt. Paket 9 Hari, dengan fasilitas yang diberikan Hotel yang berada di Makkah yaitu Safwah Hotel dan Pullman Zamzam dan hotel yang berada di Hotel Madina Salahiyah dan Gloria Al Fayroz dengan menggunakan penerbangan Garuda Indonesia.

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa yang membuat paket umrah berbeda dikarenakan fasilitas yang diberikan termasuk hotel yang ada di Makkah dan Madina, ada yang dekat dari mesjid al-Haram dan ada pula yang jauh dan juga penerbangan yang berbeda.

c. Baliho

Pemasangan baliho yang dilakukan PT. An-Nur maarif yaitu terdapat di pohon-pohon pinggir jalan dan di beberapa mesjid yang terjangkau. Dalam hal ini wawancara bersama dengan Harwan selaku tiketing yakni:

“memberikan promosi melalui spanduk atau baliho dipasang dipohon di tempel-tempel dan untuk yang lainnya kita sering mensosialisasikan kemasyarakat umum.”¹⁰

⁹ Khadijah AD, Jamaah tahun 2018, Wawancara di Parepare tanggal 29 Januari 2021

¹⁰ Harwan, Tiketing, Wawancara di Parepare tanggal 05 Desember 2020

Berdasarkan hasil wawancara dengan Harwan selaku tiketing di PT. An-Nur Maarif memaparkan bahwa dalam proses pemasaran yakni membuat atau memasang baliho di pohon dan mesjid, dan juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat.

d. Brosur

Kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan manajemen pemasaran sebagaimana yang dikatakan Fajar Hari Sandy Ilyas pada saat wawancara mengenai pelaksanaan dalam melakukan pemasaran kepada jamaah yang menyatakan bahwa:

“kami melakukan pemasaran ketika produk yang sudah ditetapkan kemudian membagikan kesetiap cabang kemudian dicabang nantinya membagikan brosur tersebut kepada jamaah baik berupa brosur dapat juga melalui media dan sosialisasi”.¹¹

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa PT. An-Nur Maarif Mengaplikasikan atau melaksanakan kegiatan pemasaran itu dengan membagikan brosur, sosial media dan sosialisasi.

Dari kegiatan bisnis PT. An-Nur Maarif merencanakan, menentukan harga, melakukan atau menerapkan keinginan jamaah sehingga kegiatan yang dijalankan berjalan dengan baik dan terus berkembang.

3. Pengendalian

Fungsi manajemen untuk mengontrol memastikan apakah sumber daya manusia sudah bekerja sesuai dengan tugas dan tanggungjawabnya atau belum, serta memastikan bahwa seluruh sumber daya tersebut, sudah melakukan tugasnya dengan efektif dan efisien sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, dalam hal ini

¹¹Fajar Hari Sandy Ilyas, *Customer Services*, Wawancara di Sidrap tanggal 09 November 2020

pengendalian dalam menentukan harga, menentukan waktu, baliho dan brosur dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Menentukan harga

Pada proses ini, ada beberapa langkah-langkah yg ditetapkan sebelumnya sudah dilaksanakan pada proses actuating. Harga yang ditetapkan sebelumnya sudah diakumulasi mulai dari biaya pemberangkatan sampai biaya pemulangan jamaah. Total dari biaya tersebut itulah yg dipasarkan di masyarakat, harga yg ditetapkan sesuai dengan fasilitas yg diberikan pada saat pelaksanaan ibadah haji/umrah nantinya.

b. Menentukan waktu

Dalam menentukan waktu terkait dengan penentuan harga. Harga yg ditetapkan harus sesuai juga dengan seberapa lama jamaah melaksanakan ibadah umrah mulai dari pemberangkatan sampai pemulangan jamaah. Semakin lama waktu yg dipilih oleh jamaah semakin besar biaya yg akan diberikan. Hal itu disesuaikan jga dengan fasilitas yg disediakan.

c. Baliho

Proses pemasaran yang dilaksanakan pada PT. An-Nur Maarif yakni pemasangan baliho. Proses ini dilaksanakan oleh sumber daya manusia yang memiliki tanggung jawab pada pelaksanaan tersebut.

d. Brosur

Hal ini sama halnya dengan baliho. Perbedaanya Proses pemasaran kali ini sumber daya manusia langsung turun ke lapangan untuk membagikan brosur-brosur terkait ibadah haji/umroh. Brosur tersebut untuk menarik perhatian dan minat masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji/umroh.

