

**SKRIPSI**

**STRATEGI PT AN-NUR MAARIF (TOUR DAN TRAVEL)  
DALAM REKRUTMEN CALON JAMAAH HAJI DAN UMRAH  
DI PANGKAJENE KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**



**OLEH**

**NURUL ELMI SAHRIL**

**NIM: 16. 3300. 056**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH FAKULTAS  
USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

**2021 M / 1443 H**

**STRATEGI PT AN-NUR MAARIF (TOUR DAN TRAVEL)  
DALAM REKRUTMEN CALON JAMAAH HAJI DAN UMRAH  
DI PANGKAJENE KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**



Oleh :

**NURUL ELMI SAHRIL**  
**NIM: 16. 3300. 056**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Pada Program Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut  
Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH FAKULTAS  
USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

**2021 M / 1443 H**

**STRATEGI PT AN-NUR MAARIF (TOUR DAN TRAVEL)  
DALAM REKRUTMEN CALON JAMAAH HAJI DAN UMRAH  
DI PANGKAJENE KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)**

**Jurusan Manajemen Dakwah**

**Disusun dan diajukan oleh**

**NURUL ELMI SAHRIL**

**NIM: 16. 3300. 056**

**PAREPARE**

**Kepada**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH FAKULTAS  
USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

**2021 M / 1443 H**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، وَعَلَى  
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah menurunkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya berupa kekuatan dan kesehatan sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada sang revolusioner Islam yang membawa agama Allah SWT, menjadi agama yang benar dan *Rahmatan Lil' alamin* yakni baginda Rasulullah Saw. beserta keluarganya, para sahabatnya, danyang menjadi pengikut jejak beliau hingga akhir zaman kelak.

Penulis menghanturkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, berkat dukungan serta doa tulus yang mereka panjatkan sehingga penulis bisa sampai pada titik ini, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada suami penulis telah mendukung dan menemani dari mengurus kesana sini hingga tugas akademik selesai. Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. M. Nasri H, M. Ag, dan bapak Muhammad Harmain, M. Sos. I selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Dr. H. Abd. Halim K, M. A. sebagai “Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan ibu dosen program studi Manajemen Dakwah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.

4. Bapak dan Ibu Dosen yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengajari dan membagi ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan di IAIN Parepare.
5. Kepada Staf PT An-Nur Maarif Tour dan Travel yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tugas skripsi hingga bisa mendapatkan gelar S. Sos
6. Salah satu warga Desa Bila Riase dan Lagading yang telah melakukan ibadah Haji dan Umrah di PT An-Nur Maarif Tour dan Travel
7. Teman-teman Mahasiswa Manajemen dakwah yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungannya yang telah diberikan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
8. Sahabat yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsinya.

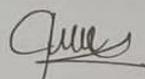
Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. Membalas segala bantuan yang diberikan kepada penulis dan selalu dalam lindungan-nya.

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Kritik dan saran demi perbaikan penelitian ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian untuk perbaikan kedepannya sehingga menjadi penelitian

Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan ini. Kritik dan saran demi perbaikan penelitian ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian untuk perbaikan kedepannya sehingga menjadi penelitian yang lebih baik, pada akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis berharap pembaca berkenan untuk memberikan kritik dan saran.

Parepare, 31 Agustus 2021 M  
22 Muharram 1443 H

Penulis,



Nurul Elmi Sahril  
16.3300.056

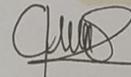
## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Elmi Sahril  
NIM : 16.3300.056  
Tempat/Tgl Lahir : Lagading, 13 Maret 1998  
Program Studi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah  
Judul Skripsi : Strategi PT An-Nur Maarif (Tour dan Travel) Dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 31 Agustus 2021  
Penulis,



NURUL ELMI SAHRIL  
16.3300.056

## ABSTRAK

**Nurul Elmi Sahril.** *Strategi PT. An-Nur Maarif (Tour dan Travel) Dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang* (dibimbing oleh Bapak M. Nasri dan Bapak Muhammad Haramain).

Strategi ialah penentuan tujuan, untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan dibandingkan para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Haji dan Umrah merupakan ibadah yang wajib dilakukan oleh setiap umat muslim, hanya saja haji dan umrah memiliki perbedaan waktu pelaksanaan dan syarat-syaratnya. Biro perjalanan wisata PT. An-Nur Maarif Travel dan Tour merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umrah khusus memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umrah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi merekrut calon jamaah, respon, dan tantangan maupun peluang dalam merekrut calon jamaah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata atau tindakan baik secara lisan maupun tertulis. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, pemaparan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan : 1) Strategi dalam Merekrut Jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah ialah dengan cara teknik pemasaran dengan menyebarkan brosur, spanduk-spanduk di setiap titik daerah yang sering dilewati oleh banyak orang, memperkuat konektor di setiap daerah-daerah di setiap kecamatan, memperkuat informasi-informasi untuk menjalin kerjasama sponsor, melakukan penyebaran informasi ke media online, serta melakukan strategi itu dengan secara terus menerus. 2) Respon jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel setelah melaksanakan haji atau umrah berdasarkan hasil penelitian bahwa sejauh ini menghasilkan respon yang baik dari para jamaah haji dan umrah, dikarenakan pada PT. An-Nur sangat memperhatikan kepuasan pelanggan. 3) Tantangan yang dihadapi di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah dalam merekrut jamaah adalah pandemi COVID 19 dan adanya kesamaan produk dengan Travel haji dan umrah lain. Sedangkan peluang yang dihadapi yaitu dengan membandingkan harga biro perjalanan lain dan kepastian pemberangkatan kepada jamaah.

Kata kunci: Rekrutmen, Strategi, Tour dan travel.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGANTAR .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah. ....	4
C. Tujuan Penelitian. ....	5
D. Kegunaan Penelitian. ....	5
BAB II            TINJAUAN PUSTAKA	
Tinjauan Penelitian Terdahulu. ....	6
TinjauanTeoretis. ....	7
1.            Teori Haji dan Umrah .....	7
2.            Teori Strategis.....	16
B. Bagan Kerangka Pikir. ....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
C. Fokus Penelitian.....	27

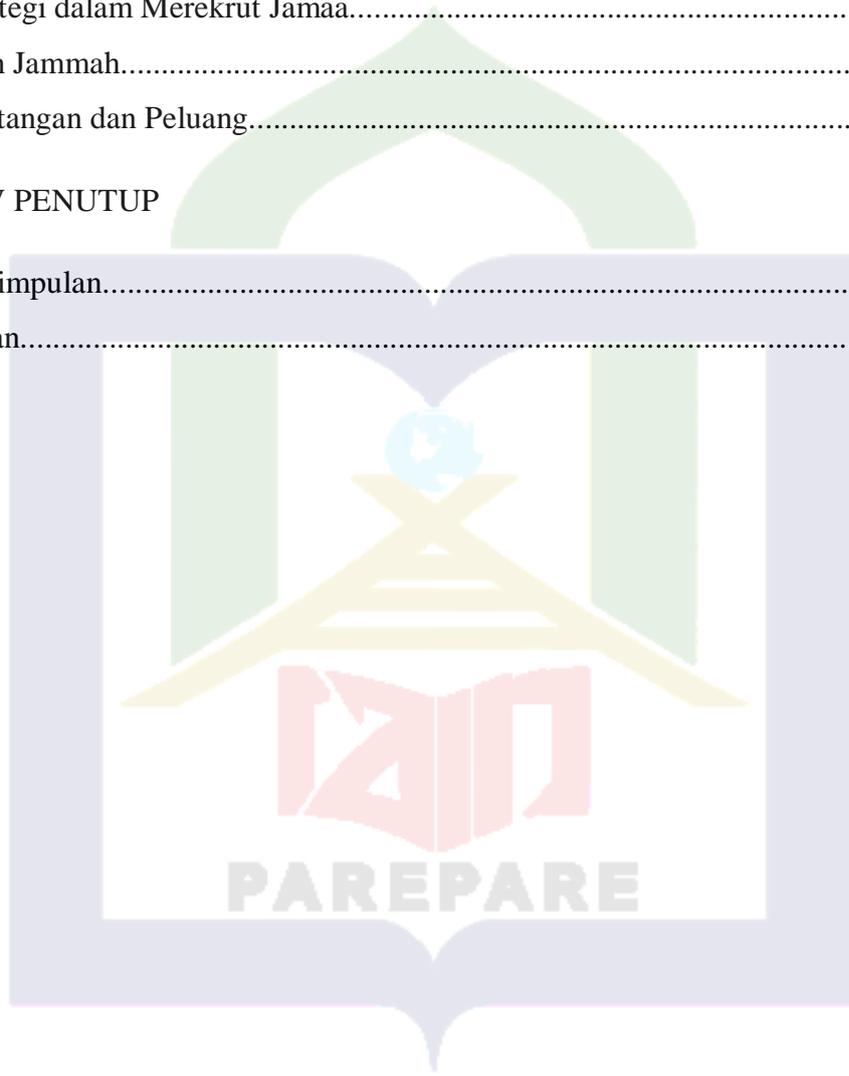
D. Jenis dan Sumber Data yang digunakan.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Teknik Analisis Data.....	30