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Pemasaran PT. An-Nur Maarif memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat dengan menggunakan metode bauran pemasaran atau bisa juga disebut dengan *Marketing Mix*. Adapun yang dimaksud dengan *Marketing Mix* yaitu strategi yang mendasarkan manajemen pemasaran yang biasa ditetapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya.¹² Dengan menggunakan marketing mix perusahaan dapat menarik minat jamaah untuk menggunakan jasa PT. An-Nur Maarif sebagai pilihan yang tepat.

Strategi *marketing mix* ini merupakan bagian dari strategi pemasaran dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.¹³ Untuk mencapai pemasaran, maka komponen bauran pemasaran harus saling mendukung antara satu dengan yang lain. Dengan ini manajemen harus tetap menjalankan komponen-komponen bauran pemasaran agar dapat terpadu untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan perusahaan. Jadi dengan bauran pemasaran itu akan dapat ditentukan tingkat keberhasilan pemasaran yang diikuti oleh kepuasan konsumen adapun komponen bauran pemasaran yang terdiri dari empat macam yang biasa disingkat dengan 4P yaitu;

a. Produk

Setiap perusahaan akan memiliki suatu produk atau jasa yang akan dipasarkan kepada masyarakat untuk kelangsungan perusahaan. Adapun strategi

¹² Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta; Kencana Prenada Media Group, 2012)

¹³ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)

produk dalam hal ini untuk menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga memuaskan para konsumennya dan sekaligus meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Produk adalah apa saja, yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka. Dan produk bukan hanya barang (objek fisik) saja, tetapi bisa juga pada pelayanan orang, tempat, organisasi atau ide-ide.¹⁴ Dalam hal ini travel telah menyediakan produk yang akan ditawarkan sesuai dengan kebutuhan para jamaah. Adapun berdasarkan wawancara dengan staff PT. An-Nur Maarif bahwa produk apa saja yang ditawarkan PT. An-Nur Maarif Kota Parepare.

“Kami menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang pasti sesuai dengan harga yang ditawarkan seperti umrah, haji plus mengapa harga berbeda-beda karena mengikuti sesuai dengan dolar yang berlaku disana, kami juga menawarkan paket wisata”¹⁵

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa PT. An-Nur Maarif menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan jamaah haji/umrah, adapun harga yang di tawarkan berbeda di karenakan mengikuti harga dolar yang berlaku di tanah suci. Adapun produk yang ditawarkan sebagai berikut:

1) Haji Plus

Haji plus merupakan program haji yang diselenggarakan biro travel PIHK (Penyelenggara Ibadah Haji Khusus) yang telah berizin resmi, namun

¹⁴ Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005)

¹⁵ Harwan, Tiketing, Wawancara di Parepare tanggal 05 Desember 2020

proses pelaksanaannya tidak lepas dari pengawasan Kementerian Agama RI.

Program haji plus yang ditawarkan PT. An-Nur Maarif yaitu:

a) Haji A

- Harga \$ 17.000
- Visa Haji non kuota (Furoda)
- Hotel Mekkah : Pullman/Swissotel
- Hotel Madina : Glory/Fairus Syatta/Salahiyya
- Transit : Aziziah/Ketentuan Masyair
- *Insya allah* Langsung berangkat 25 Juli 2020 (3 Dzulhijja 1441)

b) Haji B

- Harga \$ 15.000
- Visa Haji non kuota (Furoda)
- Hotel Mekkah : Royal Majistick/setarah bintang 5
- Hotel Madina : Salahiyah/Syurfa/Non *Arabic*
- Transit : Aziziah/Ketentuan Masyair
- *Insya allah* Langsung berangkat 25 Juli 2020 (3 Dzulhijja 1441)

2) Umrah

a) Umrah Hemat dan Mengesankan

- Harga : Rp. 20,5 jt. Paket 9 Hari
- Hotel Makkah : Marsa Al-Jariah dan Royal Majestic
- Hotel Madina : Salahiyah, Syurfah dan Raodha
- Penerbangan : Garuda Indonesia dan SilkAir

b) Umrah Berkah dan Menyenangkan

- Harga : Rp. 23,5 jt. Paket 12 Hari
- Hotel Makkah : Marsa Al-Jariah dan Royal Majestic