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
B. Strategi dalam Merekrut Jamaa.....	45
Respon Jammah.....	60
C. Tantangan dan Peluang.....	63

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68



DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN – LAMPIRAN

No.	Judul Tabel	Halaman
4. 1	Strategi dalam Merekrut Jamaah	45

No.	Judul Gambar	Halaman
2. 1	Kerangka Pikir Penelitian	25
3. 1	Struktur Organisasi	36

No.	Judul Lampiran	Halaman
1	Izin Melaksanakan Peneliti dari IAIN Parepare	Lampiran
2	Izin Melaksanakan Penelitian	Lampiran
3	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	Lampiran
4	Pedoman Wawancara	Lampiran
5	Keterangan Wawancara	Lampiran
6	Dokumentasi	Lampiran
7	Biografi Penulis	Lampiran



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam adalah agama dakwah, dimana dakwah merupakan mengajak atau menyeru umat manusia senantiasa selalu melakukan kebaikan. Menyebarkan islam di tengah-tengah kehidupan umat manusia merupakan usaha dakwah, yang dalam keadaan bagaimanapun dan di manapun harus dilakukan oleh umat manusia. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran-ajaran islam supaya masuk ke jalan Allah, baik secara lisan ataupun dengan perbuatan.

Ibadah haji pada hakekatnya merupakan ibadah besar karena selain membutuhkan biaya yang besar (bagi muslim yang tinggal jauh dari makkah), dalam melaksanakannya membutuhkan kekuatan fisik. Oleh karena itu, Allah hanya mewajibkan bagi orang yang mampu. Ibadah haji dilakukan di waktu yang telah ditentukan yaitu 10 hijriah.<sup>1</sup>

Ditinjau dari sudut bahasa, kata haji berarti berniat pergi, bermaksud, atau menuju ke suatu tempat tertentu. Sedangkan arti haji menurut istilah adalah menuju ke Ka'bah untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu, yakni mengunjungi suatu tempat tertentu dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu. Dengan kata lain, haji menurut istilah syara' adalah sengaja mengunjungi Makkah (Ka'bah) untuk mengerjakan ibadah yang terdiri atas tawaf, sa'i, wukuf, dan ibadah-ibadah lain untuk memenuhi perintah Allah serta mengharap keridaan-Nya.

Haji merupakan suatu ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi Ka'bah dan dilakukan pada waktu tertentu dan syarat-syarat yang telah ditentukan atau ditetapkan. Ibadah haji merupakan rukun islam yang kelima, ibadah haji dilakukan agar mentaati perintah Allah Swt. dan mengharap keridaan-Nya. Ibadah haji tidak dilakukan di sembarang tempat, waktu dan perbuatan. Ibadah haji mulai diperintahkan pada akhir tahun ke-9 Hijriah (setelah Nabi berada di Madinah), dengan diturunkannya ayat yang berbunyi:

---

<sup>1</sup>Tata Sukayat, *Manajemen Haji, Umrah, dan Wisata Agama* (Bandung:Simbiosis RekatamaMedia,2016),h.05

فِيهِ آيَةٌ بَيِّنَةٌ مِّمَّا قَامَ إِبْرَاهِيمَ ۚ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Terjemahan:

“Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (Tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. (Ali Imran/3:97) ”.

Rumah pertama yang didirikan sebagai tempat ibadah bagi manusia adalah Masjidil Haram sekarang atau Ka'bah yang dibangun untuk tempat ibadah jauh lebih dulu dari pembangunan Masjidil Aqsa di Yerusalem. Secara historis pun, kotaMekkah jauh lebih tua daripada kota Yerusalem.<sup>2</sup>

Haji dan Umrah merupakan ibadah yang wajib dilakukan oleh setiap umat muslim, hanya saja haji dan umrah memiliki perbedaan waktu pelaksanaan dan syarat-syaratnya. Haji dan umrah hanya diwajibkan satu kali dalam seumur hidup, haji dan umrah yang dilakukan dua kali sampai seterusnya maka itu termasuk sunnah.

Secara bahasa, kata umroh berarti az-ziyarah yaitu berkunjung atau mendatangi suatu tempat. Sedangkan secara istilah, kata umroh di dalam ilmu fikih didefinisikan oleh jumhur ulama sebagai, tawaf di sekeliling Baitullah dan sai antara Shafa dan Marwah dengan ber-ihram. Mendatangi Kakbah untuk melaksanakan ritual ibadah yaitu melakukan tawaf dan sai.

Dalam Undang-Undang No. 17 tahun 1999 tentang penyelenggaraan ibadah haji diisyaratkan tiga hal yang harus diupayakan secara konsisten dan terus menerus oleh pemerintah, dalam hal ini kementerian agama sebagai *leading sector* penyelenggaraan ibadah haji yaitu: pertama, pembinaan yang mencakup bimbingan pra haji, ketika berlangsung dan paska haji. Kedua, pelayanan yang

---

<sup>2</sup>Said Agil Husin Al Munawar dan Abdul Halim, *Fikih Haji Menuntun Jama'ah MencapaiHaji Mabru* (Jakarta Selatan: Ciputat Press, 2003),h.03

terdiri dari pelayanan administrasi, transportasi, konsumsi, kesehatan, dan akomodasi. Ketiga, perlindungan yang meliputi keselamatan keamanan serta asuransi perlindungan dari pihak lain yang merugikan jamaah haji.<sup>3</sup>

Peluang inilah yang dilirik oleh pemerintah dan juga biro-biro penyelenggara berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Perusahaan atau travel berlomba-lomba menawarkan pembinaan, pelayanan dan perlindungan serta kelebihan fasilitas yang berbeda untuk menarik minat calon jamaah dengan strategi perusahaan atau travel masing-masing.

Berbagai travel biro-biro perjalanan haji dan umrah yang ikut serta mengurus pelaksanaan ibadah haji dan umrah, menimbulkan persaingan antara travel yang satu dengan travel yang lainnya. Sehingga para jamaah kebingungan untuk mencari lembaga mana yang baik dalam memberikan pelayanan dari segala bidang sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umrah bisa memberikan hasil yang memuaskan.

Biro perjalanan wisata PT. An-Nur Maarif Travel dan Tour merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umrah khusus memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umrah serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah haji dan umrah di Indonesia.

Dalam strategi merekrut calon jamaah haji dan umrah untuk masuk ke An-Nur Maarif, travel haji dan umrah ini masih menggunakan metode *mouth to mouth* dari warga sekitar dan para alumni jamaah yang telah menggunakan jasa travel ini. Dan juga menyebarkan brosur-brosur di berbagai tempat seperti di masjid, dan pamflet, serta website resmi biasanya juga travel ini mempromosikan di media sosial seperti live di facebook. Pihak lembaga tidak mengharuskan membayar tunai karena ditakutkan nilai dollar naik ke dalam rupiah, kurang siapnya mental dikarenakan ada hal-hal tertentu sehingga calon jamaah haji beruba pikiran dan pihak lembaga tidak bisa memberikan jaminan uang kembali ke tangan calon jamaah haji. Dengan pernyataan inilah, menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang strategi yang digunakan oleh lembaga dalam merekrut calon jamaah haji dan umrah.