- Hotel Madina : Salahiyah, Syurfah dan Raodha
- Penerbangan : SilkAir

c) Umrah Berkah dan Menyenangkan

- Harga : Rp. 25,5 jt. Paket 9 Hari
- Hotel Makkah : Safwah Hotel dan Pullman Zamzam
- Hotel Madina : Salahiyah dan Gloria Al Fayroz
- Penerbangan : Garuda Indonesia

d) Umrah Berkah dan Mengesankan

- Harga : Rp. 27,5 jt. Paket 12 Hari
- Hotel Makkah : Pullman Zamzam
- Hotel Madina : Salahiyah dan Gloria Al Fayroz
- Penerbangan : Garuda Indonesia

e) Umrah VVIP

- Harga : Rp. 32,5 jt. Paket 12 Hari
- Hotel Makkah : Safwah Hotel dan Pullman Zamzam
- Hotel Madina : Millenium Al Aqeeq
- Penerbangan : Garuda Indonesia

3) Paket Wisata

- a) Tour Jordania, Palestina dan Mesir dengan harga Rp. 29.000.000
- b) Tour Australia dengan harga Rp. 25.500.000
- c) Tour Jepang, enam hari 4 malam dengan harga Rp. 24.500.000
- d) Tour Uzbekistan (makam imam Bukhori) dengan harga Rp. 23.500.000
- e) Tour Hongkong, dengan harga Rp.13.500.000
- f) Tour Korea, lima hari tiga malam dengan harga Rp. 12.500.000

- Harga sudah termasuk
 - a. Tiket pesawat
 - b. Airport Tax, Fiskal, Passport Haji dan Visa.
 - c. Transportasi Bus AC dan menu makan 3x sehari.
 - d. Tenda AC Arafah dan Mina.
 - e. Guide, Tim Dokter, Imunisasi Meningitis.
 - f. Manasik Haji minimal 4x Air zamzam 5 liter.
 - g. Bagasi Cuma-Cuma 25kg/jamaah.
- Harga belum termasuk
 - a. Biaya kelebihan bagasi.
 - b. City tour tambahan.
 - c. Telepon, fax dan laundry.
 - d. Cargo.
- Perlengkapan
 - a. Kain seragam, koper besar dan koper kecil
 - b. Tas ransel dan Tas dokumen
 - c. Gelang, masker dan buku manasik.
 - d. Kain dan sabuk ihram(pria)
 - e. Baju koko (pria)
 - f. Mukenah panjang dan pendek (wanita)
- Pembatalan
 - a. Tiga bulan sebelum keberangkatan dikenakan biaya administrasi sebesar 25% dari harga paket.

b. Dua bulan sebelum keberangkatan dikenakan biaya administrasi sebesar 50% dari harga paket.¹⁶ Dalam hal ini apabila calon jamaah tidak memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan PT. An-Nur Maarif akan mengalami pembatalan berangkat untuk menyelenggarakan Ibadah Haji dan Umrah.

b. Harga

Harga merupakan elemen pemasaran campuran yang paling mudah untuk mengatur keistimewaan produk. Harga juga mengkomunikasikan pada pasar penetapan nilai produk atau merek yang dimaksud suatu perusahaan.¹⁷ PT. An-Nur Maarif menawarkan harga produk yang sesuai dengan fasilitas yang ada, memberikan kenyamanan untuk jamaah dalam beribadah sehingga jamaah dapat menjalankan haji yang mabrur. Sehingga dalam hal ini dapat memberikan hal positif bagi perusahaan mengapa demikian, bagi jamaah yang sudah merasakan atau memilih PT. An-Nur sebagai perjalanan haji dan umrah dapat mengajak kerabat ataupun keluarga mereka untuk memilih PT. An-Nur Maarif sebagai perjalanan haji dan umrah mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Harwan sebagai tiketing di PT. An-Nur Maarif menyatakan bahwa harga paket yang ditawarkan PT. An-Nur Maarif kepada jamaah ialah:

“Travel PT. An-Nur Maarif Kota Parepare memberikan harga yang sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Harga paket yang kami berikan yaitu: *Pertama* Rp. 25.800.000 juta, dengan waktu 12 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel bintang 3 yang berada di Madina dan Mekah. *Kedua* Rp. 28.700.000 dengan waktu 12 hari