---

<sup>3</sup>Taufiq Kamil (Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan haji, disajikan di sebuah seminar haji di Jakarta / B-I), BPIH dari tahun ketahun, Faktual atau Komersil, (Media Indonesia, edisi selasa, 9 juli 2002)

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yakni:

1. Bagaimana strategi dalam merekrut jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel haji dan umrah?
2. Bagaimana respon jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel setelah melaksanakan haji atau umrah?
3. Apa tantangan dan peluang dalam merekrut jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi dalam merekrut jamaah di Travel haji dan umrah PT. An-Nur Maarif.
2. Untuk mengetahui respon jamaah di PT. An-Nur Maarif setelah melaksanakan haji dan umrah.
3. Untuk mengetahui tantangan dan peluang dalam perekrutan jamaah di PT. An-Nur Maarif.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini mencakup kegunaan teoritis dan kegunaan praktis

### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini mengungkapkan pengelolaan strategi dalam merekrut jamaah (mencari nasabah) tentunya di Travel haji dan umrah PT. An-Nur Maarif dalam memberikan keilmuan secara teoritis, juga dapat dipergunakan sebagai bahan acuan dibidang penelitian sejenisnya.

### **2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat berguna dan menjadi bahan untuk pengelolaan Travel haji dan umrah dalam merekrut Jamaah pada PT. An-Nur Maarif.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu**

Pada bagian penelitian ini peneliti mengemukakan beberapa literatur utama yang dijadikan sebagai referensi skripsi yang ditulis sebagai acuan, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Chaermaya Mugni Said dengan skripsi “Strategi Bisnis Haji PT Arminareka Perdana (Studi Perekrutan Jamaah) . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bisnis Haji PT Arminareka Perdana memiliki kekuatan bisnis dalam menarik calon jamaah haji adalah dengan menerapkan strategi differensiasi yaitu melalui program solusi. Penelitian sebelumnya sama-sama membahas tentang bagaimana strategi dalam menarik calon jamaah haji, penelitian tersebut juga sama-sama menggunakan penelitian kualitatif.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Angraini Frista Pratiwi Hatta dengan skripsi “Manajemen Travel Haji dan Umrah Dalam Merekrut Jamaah (Studi Kasus di PT. Aliyah Perdana Wisata) . Hasil penelitian ini menunjukkan tentang proses pendaftaran jamaah haji dan umrah, manajemen dalam merekrut jamaah dan tantangan serta peluang dalam merekrut jamaah di PT. Aliyah Perdana Wisata. Penelitian sebelumnya membahas tentang pendaftaran jamaah haji dan umrah, manajemen dalam merekrut dan tantangan serta peluang dalam merekrut jamaah sedangkan peneliti hanya fokus membahas tentang strategi travel hajidan umrah dalam merekrut jamaah. Penelitian ini juga sama- sama menggunakan penelitian kualitatif.

#### **B. Tinjauan Teoretis**

##### **1. Ajaran Haji**

###### **a. Pengertian Haji**

Ulama fiqih mendefinisikan Haji dengan “menyengaja mendatangi Ka’bah untuk menunaikan amalan-amalan tertentu, atau mengunjungi tempat tertentu, pada waktu tertentu untuk melakukan amalan-amalan tertentu.

Haji adalah menyengaja mengunjungi Baitullah untuk beribadah kepada

Allah dengan syarat atau rukun tertentu, serta pada waktu tertentu pula. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama berhaji meliputi amalan-amalan yang dikelompokkan dan rukun, wajib dan sunnah haji.<sup>4</sup>Haji dilaksanakan bagi orang yang mampu, semata-mata untuk mendapatkan ridho dari Allah Swt.

Menurut imam Ar-Razi berpendapat dalam kitab/kamus Mukhtar Ash-Shihhah, bahwa haji menurut bahasa adalah menuju. Sedangkan secara istilah, haji adalah menuju Makkah (Baitullah) untuk menunaikan ibadah secara khusus. Haji merupakan rukun islam yang kelima dimana pelaksanaannya hanya dapat dilaksanakan pada waktu tertentu, antara tanggal 8 sampai dengan 13 Dzulhijjah setiap tahun, dapat dipahami dalam QS. Al-Baqarah/2: 197:

الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَةٌ ۖ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ ۗ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ يَّعْلَمُهُ اللَّهُ ۗ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ وَاتَّقُونِ يَا أُولِيَ الْأَلْبَابِ

Terjemahaan:

“(Musim) haji adalah beberapa bulan yang dimaklumi, barang siapa yang menetapkan niatnya dalam bulan itu akan mengerjakan haji, maka tidak boleh rafas, berbuat fasik, dan berbantah-bantahan di dalam masa mengerjakan haji. Dan apa yang kamu kerjakan berupa kebaikan, niscaya Allah mengetahuinya. Berbekallah, dan sesungguhnya sebaik-baik bekal.

#### b. Hukum Haji

Hukum haji adalah wajib bagi seluruh umat islam bagi yang mampu, haji dilakukan sekali seumur hidup. Dari Ash-Shubayya bin Ma’bad, ia berkata: Aku pernah datang kepada Umar r. a. ,lalu bertanya, “*Ya Amirul Mukminin, saya sudah masuk Islam, dan aku dapatkan, bahwa ibadah haji dan umrah wajib atasku, maka aku telah memulai ihram untuk keduanya.*” Maka belia menjawab, “*Engkau telah diberi petunjuk untuk mengikuti sunnah Nabimu.*”<sup>5</sup>

Ulama fiqih sepakat menyatakan bahwa ibadah haji wajib dilaksanakan bagi

<sup>4</sup>Rr. Retno Widyani, Mansyur Pribadi, *Panduan Ibadah Haji dan Umrah* (Cirebon: SwagatiPress, 2010) . h. 13

<sup>5</sup>Halimi Zuhdy, *Sejarah Haji dan Manasik* (Malang: UIN-Maliki Press, 2015) h. 22

setiap mukmin yang mempunyai kemampuan biaya, fisik, dan waktu. Akan tetapi, mereka berbeda pendapat tentang kapan kewajiban itu dimulai, apakah kewajiban itu bisa ditunda, atau harus dilaksanakan segera setelah mampu. Jika pelaksanaannya ditunda sampai beberapa tahun, maka orang tersebut dihukumi fasik, karena penundaan tersebut termasuk maksiat. Jika pelaksanaan haji itu ditunda-tunda, kemudian uangnya habis, maka orang tersebut menurut mereka harus meminjam uang orang lain untuk melaksanakan ibadah haji itu, karena waktu wajib baginya telah tiba tetapi ia tunda.

Alasan mereka menyatakan bahwa pelaksanaan ibadah haji tidak boleh ditunda bagi orang yang telah mampu dan memenuhi syarat adalah firman Allah SWT dalam surat Ali'Imran (3) ayat 97 dan surat al-Baqarah (2) ayat 196 di atas. Tuntutan untuk menunaikan ibadah haji itu adalah tuntutan yang sifatnya segera, karenanya tidak boleh ditunda.

Sebagai sebuah kewajiban, ibadah haji merupakan jalan menuju pemenuhan nilai keagamaan seorang muslim untuk menjadi muslim yang kaffah. Menurut Ali Syari'ati pada tahun 1978 memandang semangat (motivasi) mengemukakan bahwa Jika ditinjau dari sudut pandang yang praktis dan konseptual maka rukun-rukun Islam terpenting yang memberikan motivasi kepada notion muslim dan yang membuat warga-warganya sadar mereka terhormat, serta memiliki tanggungjawab sosial adalah tauhid, jihad dan haji.<sup>6</sup>

### c. Rukun Haji

Rukun haji merupakan salah satu yang harus dilakukan oleh jamaah haji dimana jika seorang jamaah haji tidak melaksanakan salah satu rukun haji maka dikatakan batal, dan harus mengulanginya di tahun depan. Haji dikatakan batal jika ia tidak melaksanakan wukuf di Arafah karena sakit, maka ia harus mengulanginya pada tahun berikutnya, karena sabda Nabi Muhammad saw “bahwa haji adalah Arafah”, artinya jika seseorang yang melaksanakan haji ke Baitullah, namun ia tidak melaksanakan wukuf di Arafah, maka hajinya batal.