¹⁷ Philip Kotler, et. al, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2005)

dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel bintang 5 di Madina dan Mekah. *Ketiga* Rp. 31.500.000 dengan waktu 12 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel bintang 5 yang berada di Madina dan Mekah. *Keempat* Rp. 26.800.000 dengan waktu 13 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madina dan Mekah. *Kelima* Rp. 29.700.000 dengan waktu 13 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madina dan Mekah. *Keenam* Rp. 32.500.000 dengan waktu 13 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madina dan Mekah. *Ketujuh* Rp. 24.500.000 dengan waktu 11 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madina dan Mekah”.¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak harwan dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Rp. 25.800.000 juta, dengan waktu 12 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madinah yaitu: Salahiyah Taibah dan hotel yang ada di Mekah yaitu Royal Majestic, Marsya Al Jariah dan Setaraf. Dengan menggunakan pesawat Batik air dan LionAir.
- 2) Rp. 28.700.000 dengan waktu 12 hari dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madinah yaitu: Salahiyah Taibah dan hotel yang ada di Mekah yaitu Safwah Tower, Pullman Zamzam dan Setaraf. Dengan menggunakan pesawat Batik air dan LionAir.
- 3) Rp. 31.500.000 dengan waktu 12 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madinah yaitu: Al Haram, Nokhba dan hotel yang ada di Mekah yaitu Safwah Tower, Pullman Zamzam dan Setaraf. Dengan menggunakan pesawat Batik air dan LionAir..

¹⁸ Harwan, Tiketing, Wawancara di Parepare tanggal 05 Desember 2020

- 4) Rp. 26.800.000 dengan waktu 13 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madinah yaitu: Salahiyah Taibah, Salahiyah Golden, Raodah, setaraf. Adapun hotel yang ada di Mekah yaitu Safwah Tower, Pullman Zamzam dan Setaraf. Dengan menggunakan pesawat LionAir.
- 5) Rp. 29.700.000 dengan waktu 13 hari lamanya dengan fasilitas yang diberikan ialah Hotel yang berada di Madinah yaitu: Salahiyah Taibah, Elsaha, Glory hotel, setaraf. Adapun hotel yang ada di Mekah yaitu Safwah Tower, Pullman Zamzam dan Setaraf. Dengan menggunakan pesawat LionAir.

Dengan demikian mengapa harga yang ditawarkan berbeda-beda karena adanya perbedaan hotel dan pesawat yang telah jamaah tentukan.

c. Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha membuat produk dan menjual produknya kepada konsumen.¹⁹ Untuk dapat mencapai tujuan suatu kegiatan pemasaran, maka keempat unsur yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi harus saling mendukung satu sama lain, dengan kata lain manajemen harus berusaha agar keempat variabel *Marketing Mix* tersebut dapat berpadu untuk mencapai tujuan perusahaan.²⁰ PT. An-Nur Maarif pada kegiatan distribusi telah mempersiapkan sistem peluang. Adapun cara yang dilakukan untuk medistribusikan melalui distribusi pemasaran melakukan penjualan langsung dengan

¹⁹ Philip Kotler, et. al, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2005)

²⁰ Abdullah Amir, *Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Grassindo, 2007)

bersilahturahmi kepada jamaah untuk memasarkan produk, melakukan penjualan langsung untuk membagikan brosur

d. Promosi

Tujuan perusahaan yaitu untuk menghasilkan suatu produk yang dapat dipasarkan. Bagaimana baiknya mutu suatu produk tersebut sangat dibutuhkan konsumen, tetapi jika produk yang dimiliki tidak diperkenalkan kepada konsumen melalui kegiatan promosi maka perusahaan akan sulit berkembang. Maka dengan ini dilakukanlah suatu kegiatan promosi, yang dimana kegiatan ini tidak hanya memperkenalkan produk tetapi juga dapat terpengaruh dalam melakukan kegiatan pembelian.

Adapun dalam hal ini PT. An-Nur Maarif juga mempromosikan atau menawarkan produknya kepada masyarakat umum termasuk masyarakat Kota Parepare maupun dari luar Kota Parepare sesuai yang dikatakan Bapak Harwan selaku tiketing di PT. An-Nur Maarif mengatakan bahwa;

“Kami menawarkan produk bukan hanya terkhusus dari masyarakat Kota Parepare. Ini saja kebanyakan dari luar daerah yang mendaftar disini. Kami menawarkan produk PT. An-Nur Maarif pada saat selesai shalat jumat kami membagikan brosur dan kami melakukan sosialisasi kepada masyarakat memberikan penerangan, penjelasan, dan pemahaman bahwa kita di An-Nur Maarif itu menyediakan fasilitas yang tak kalah dengan travel yang lain juga menjanjikan uangnya aman”²¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diuraikan bahwa PT. An-Nur Maarif tidak hanya merekrut calon jamaah di Kota Parepare saja akan tetapi menerima dari mana saja. Dalam pemasaran annur maarif membagikan brosur