Rukun haji menurut hanafiyah hanya ada dua wukuf di Arafah dan empat

---

<sup>6</sup>Achmad Nidjam dan Alatief Hanan, *Manajemen Haji* (Jakarta: Mediacita, 2006), h. 7.

kali tawaf yang pertama dari tujuh kali tawaf, yang tiga kali tawaf pertama dari tujuh kali tawaf, yang tiga kali dipandang wajib.<sup>7</sup>

Menurut Syafi'iyah rukun Haji ada enam yaitu:

- 1) Ihram, adalah permulaan memasuki ibadah haji juga ibadah umrah.<sup>8</sup> Ihram yaitu berniat untuk melakukan haji atau umrah dengan memakai pakaian khusus (ihram), atau kedua-duanya dan dengan menjahui hal-hal yang diharamkan atau yang dilarang dalam pelaksanaan haji. Ihram yaitu niat yang diiringi dengan ucapan atau perbuatan yang berkaitan dengan ibadah haji.
- 2) Wukuf di Padang Arafah, yaitu berdiam diri sejenak di Padang Arafah pada tanggal 9 Dzulhijjah, mulai dari menjelang zuhur hingga terbenam matahari. Wukuf di Padang Arafah berarti berdiam diri atau merenungi betapa kecilnya kita di hadapan Allah, serta menyadari betapa banyak dosa yang telah kitalakukan, betapa kikir, sombong dan sebagainya yang menjadi sifat serta kebiasaan buruk yang dilakukan manusia. Jika Ihram adalah niat membersihkan diri dari segala kotoran dunia secara lahir dan batin maka wukuf adalah pelaksanaan permohonan ampun kepada Allah swt.<sup>9</sup>
- 3) Thawaf Ifadhah yaitu mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali putaran dalam arah berlawanan jarum jam dimulai dari rukun Hajar Aswad dan berakhir ditempat yang sama.
- 4) Sai (Berlari kecil antara Shafa dan Marwah), maksud dari sai adalah berjalan antara shafa dan marwah sebanyak 7 kali, dimulai dari shafa dan diakhiri di marwah.
- 5) Tahallul (Mencukur Rambut), memotong atau menggunting beberapa helairambut setelah melakukan sai.
- 6) Tertib (sesuai dengan urutan) yaitu mendahulukan ihram dari keseluruhan rukun lainnya, mendahulukan wukuf dari tawaf ifadah dan pematangan

<sup>7</sup>Halimi Zuhdy, *Sejarah Haji dan Manasik*, h. 34

<sup>8</sup>Ghufron Ajib Mas'adi, *Bekal Menuju Tanah Suci Haji Menangkap Makna Fisikal dan Spiritual* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1998), h. 126

<sup>9</sup>Halimi Zuhdy, *Sejarah Haji dan Manasik*, h. 43

rambut, dan mendahulukan tawaf atas sai bila sai itu tidak dilaksanakan setelah tawaf qudum.<sup>10</sup>

d. Wajib Haji

Wajib haji jika tidak dilaksanakan maka tidak membatalkan haji hanya saja akan dikenakan denda atau biasa disebut *dam*. Wajib haji adalah rangkaian amalan yang harus dilakukan dalam ibadah haji bila ditinggalkan akan dikenakan *dam* atau denda.<sup>11</sup>

Wajib haji adalah sesuatu yang harus dikerjakan namun tidak menyebabkan batal haji, apabila tidak dikerjakan sendiri boleh dilakukan oleh orang lain dengan membayar denda atau *dam*, jika terjadi halangan atau tidak sempat melakukannya dapat diganti dengan denda yaitu memotong seekor hewan kurban atau melakukan puasa.

Rangkaian tersebut adalah:

- 1) Ihram dari Miqat yang telah ditentukan, yaitu berniat untuk melakukan haji atau umrah dengan memakai pakaian khusus (ihram), atau keduanya dan dengan menjahui hal-hal yang diharamkan atau yang dilarang dalam pelaksanaan haji.
- 2) Mabrit (bermalam) di Musdalifah, mabit di musdalifah berarti *al-muktsu fi musdalifa* (berdiam di muzdalifah) pada malam 10 Dzul Hijjah setelah dari wukuf di Arafah.
- 3) Melempar Jumrah
- 4) Bermalam di Mina pada malam hari-hari Tasyriq (11, 12, 13 Dzulhijjah)
- 5) Tawaf Wada'<sup>12</sup>

e. Sunnah Haji

Sunnah berarti jika dikerjakan mendapatkan pahala dan jika tidak dikerjakan tidak berdosa. Rangkaian kegiatan yang jika dilaksanakan mendapat pahala dan jika tidak dilaksanakan tidak berdosa yaitu antara lain:

- 1) Mandi Sunnah Menjelang Ihram.

<sup>10</sup>Abdurachman, Rochimi, *Segala Tentang Haji dan Umrah*, h. 11 dan 180

<sup>11</sup>Said Agil Husin Al Munawar dan Abdul Halim, *Fikih Haji Menuntun Jamaah Mencapai Haji*

<sup>12</sup>Halimi Zuhdy, *Sejarah Haji dan Manasik*, h. 79

- 2) Shalat Sunnah Ihram sebanyak dua rakaat.
- 3) Membaca talbiyah, shalawat Nabi dan doa.
- 4) Mencium Hajar Aswad.
- 5) Shalat sunnah di Hijir Ismail.
- 6) Shalat sunnah di Maqam Ibrahim.
- 7) Berdoa di Multazam.
- 8) Minum air Zam-zam.<sup>13</sup>

f. Jenis Haji

Jenis haji dibagi menjadi tiga yaitu Haji *Ifrad*, *Qiran*, *Tamattu'*. Haji dan umrah bisa dilakukan dengan tidak bersamaan seperti haji dilakukan di waktu yang telah ditentukan sedangkan umrah bisa dilakukan di luar bulan-bulan haji seperti bulan Ramadhan, adapun jenis pelaksanaan haji yang tidak wajib disertai dengan umrah yaitu:

1) Haji Ifrad

Haji Ifrad ialah melaksanakan haji saja. Haji ifrad ini dilakukan untuk membayar *Dam Nusuk*. Kata ifrad berarti menyendiri. Ibadah haji disebut ifrad, bila seseorang bermaksud menyendirikan, baik menyendirikan ibadah haji maupun ibadah umrah, tidak melakukan keduanya sekaligus. Jadi umrah hanya sebagai ibadah haji hingga selesai. Oleh sebab itu, niat ketika ihram hanya untuk haji terlebih dahulu, setelah selesai baru memasang niat untuk melaksanakan ibadah umrah.<sup>14</sup>

Haji ifrad ini cukup sulit dilaksanakan bagi jamaah haji di Indonesia, khususnya bagi orang yang tidak terbiasa menggunakan kain ihram. Jamaah yang telah tiba di Mekkah mereka tidak boleh melepas kain Ihram hingga tiba hari raya Idul Adha, jamaah yang melaksanakan haji Ifrad ini tidak diwajibkan membayar *dam*.