²¹ Harwan, Tiketing, Wawancara di Parepare tanggal 05 Desember 2020

kepada jamaah pada saat selesai shalat jumat, selain itu annur maarif membuat suatu forum untuk mensosialisasikan memperkenalkan PT. An-Nur Maarif kepada jamaah bahwa termasuk travel biro perjalanan haji dan umrah yang memberikan fasilitas yang nyaman kepada jamaah sehingga jamaah pada saat beribadah melakukan dengan baik sehingga menjadi umrah dan haji yang mabrur. Adapun dalam hal ini kegiatan promosi yang dilakukan kepada masyarakat dapat di uraikan sebagai berikut

1) Sosialisasi

Sosialisasi adalah salah satu program kerja yang dilakukan PT. An-Nur Maarif dengan tujuan untuk membantu PT. An-Nur Maarif dalam memasarkan produk dengan jamaah, kegiatan ini dilakukan satu kali sebulan di daerah yang berbeda di setiap bulan adapun diantaranya seperti Parepare, Barru dan Pinrang. Dalam sosialisasi ini PT. An-Nur Maarif memberikan penerangan, penjelasan, dan pemahaman bahwa di An-Nur Maarif itu menyediakan fasilitas yang tak kalah dengan travel yang lain juga menjanjikan uangnya aman.

2) Membagikan brosur

Brosur salah satu alat yang digunakan disetiap pemasaran yang dapat membantu suatu usaha untuk menginformasikan produk atau jasa melalui Pembagian brosur dilakukan oleh karyawan PT. An-Nur Maarif pada saat selesai shalat jumat.

Selanjutnya hasil wawancara dengan Fajar Hari Sandy Ilyas selaku *Customer Servies* PT. An-Nur Maarif mengatakan bahwa

“PT. An-Nur Maarif melakukan pemasaran di medsos, radio, tv, reklame seperti baliho dan benner. Dengan cara lain yaitu konektor,

cabang membuat sebuah team sehingga membantu untuk memasukkan jamaah kecabang.”²²

Dari pernyataan Fajar Hari Sandy Ilyas dapat diuraikan bahwa manajemen pemasaran yang digunakan PT. An-Nur Maarif dengan melalui berbagai media yaitu sebagai berikut:

3) Sosial media

Penggunaan sosial media dalam bisnis dapat mempermudah biro perjalanan haji dan umrah berinteraksi dengan jamaah melalui sosial media seperti *facebook*, *youtube* dan *website*. Adapun kegiatan pemasaran yang dilakukan di facebook dengan nama akun Annur Maarif Media yaitu membuat vidio dan brosur sehingga banyak jamaah yang mengunjungi branda yang ada di facebook tersebut ada sekita 15.312 orang yang menyukai halaman facebook, selain itu PT. An-Nur Maarif juga membagikan setiap kegiatannya seperti mimbar cahaya annur disetiap edisi, Misi kemanusiaan PT. An-Nur Maarif bekerja sama dengan pemda Kab. Sidrap untuk meringankan para korban gempa di Majene, persiapan keberangkatan umrah awal tahun 2021 dan kegiatan yang lainnya. Sama seperti youtube (PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel) memiliki 99 *subscriber* di setiap postingan ditonton sekitar 884 kali dan juga wibsite (www.annurmaarif.com) membagikan brosur dan setiap kegiatan yang dilakukan PT. An-Nuur Maarif sudah di share di youtube dan wibesite.

4) Radio

Dalam strategi pemasaran radio tidak hanya menawarkan musik tetapi juga menyampaikan informasi bagi masyarakat, kelebihan dari radio itu sendiri adalah kesederhanaan bentuk dan kemampuan yang tinggi untuk menjangkau setiap

²² Fajar Hari Sandy Ilyas, *Customer Servies*, Wawancara di Sidrap tanggal 09 November 2020

pendengarannya yang sedang melakukan kegiatan lain sekalipun. Radio juga mempunyai kecepatan tinggi dalam mengirim gelombang suara sehingga mampu menyampaikan informasi yang cepat dan akurat.²³ Adapun dalam hal ini PT. An-Nur Maarif bekerja sama dengan PT. Radio Gema Irama Musik (GISSFM) yang terletak di Jln. Kalimantan NO. 28 Kec. Ujung, Kota Parepare untuk melakukan manajemen pemasaran agar masyarakat yang terpencil atau jauh dari perkotaan dapat juga mengetahui informasi mengenai PT. An-Nur Maarif sebagai biro perjalanan haji dan umrah.