2) Haji Tamattu'

<sup>13</sup>Abdurachman Rochimi, *Segala Tentang Haji dan Umrah*, h. 12

<sup>14</sup>Said Agil Husin Al Munawar, dan Abdul Halim, *Fikih Haji Menuntun Jamaah Mencapai Haji Mabrur*, h. 44

Haji Tamattu' adalah ihram dari miqat dengan niat umrah saja, kemudian ketika sampai di Mekkah ia melaksanakan kegiatan-kegiatan umrah berupa thawaf dan sa'i, lalu bertahallul dengan mencukur atau memangkas rambut, kemudian menetap di Mekkah dalam keadaan halal (tidak ihram).<sup>15</sup>

Orang yang melakukan haji tamattu' berkewajiban untuk menyembelih seekor domba atau seekor unta gemuk. Jika orang tersebut tidak punya maka ia dapat menggantinya dengan puasa tiga hari sebelum hari raya, kemudian selesai haji ia puasa lagi tujuh hari secara berturut-turut atau selang seling, meskipun ia masih berada di Mekkah, sebagai ungkapan rasa syukur kepada Allah yang telah memberikannya taufiq untuk menunaikan dua ibadah (haji dan umrah) dalam tahun yang bersamaan. Syarat-syarat tamattu':

- a) Pelaku menggabungkan antara haji dan umrah dalam satu perjalanan haji di musim haji pada tahun yang sama.
  - b) Ia mendahulukan pelaksanaan umrah daripada haji.
  - c) Ia bukan penduduk Mekkah (non-Makki).
- 3) Haji Qiran

Kata *qiran* biasa disebut dengan menggabungkan. Qiran adalah pelaksanaan haji dan umrah yang dilakukan sekaligus dengan satu niat. Niat haji qiran dilakukan setelah memakai pakaian ihram dan melaksanakan shalat sunnah dua rakaat.

Syarat-syarat qiran yaitu pertama, pelaku qiran (atau disebut qarin) harus ihram dengan niat haji dan umrah sekaligus, atau berihram dengan niat umrah kemudian masuk ke haji sebelum thawaf umrah atau sebelum beberapa putaran thawaf. Kedua, Qarin harus menjaga haji dan umrah dari unsur-unsur yang dapat merusak. Ketiga, Qarin bukan penduduk Mekkah (non-Makki). Dan keempat, ia tidak ketinggalan waktu haji yang dimulai pada tanggal 8 Dzulhijjah.<sup>16</sup>

## 2. Ajaran Umrah

### a. Pengertian Umrah

<sup>15</sup>Abdul Aziz Muhammad Azzam, Abdul Wahhab Sayyed Hawwas, *Fiqih Ibadah Thaharah, Shalat, Zakat, Puasa dan Haji* (Jakarta: AMZAH, 2009), h. 574

<sup>16</sup>Abdul Aziz Muhammad Azzam, Abdul Wahhab Sayyed Hawwas, *Fiqih Ibadah Thaharah*

Umrah menurut arti bahasa berarti mengunjungi. Sedangkan menurut arti syara' umrah adalah ziarah ke Baitul Haram dengan mekanisme tertentu. Yakni dengan ihram, thawaf, sa'i, dan tahallul. Dikatakan pada waktu tertentu karena umrah boleh dilakukan kapan pun. Umrah adalah mengunjungi tanah suci dengan tujuan semata-mata mencari ridha Allah SWT.

#### b. Hukum Umrah

Ahli fiqih menyepakati legalitas umrah dari segi syara' dan ia wajib bagi orang yang disyariatkan untuk menyempurnakannya. Namun, mereka berbeda pendapat mengenai hukumnya dari segi wajib dan tidaknya ke dalam dua arus pendapat yaitu sebagai berikut.<sup>17</sup>

Pertama, sunnah mu'akkadah. Ini adalah pendapat Ibnu Mas'ud, Imam Abu Hanifah, Imam Malik, Imam Asy-Syafi'i menurut salah satu versi pendapat Imam Ahmad menurut salah satu versi pendapat, Abu Tsaur, dan kalangan mazhab Zaidiyyah.

Kedua, wajib terutama bagi orang yang diwajibkan haji. Pendapat ini dianut oleh Imam Asy-Syafi'i menurut versi yang paling shahih di antara dua pendapatnya, Imam Ahmad menurut versi lain, Ibnu Hazm, sebagian ulama mazhab Maliki, kalangan mazhab Imamiyyah dalam versi yang otoritatif, Asy-Sya'bi, dan Ats-Tsauri. Pendapat ini juga merupakan pendapat mayoritas ulama dan kalangan sahabat dan lainnya, mereka bersepakat bahwa pelaksanaannya hanya sekali seumur hidup sebagaimana halnya haji. Wajib umrah ada dua:

- 1) Berihram dari Miqat
- 2) Menghindari dan menjauhi hal-hal yang diharamkan selama berihram.

#### Sunnah umrah

Berikut hal-hal yang disunnahkan kepada jamaah umrah.

- 1) Mandi sunnah sebelum berihram.
- 2) Shalat sunnah ihram sebanyak dua rakaat.
- 3) Membaca Talbiyah, shalawat Nabi, dan doa.
- 4) Mencium Hajar Aswad.

---

<sup>17</sup>Abdul Aziz Muhammad Azzam, Abdul Wahhab Sayyed Hawwas, *Fiqih Ibadah Thaharah, Shalat, Zakat, Puasa dan Haji*, h. 604

- 5) Shalat sunnah di Maqam Ibrahim.
  - 6) Shalat sunnah di Hijr Ismail.
  - 7) Berdoa di Multazam.
  - 8) Minum air Zamzam.
- c. Syarat Umrah

Adapun syarat sah umrah yaitu:

- 1) Islam
  - 2) Berakal
  - 3) Baliqh (Tamsyiz)
  - 4) Berihram dari Miqat Makani
  - 5) Memenuhi seluruh rukun umrah.
- d. Perbedaan haji dan umrah

Adapun perbedaan haji dan umrah antara lain:

- 1) Umrah tidak mempunyai waktu tertentu dan tidak bisa ketinggalan waktu.
- 2) Dalam umrah tidak ada wukuf di Arafah dan tidak ada pula mabith di Muzdalifah.
- 3) Dalam umrah tidak ada kegiatan melontar jumrah.
- 4) Pada umrah tidak ada menjamak dua shalat. Menurut tiga imam mazhab menjamak dua shalat itu hanya karena ibadah haji. Kalangan mazhab Syafi'i bukanlah sebab bagi bolehnya jamak antara dua shalat, melainkan menjadi sebab hanyalah perjalanan (safir).
- 5) Dalam umrah tawaf qudum dan tidak ada pula khutbah.
- 6) Miqat umrah adalah di tanah Halal bagi semua orang, tanpa terkecuali. Berbeda dengan haji miqat haji bagi orang mekah adalah di tanah Haram, sementara bagi orang selain mekah miqat pada tempat-tempat yang telah ditentukan Nabi Saw.
- 7) Umrah berbeda dengan haji dari segi hukum. Bila umrah itu hukumnya sunnah muakkad, sedangkan haji adalah fardhu.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Said Agil Husin Al Munawar dan Abdul Halim, *Fikih Haji menuntun Jamaah MencapaiHaji Mabruur*, h. 285-286

## 2. Teori Strategis

### a. Pengertian Strategis

Strategi merupakan analisis yang tepat tentang kekuatan yang dimiliki oleh organisasi, kelemahan yang mungkin melekat pada dirinya, berbagai peluang yang mungkin timbul dan harus dimanfaatkan serta ancaman yang diperkirakan akan dihadapinya. Dengan analisis yang tepat berbagai alternatif yang dapat ditempuh akan terlihat.<sup>19</sup>

Strategi berasal dari istilah militer, yang berasal dari kata Yunani *stratēgia*, yang berarti seni atau ilmu menjadi jenderal. Istilah tersebut juga sering dipakai dalam bidang lain seperti dalam bisnis. Manajemen strategis merupakan gambaran besar, manajemen strategi adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber daya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara efektif untuk memenuhi tujuan strategis.