5) Konektor

Konektor sosial berkaitan dengan media interaksi yang bersifat *many to many* dimana pelanggan saling bertukar informasi dan pendapat dengan lingkungan sosialnya. Dengan konektor sosial pasar membentuk komunitas-komunitas yang sesuai dengan dirinya dan disitulah akan terjadi pertukaran nilai antar masing-masing individu. Dalam hal ini staff PT. An-Nur Maarif membentuk konektor sehingga membantu dalam memasukkan jamaah.

6) Televisi

Televisi merupakan sebuah media komunikasi terkenal yang berfungsi penerima siaran, memberikan informasi. Dalam hal ini pemasaran yang digunakan PT. An-Nur Maarif melalui media televisi yang bekerja sama dengan salah satu media televisi yaitu MNCTV.

²³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Pengelolaan Radio dan Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 12

Dengan demikian manajemen pemasaran yang dilakukan PT. An-Nur Maarif yaitu promosi dengan sosialisasi, sosial media, membagikan brosur, radio, televisi dan konektor. Dalam melalui pemasaran ini dapat meningkatkan jumlah penjualan produk sehingga PT. An-Nur Maarif terus berkembang dan mampu bersaing dengan Travel Biro perjalanan haji dan umrah yang lain.

C. Faktor pendukung dan penghambat dalam proses pemasaran biro jasa haji dan umrah PT. An-Nur Maarif Kota Parepare

Dalam menjalankan suatu usaha tentunya semua produsen menginginkan tercapainya tujuan. PT. An-Nur Maarif Kota Parepare merupakan salah satu perusahaan yang berkembang dibidang jasa, tentunya bertujuan untuk memajukan perusahaan dan menjual produknya. Untuk itu memerlukan suatu cara untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan menggunakan strategi promosi.

Dengan melakukan kegiatan pemasaran pastinya memiliki beberapa faktor yang mendukung atau menghambat kelancaran proses pemasaran kepada masyarakat. Karena keberhasilan suatu proses pemasaran adalah kunci suksesnya perusahaan, dengan kerja sama tim sangat dibutuhkan untuk meningkatkan tujuan perusahaan agar dapat terus berkembang. Dengan ini untuk mengetahui apa faktor peluang dan tantangan yang dilalui PT. An-Nur Maarif pada saat memasarkan produknya kepada masyarakat yaitu;

1. Faktor Peluang

Strategi pemasaran sangatlah penting bagi setiap perusahaan agar dapat mencapai suatu keberhasilan sehingga mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Dengan keunggulan yang dimiliki PT. An-Nur Maarif dapat mendukung suatu keberhasilan pemasaran agar memberikan dampak yang baik karena itu masyarakat

yang ingin mendaftarkan dirinya tidak ragu lagi dengan keunggulan yang dimiliki. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Fajar Hari Sandy Ilyas Adapun keunggulan PT. An-Nur Maarif adalah sebagai berikut :

“Adanya harga khusus yang dilempar oleh kantor pusat kecabang sehingga cabang dia bisa menjual harga paket yang sesuai. Satu-satunya travel yang berstatus kantor pusat dikecamatan sidrap yaitu PT. An-Nur. Annur ini, dia memiliki seef sebelum jamaah ada, maksudnya seef sudah jelas baru jamaah mendaftar silahkan pilih dia mau pakai pesawat apa line kah, garudakah atau saudia. jadi kita disini sebelum pemberangkatan itu semua seef-seef sudah jelas jadi kita disini bukan mencari jamaah baru mencari sift kita menyiapkan semua seef termasuk hotel dan paket-paket yang ada baru kita cari jamaah. Semua *tour lider* atau pembimbing ibadah rata-rata alumni Timur Tengah atau lulusan *cairo*. Kemudian pembimbing kedua dari kalangan ulama dan yang ke 3 kalangan dari akademisi maksudnya dosen yang berpengalaman. Pemberangkatan sesuai dengan jadwal sebagaimana dengan selongan annur “insya allah tepat waktu amanah pilihan yang tepat bukan pilihan yang nekat”²⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diuraikan bahwa PT. An-Nur Maarif memberikan pilihan kepada jamaah ingin menggunakan pesawat apa yang mereka suka seperti pesawat garuda, line dan saudia. Keutamaan PT. An-nur Maarif mengedepankan kenyamanan jamaah kemudian memberikan bimbingan selama perjalanan haji dan umrah dari kalangan alumni atau lulusan *cairo*, ulama dan dosen. Dalam hal ini proses pemasaran dapat memberikan faktor peluang untuk travel agar jamaah tidak ragu untuk mendaftarkan dirinya di travel PT. An-Nur Maarif. Sesuai yang dikatakan oleh salah satu jamaah ibu Zakiah Harfin selaku jamaah yang pernah menunaikan ibadah Umrah di PT. An-Nur Maarif yang mengatakan bahwa