Pengertian strategis mempunyai beberapa kata kunci. Strategi menekankan pada tindakan untuk mencapai suatu tujuan. Strategi secara implisit mengasumsikan hubungan antara lingkungan dengan organisasi yang tidak stabil dan tidak dapat diprediksikan.<sup>20</sup>

Mc. Nichlos berpendapat bahwa strategi adalah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan. Strategi adalah suatu usaha untuk mencapai suatu tujuan dengan melihat dan memadukan lingkungan eksternal serta internal sehingga menghasilkan suatu keputusan dan tindakan yang tepat.<sup>21</sup>

Menurut Alfred Chandler yang dikutip Ismail Sholihin mengatakan bahwa strategi adalah penentuan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan penerapan program tindakan serta lokasi sumber daya yang diperlukan untuk

---

<sup>19</sup>Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik* (cetakan IX: PT Bumi Aksara, 2011)

<sup>20</sup>Mamduh M. Hanafi, *Manajemen* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), h. 137-147

<sup>21</sup>Irwan Misbach, "*Ruang Lingkup Manajemen Strategi*" (Naskah presentasi yang disajikan pada pertemuan kuliah di Jurusan Manajemen Dakwah C semester 5, Gowa 16 Oktober 2015), h. 4-8

melaksanakan tujuan-tujuan.<sup>22</sup> Sedangkan menurut Griffin yang dikutip Emi dan Kurniawan mengatakan bahwa strategi merupakan rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>23</sup>

Intinya strategi harus memiliki rencana yang bersifat jangka panjang, dengan melibatkan faktor eksternal (ancaman dan peluang) dan internal (kekuatan dan kelemahan). lingkungan yang dihadapi dalam setiap perusahaan harus dibedakan antara lingkungan dalam dan lingkungan luar. Dimana lingkungan dalam mencakup setiap kecenderungan, kekuatan kejadian dan keberhasilan perusahaan. Lingkungan luar mencakup setiap kecenderungan, kekuatan dan kejadian yang timbul di luar perusahaan dan mempengaruhi kegiatan dan keberhasilan perusahaan.

Kekuatan dan kejadian yang berasal dari dalam perusahaan merupakan kemampuan atau kekuatan yang akan mendukung mencapai sasarannya dalam industri yang bersaing. Sebagian lagi merupakan kelemahan yang mengakibatkan pencapaian sasaran menjadi lebih sulit atau lebih lambat dibandingkan dengan para pesaingnya dalam industri. Kekuatan dan kelemahan ini adalah unsur-unsur dalam karena berada di bawah pengendalian dan dapat dipengaruhi oleh para pemimpin perusahaan.

Sebagian kecenderungan, kejadian, dan kekuatan yang mempengaruhi suatu perusahaan perusahaan yang berasal dari atau dipengaruhi oleh hal-hal di luar perusahaan. Apabila hal tersebut memberikan keuntungan bagi perusahaan yang berada dalam satu industri maka hal tersebut dikatakan peluang. Namun apabila kecenderungan, kejadian dan kekuatan menimbulkan kerugian bagi perusahaan yang ada dalam satu industri maka hal tersebut disebut ancaman.<sup>24</sup>

Adapun strategi yang dapat diterapkan dalam sebuah bisnis yaitu:

#### 1) *Cost Leadership*

Strategi keunggulan biaya menyeluruh lebih mempertimbangkan pesaing

<sup>22</sup>Ismail Solihin, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 24

<sup>23</sup>Emie Tisnawati Sule, Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: PrenadamediaGroup, 2005), h. 132

<sup>24</sup>Pontas M. Pardede, *Manajemen Strategi dan Manajemen Perusahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 215-217

dibandingkan pelanggan. Perusahaan lebih fokus pada harga jual yang lebih murah untuk pembeli, dengan membuat rendahnya jalan suatu produksi. Sumber-sumber itu mencakup teknologi milik sendiri, akses lebih ke bahan mentah, dan mencakup pengejaran skala ekonomi. Perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keseluruhan keunggulan biaya, maka perusahaan tersebut akan menjadi perusahaan yang berkinerja di atas rata-rata industri. Kepemimpinan biaya merupakan strategi yang secara khusus bergantung yang memimpin lebih dahulu, kecuali jika perubahan besar dalam teknologi memungkinkan sebuah perusahaan untuk mengubah secara radikal posisi biayanya.

## 2) *Differensiasi*

Perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan barang dengan karakteristik tertentu yang pada akhirnya akan mengakibatkan barang tersebut akan dianggap unik oleh konsumen. Perusahaan akan berusaha untuk memilih salah satu atau beberapa atribut barang dan pelayanan yang dianggap penting bagi konsumen. Manajemen melakukan pendekatan dalam menerapkan strategi differensiasi melalui rasa, desain, citra dan prestis, reputasi, teknologi, pelayanan konsumen, kualitas dan keragaman jenis barang. Perusahaan merasa posisi yang unik layak untuk menetapkan harga yang premium. Strategi ini menitik beratkan pada pembangunan persepsi pembeli yaitu dengan kualitas, citra dan inovasi.<sup>25</sup> Strategi differensiasi hanya dapat menjadi keunggulan bersaing dalam waktu yang relatif panjang jika di dasarkan pada kualitas, teknologi dan pelayanan konsumen.

Dalam tindakanya, manajemen hendaknya dapat mengkoordinasikan berbagai aktivitas manajemen fungsional yang pokok, seperti penelitian, dan pengembangan, rekayasa produk baru serta pemasaran. Perusahaan diisyaratkan memiliki citra dan reputasi yang unggul dan berkaitan dengan kualitas, teknologi dan pelayanan.<sup>26</sup>

Salah satu strategi differensiasi yang saat ini banyak dilakukan adalah bisnis sistem MLM (*Multi Level Marketing*). MLM adalah sebuah sistem pemasaran

---

<sup>25</sup>Philip Kloter, *Manajemen Perusahaan*, Edisi Kedua (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2001), h. 262

<sup>26</sup>Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategi* (Cet. III: Yogyakarta: UPP AMK YKPN, 1994), h. 284-290

yang modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran.

Menurut catatan APLI, saat ini lebih dari 200an perusahaan yang menggunakan sistem MLM dan masing-masing memiliki karakteristik, pola, sistem, dan model tersendiri yang menjadi dasar secara individual perusahaan MLM itu dinilai halal atau haram.<sup>27</sup>

### 3) Fokus

Dalam fokus biaya perusahaan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya. Untuk menentukan strategi mana yang tepat bagi suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan, maka perusahaan harus mengetahui secara pasti kedudukannya dalam suatu pasar.

### 4) *Marketing Mix* (bauran pemasaran)

Dalam proses pemasaran menyangkut tentang bagaimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumen menjadi puas. Pemasaran merupakan alat yang dapat dipergunakan oleh pengusaha untuk mempengaruhi konsumennya, bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang terdiri dari berbagai unsur, yang terdiri dari atas produk, harga, promosi, dan distribusi yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran positioning yang ditetapkan dapat berjalan dengan sukses. *Marketing mix* merupakan suatu yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya yang terdiri atas empat kelompok yaitu:

#### a) Produk (*product*)

Produk merupakan salah satu hal yang penting dalam variable marketing mix yang merupakan salah satu variable yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha. Karna produk merupakan salah satu yang dibutuhkan oleh perusahaan. Tanpa produk, perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan agar mendapatkan

---

<sup>27</sup>Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafii Antonio, Muliaman Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management* (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 79-81

perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan, permintaan pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen, misalnya dalam hal kemasan dan lain-lain.<sup>28</sup> Para konsumen tidak akan membeli sesuatu jika tidak pernah melihat hasilnya. Mereka tidak akan terpengaruh oleh iklan-iklan yang mengumumkan jasa yang bersahabat apabila pengalaman menunjukkan sebaliknya.<sup>29</sup>

b) Harga (*Price*)

Harga merupakan sesuatu yang sangat penting dalam sistem jual beli karena harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pada dasarnya Islam memberikan kebebasan kepada pedagang untuk menetapkan suatu harga pada suatu produk baik itu berupa barang maupun jasa, maksudnya kebebasan dalam islam yaitu berpegang pada prinsip keadilan dan kemanusiaan.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya pengeluaran.<sup>30</sup> Strategi harga jasa yaitu merumuskan nilai atau penentuan harga dari produk jasa yang akan dipasarkan, yaitu dengan melihat 3 komponen yaitu biaya, nilai, dan kompetisi. Dalam sistem pemasaran jasa, secara istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Dan perbedaannya dengan pemasar barang yaitu karakteristik intangible jasa menyebabkan harga menjadi indikator signifikan atas kualitas.<sup>31</sup>

c) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produk, agar bersedia menerima dan membeli

<sup>28</sup>M. Fuad, *Pengantar Bisnis* (Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 128

<sup>29</sup>Donald A. Ball dan Wendell H. Mcclloch, *Bisnis Internasional* (Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001), h. 600

<sup>30</sup>Rambat Lupiyoladi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori, dan Praktek* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001), h. 58

<sup>31</sup>Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2007), h. 153

produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Tujuan promosi yaitu untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik pelanggan agar mau membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

d) Tempat (*place*)

Tempat dan jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, yang berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di lokasi yang strategis. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi Biro perjalanan yang ada.

b. Tipe-tipe Strategi

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan tiga strategi, yaitu:<sup>32</sup>

1) Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, seperti strategi pengembangan- pengembangan produk, dan strategi pembangunan pemasaran.