“An-nur itu tidak menentukan kapan ki berangkat kita yang pilih sendiri bulan berapaki mau berangkat jadi saya pilihmi kalau mau

²⁴ Fajar Hari Sandy Ilyas, *Customer Servies*, Wawancara di Sidrap tanggal 09 November 2020

bulan ramadhan disana bulan 3 mendaftar bulan 5 sudah berangkat tidak terlalu lama menunggu na berangkat mi, An-Nur tidak na tentukan bulan seginiki berangkat bu, kita yang pilih disitu sesuai harga mauki berapa hari, mau naik pesawat apa, waktu itu saya pilih paket umrah seharga 27,5 juta paket 12 hari dengan pesawat Garuda Indonesia dan dibimbing oleh Ustadz Mujahidin”²⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan ibu Zakiah Harfin dapat diuraikan bahwa PT. An-Nur Maarif tidak menentukan paket apa yang harus digunakan oleh jamaahnya tetapi An-Nur memberikan pilihan langsung kepada jamaah sesuai dengan apa yang diinginkan jamaah. Dengan ini Ibu Zakiah Harfin mendaftar bulan tiga berangkat bulan lima tanpa banyak mengulur waktu, Pemberangkatan sesuai dengan jadwal sebagaimana dengan selongan An-Nur “*Insyah Allah Tepat Waktu Amanah Pilihan Yang Tepat Bukan Pilihan Yang Nekat*” dengan ini ibu Zakiah Harfin memilih paket umrah berkah dan mengesankan hanya dengan membayar Rp. 27.500.000 paket 12 hari dengan menggunakan hotel yang ada di Mekah yaitu hotel Pullman Zamzam dan hotel yang ada di Madina Gloria Al Fayroz Al Massi/Salahiyyah menggunakan pesawat Garuda Indonesia yang dibimbing langsung oleh ustadz Mujahidin selama perjalanan umrah.

Adapun hasil wawancara yang kedua yang dilakukan penulis kepada bapak harwan yaitu Peluang yang dimiliki PT. An-Nur Maarif

“Kalau di Parepare An-Nur Maarif Berpeluang besar mengapa kita berpeluang besar karna yang pertama harganya, harganya sesuai dengan paket yang kita tawarkan jalankan sekarang itu kita bersaing dengan travel-trevel lain kemudian mengenai bimbingan semuanya juga tidak kalah dengan n trevel yang lain apalagi travel kita ini trevel terizin, kita juga memberikan fasilitas bintang lima dengan harga normal karna terkadang banyak juga travel yang lain bukan kita

²⁵ Zakiah Harfin Jamaah yang berangkat pada tahun 2018 Wawancara di Parepare tanggal 27 Januari 2021

menjelak-jelakkan tetapi banyak yang menaikkan harganya tidak sesuai dengan fasilitas yang diberikan”.²⁶

Dari pernyataan Harwan selaku tiketing di PT. An-Nur Maarif menjelaskan bawah PT. An-Nur Maarif sangat memberikan peluang besar kepada calon jamaah haji mengapa demikian karena harganya terjangkau, diberikan fasilitas berbintang lima, merupakan travel yang sudah memiliki surat izin, dalam hal ini dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Harga terjangkau

Biro perjalanan wisata PT. An-Nur Maarif Hadir sebagai jawaban mahalnya biaya haji dan umrah bagi jamaah di daerah dikarenakan mendapatkan travel dari tangan kedua dan ketiga. PT. An-Nur Maarif telah dipercaya melayani jamaah umrah dan haji sejak tahun 2003, selama 17 tahun berjalan PT. An-Nur Maarif mengedepankan profesionalitas dan pelayanan. Memberikan kenyamanan dan khusus beribadah, senantiasa mempertahankan akomodasi berbintang sebagai pelayanan yang baik sehingga dalam ibadah haji dan umrah jamaah mendapatkan haji dan umrah yang mabrur.