2) Strategi Investasi

Strategi investasi merupakan kegiatan berorientasi pada investasi. Seperti strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau divestasi.

3) Strategi Bisnis

Strategi bisnis berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen seperti strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan lainnya.

### 4.3 Kerangka Pikir

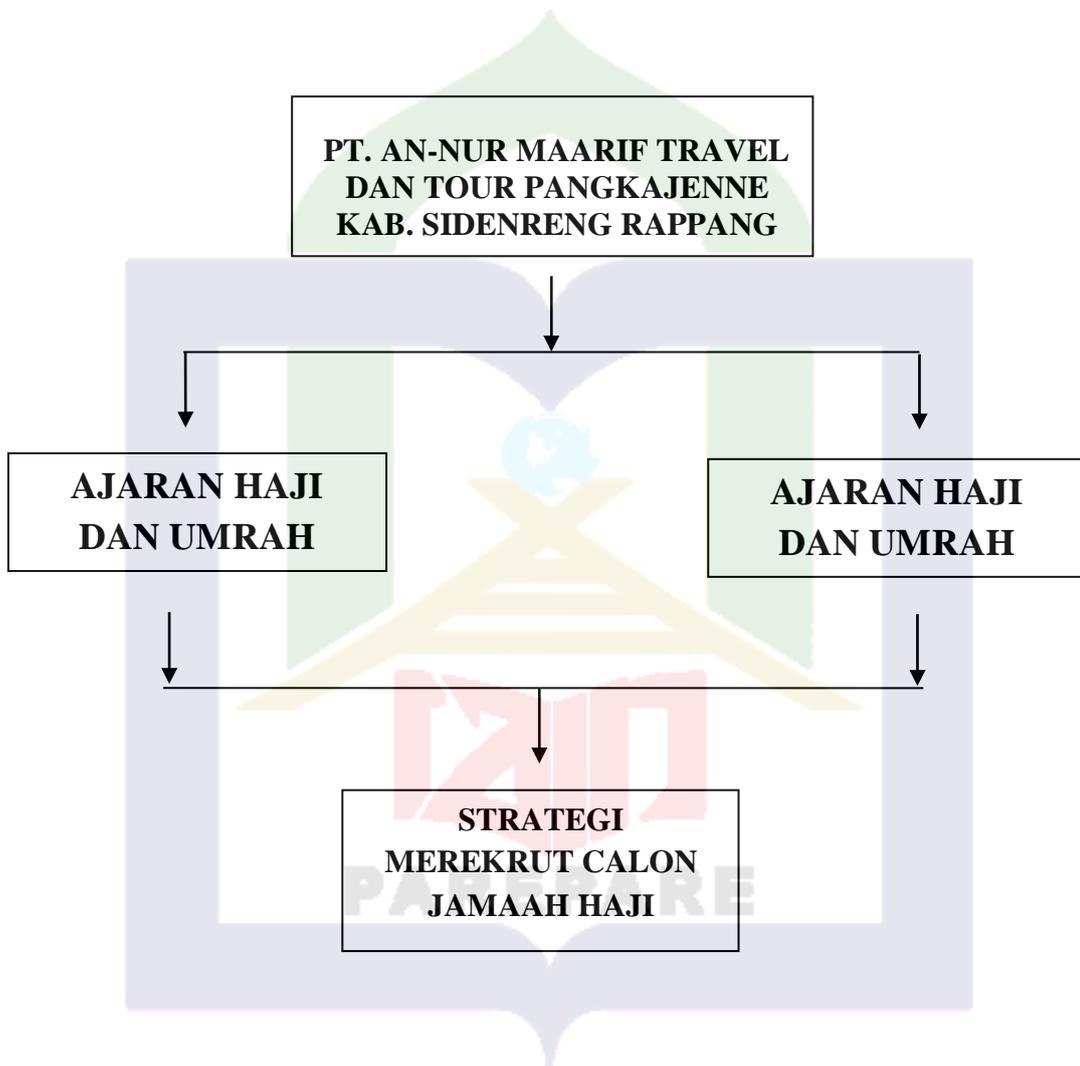
Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara konsep

---

<sup>32</sup>Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 6

data atau variabel yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Kerangka pikir biasanya dikemukakan dalam bentuk skema atau bagan.

Berdasarkan dengan judul penelitian yaitu Strategi PT. An-Nur Maarif Travel dan Tour Dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah Di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagaiberikut:



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, analisis data. Untuk mengetahui metode penelitian ini maka dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian yang dipakai yaitu kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada quality atau hal yang terpenting dari sifat suatu barang/jasa. Hal yang terpenting dari barang dan jasa berupa kejadian atau fenomena /gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori.<sup>33</sup> Penelitian kualitatif adalah mengembangkan pertanyaan dasar tentang apa dan bagaimana kejadian itu terjadi, siapa yang terlibat dalam kejadian tersebut, kapan terjadinya, dan di mana tempat kejadiannya. Penelitian kualitatif ini mendeskripsikan tentang bagaimana kejadian tersebut dan peneliti turun langsung dalam proses penelitian.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yaitu suatu tempat dimana sebuah penelitian akan dilaksanakan. Adapun lokasi yang akan diteliti yaitu Jl. Ganggawa No. 7 b, Majjelling Wattang Maritenggae, Kabupaten Sidenreng Rappang.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan pada pertengahan bulan Juni sampai awal bulan Juli.

#### **C. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian kualitatif adalah kompleks dan luas. Peneliti kualitatif

---

<sup>33</sup>Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Alfabeta, 2017), h. 22

bermaksud untuk memberi makna atas fenomena secara holistik dan harus memerankan dirinya secara aktif dalam keseluruhan proses studi.<sup>34</sup>Penelitian ini difokuskan pada “Travel dan Tour PT. An-Nur Maarif “

#### D. Jenis Data dan Sumber Data

##### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan yaitu data pada kualitatif berbentuk kata-kata dan dianalisis dalam terminologi respon-respon individual, kesimpulan deskriptif, atau keduanya. Peneliti mengidentifikasi kategori untuk menyortir dan menorganisasikan data (*sorting and organizing data*) tujuan analisis adalah mengorganisasikan data dalam makna, interpretasi individual atau kerangka kerja yang menjelaskan fenomena yang dikaji.

Penelitian kualitatif menggunakan observasi terstruktur dan tidak terstruktur dan interaksi komunikatif sebagai alat mengumpulkan data, terutama wawancara mendalam (*in depth interview*) dan peneliti menjadi instrumen utamanya.