b. Fasilitas

PT. An-Nur Maarif sudah memiliki pengalaman melayani perjalanan haji dan umrah selama 17 tahun lamanya tentunya tidak diragukan lagi, PT. An-Nur Maarif memberikan fasilitas dengan hotel yang nyaman dan letaknya strategis dekat dengan Masjid Al-Haram dan Masjid Nabawai, serta didukung dengan transportasi terbaik. Dengan demikian sangat terpengaruh dalam memilih biro perjalanan haji dan umrah di PT. An-Nur Maarif ini. PT. An-Nur Maarif merupakan travel yang tak asing lagi

²⁶ Harwan, Tiketing, Wawancara di Parepare tanggal 05 Desember 2020

didengar karena sudah memiliki cabang disetiap daerah, PT. An-Nur Maarif juga sudah memiliki jam terbang yang cukup tinggi. Berdiri sejak tahun dan hingga kini telah memberangkatkan jamaah umrah setiap tahunnya lebih dari 3000 orang dan jamaah haji khusus lebih dari 200 orang/tahun.

c. Izin Resmi

Setiap penyediaan jasa haji dan umrah biasanya harus memiliki izin dari Kementrian Agama untuk dilakukan pengawasan dari pemerintah, hal tersebut dapat mencegah terjadinya penipuan dari travel lain yang tidak bertanggung jawab sehingga juga membuat nama travel yang dimiliki ikut rusak oleh karena itu sangat dibutuhkan surat izin dari Kementrian Agama. Dalam hal ini PT. An-Nur maarif merupakan biro perjalanan haji dan umrah yang resmi memiliki Izin Haji Khusus No. 552/2017 dan Izin Resmi Umrah No. 284/2017.

d. Bimbingan

Jamaah haji yang akan melakukan pemberangkatan akan diberikan bimbingan secara kelompok dan massal. Selama dalam kegiatan perjalanan haji dan umrah, mulai dari pemberangkatan hingga sampai kembali ketanah air jamaah tidak akan dilepas hingga sampai kekeluarga masing-masing yang dibimbing langsung oleh ustadz yang profesinoal. Adapun pembimbing jamaah haji dan umrah yaitu

- 1) H. Bunyamin M Yapid LC,M.Th.I
- 2) H. Wahyuddin M Yapid LC.
- 3) H. Rahmat Salim LC.
- 4) H. Hamkah Adama LC.
- 5) H. Muhaemin Ali LC.

Dengan demikian peluang yang dimiliki PT. An-Nur Maarif ini dapat menjadikan biro perjalanan haji dan umrah yang dapat dipercayakan oleh masyarakat

karena memberikan harga yang terjangkau, mendapatkan fasilitas yang nyaman, sudah memiliki izin resmi dari Kementrian Agama, dan mendapat bimbingan langsung oleh ulama yang sudah berpengalaman.

2. Faktor Tantangan

Faktor yang dapat memperhambat proses pemasaran dalam bisnis yakni strategi pemasaran yang digunakan tidak sesuai dengan apa yang dijalankan. Dalam hal ini wawancara bersama dengan Harwan selaku tiketing, tantangan yang di hadapi PT. An-Nur Maarif dalam proses pemasaran yakni.

“Kebetulan dikota parepare memperketat ki masalah promosi kayak spanduk-spanduk itu dibatasi kemarin kita sempat memberikan promosi melalui kayak spanduk-spanduk itu dilarang dipasang dipohon di tempel-tempel apa untuk yang lainnya kita sering mensosialisasikan kemasyarakat umum.”²⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Harwan selaku tiketing di PT. An-Nur Maarif memaparkan bahwa yang memperhambat dalam proses pemasaran yakni dilarangnya untuk membuat atau memasang sepanduk di pohon. Sehingga dengan larangan itu karyawan atau staff melakukan manajemen pemasaran dengan cara bersilahturahmi mensosialisasikan kepada masyarakat bahwa PT. An-Nur Maarif itu memberikan fasilitas yang tidak kalah dengan travel yang lainnya dan juga mampu bersaing dengan travel lain.

Sebagai penyelenggara ibadah haji dan umrah, semakin banyak travel yang bermunculan membuat persaingan antar travel semakin ketat sehingga dalam hal ini membuat PT. An-Nur Maarif terus memberikan suatu hal yang menarik perhatian jamaah seperti memberikan fasilitas terbaik dan memberikan harga yang sesuai agar

²⁷ Harwan, Tiketing, Wawancara di Parepare tanggal 05 Desember 2020

tetap mempercayakan kepada masyarakat bahwa PT. An-Nur ini mampu bersaing dengan travel yang lainnya.