##### 2. Sumber Data

Sumber data peneliti kualitatif yaitu pergi kelapangan dan mengamati dan terlibat secara intensif sampai ia menemukan secara utuh apa yang dimaksudnya. Peneliti kualitatif merasa bahwa tidak akan diperoleh data/fakta yang akurat apabila hanya mendapat informasi melalui angket, peneliti ingin mendapatkan suasana yang sesungguhnya dalam konteks yang sebenarnya yang tak dapat ditangkap melalui angket.<sup>35</sup> Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

##### a. Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama.<sup>36</sup>Data lain diambil oleh peneliti secara langsung dari objek penelitiannya

---

<sup>34</sup>Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002) , h. 35

<sup>35</sup>Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 27

<sup>36</sup>Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Roskadaraya, 2005) , h. 131

tanpa diperantarai oleh pihak ketiga, keempat dan seterusnya, dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari lapangan baik yang berupa observasi maupun hasil wawancara tentang Strategi PT An-Nur Maarif Travel dan Tour Dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang. Data primer ini diperoleh dari sumber individu atau perorangan yang terlibat langsung dalam permasalahan yang diteliti.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. . Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, internet dan dokumen.<sup>37</sup>Sumber data sekunder bisa diambil dari berbagai sumber seperti halnya buku, majalah, koran, internet, serta sumber data lain dapat dijadikan sebagai data pelengkap.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangat erat hubungannya dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Sumber yang paling umum digunakan adalah observasi dimana peneliti turun secara langsung kelapangan untuk meneliti, wawancara yaitu melakukan pertemuan dengan narasumber dan dokumen. Metode yang digunakan ini kadang-kadang digunakan secara bersama-sama dan kadang-kadang secara individual. Adapun metode yang digunakan yaitu sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis (Arikunto). Observasi dapat diklasifikasikan dalam berbagai bentuk, yang mempunyai berbagai fungsi sesuai dengan tujuan dan metode penelitian yang digunakan.<sup>38</sup>

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih

<sup>37</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 62

<sup>38</sup>Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 38

berhadapan secara fisik (Setyadin).<sup>39</sup>

Wawancara pada penelitian kualitatif memiliki sedikit perbedaan dengan wawancara lain seperti penerimaan pegawai dan penerimaan mahasiswa baru. Wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan dan didahului dengan pertanyaan informal.

### 3. Dokumentasi

Dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya memberikan informasi bagi proses penelitian.<sup>40</sup> Menurut Bungin teknik dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian sosial untuk menelusuri data historis.

### F. Teknik Analisis Data

Pada hakikatnya, analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode/tanda, dan mengategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Melalui serangkaian aktivitas tersebut, data kualitatif yang biasanya berserakan dan bertumpuk bisa disederhanakan untuk akhirnya bisa dipahami dengan mudah.

Miles & Huberman mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu antara lain:

1. Mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari tema dan polanya (Sugiyono).<sup>41</sup> Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas memudahkan untuk melakukan pengumpulan data. Temuan yang dipandang asing, tidak dikenal, dan belum memiliki pola, maka hal itulah yang dijadikan perhatian karena penelitian kualitatif bertujuan mencari pola, makna yang

---

<sup>39</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016), h. 160

<sup>40</sup>Imam Gunawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, h. 178

<sup>41</sup>Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, h. 211

tersembunyi dibalik pola dan data yang tampak.

2. Pemaparan data sebagai sekumpulan informasi tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Miles & Huberman) penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data.
3. Penarikan simpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.

Berdasarkan analisis *interactive model*, kegiatan pengumpulan data, reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi merupakan proses siklus dan interaktif. Analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang dan terus-menerus. Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling menyusul.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Profil PT. An-Nur Maarif

Kantor pusat PT An-Nur Maarif berada di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang. PT An-Nur Maarif telah mendirikan cabang di berbagai daerah dan kota seperti di Sengkang, Bone, Pinrang dan juga mempunyai cabang di Makassar, Jakarta. Bapak yang mendirikan travel An-Nur menyatakan bahwa dia membuka cabang di Daerah tempat asalnya dengan niat ingin membantu masyarakat agar tidak mendapatkan biaya yang cukup besar, kerna langsung pada tangan pertama.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Jln. Ganggawa No. 7b Pangkajene Kab. Sidrap terkait dengan Strategi PT. An-Nur Tour dan Travel Dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara baik kepada pihak PT. An-Nur maupun orang yang pernah menjalankan Haji dan Umrah di PT. An-Nur. Adapun ulasan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian.

Adapun hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis kurang lebih 2 bulan terdapat beberapa strategi, pelayanan, syarat-syarat dan yang membedakan antara PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel di Pangkajene Kab. Sidrap dengan Biro penyelenggara haji dan umrah lainnya.

##### 2. Syarat dan Ketentuan Calon Jamaah Haji

Syarat dan ketentuan bagi calon jamaah haji dan umroh ialah mengenai kelengkapan pengurusan berkas, dalam penuturan dengan pegawai staff bahwa meskipun uangnya materinya telah ada namun berkasnya tidak dilengkapi maka tidak bisa juga untuk segera di proses. Berikut ialah hasil wawancara dengan pegawai staf :

“Syarat dan ketentuan pada travel itu kelengkapannya harus ada dan

dilengkapi”<sup>42</sup>

Pada instansi manapun jika ingin mengurus sesuatu, kelengkapan berkas merupakan hal yang paling umum untuk dilengkapi selain dari pada materinya. Pada PT. An-Nur Maarif Tour Travel Haji dan Umrah merupakan kelengkapan mengenai pemberangkatan maupun identitas seseorang yang akan berangkat penting untuk dilengkapi. Kelengkapan salah satunya yaitu identitas pengenalan diri pada saat sudah di lokasi Makkah maupun Madinah. Selain itu hasil wawancara dengan Direktur Utama terkait dengan umur sebagai berikut :

“Pada masa pandemi, ada perbedaan yang sangat bergeser. Sebelumnya itu bayi berumur satu tahun pun bisa didaftar namun sekarang adanya ini covid dibatasi usianya mulai 18 dan samapi umur 60”<sup>43</sup>

Sebelum adanya pandemi masyarakat bisa melaksanakan haji dan umroh yang administrasinya mudah namun sekarang adanya peraturan baru jika ingin melaksanakan umrah karena ada batasan usia yang ditetapkan. Adapun perbedaan PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah dengan travel lainnya yaitu merupakan kantor pusat yang ada di Sidrap tidak seperti dengan travel lainnya merupakan cabang yang berlokasi di Sidrap. Berikut ialah hasil wawancara dengan Direktur Utama :

“Ini kantor merupakan kantor pusat yang ada memang di Kota Sidrap ini dan ini bukan cabang”<sup>44</sup>

Sebagaimana hasil wawancara dengan beliau, bahwa pada Kota Sidrap PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah merupakan kantor pusat dan merupakan kantor travel tour haji dan umroh yang bukan cabang dari jakarta maupundari daerah yang lain, tidak seperti dengan travel lainnya yang merupakan cabang dari daerah maupun kota. Jadi merupakan suatu perbedaan yang mendasar dengan travel lainnya.

Perbedaan lainnya yaitu PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah merupakan tangan pertama, harga yang ada di sini dengan travel lainnya berbeda. Berbeda dengan travel lainnya merupakan cabang tentunya ada perbedaan

<sup>42</sup>Fajar Hari Sandy sebagai Pegawai Staff , pada tanggal 22 Juni 2021

<sup>43</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

<sup>44</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

harga dengan yang tangan pertama, menyebabkan harga yang ditawarkan sudah pastiberbeda. Berikut hasil wawancara dengan Bapak Direktur :

“Harga yang ditawarkan disini merupakan harga tangan pertama, karna kasihan masyarakat jika terlalu mahal itulah perbedaannya dengan travel lainnya”<sup>45</sup>

Perbedaan lainnya yaitu kantor PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah merupakan kantor pusat yang ada di Kota Sidrap yang merupakan tangan pertama berbeda dengan kantor lainnya, jadi masyarakat yang mendaftar sudah melakukan perbandingan biaya yang lebih terjangkau, terlebih bagi orang-orang yang dibawah ingin mendaftar dengan harga di travel ini. Selain daripada harga yang terjangkau travel ini terhindar dari isu-isu miring yang bermasalah seperti yang

dikatakan oleh Direktur utama dan juga jamah :

“Dikantorku ini bebas dari isu miring, sehingga orang percaya sama PT. An- Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah dan ini tentunya haruski dipertahankan”<sup>46</sup>

“Orang percaya makanya orang mendaftar di travel ini”<sup>47</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa PT. An-Nur Maarif memiliki kepercayaan yang besar dari masyarakat, karena Travel ini tidak pernah menipu atau membohongi jamaahnya. Sampai saat ini PT. An-Nur Maarif tidak pernah mendapatkan penilaian buruk dari jamaah dan tidak pernah diberitakan yang tidak baik, hal itulah yang membedakannya dengan Travel Haji dan Umrah lainnya.

### 3. 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

<sup>45</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

<sup>46</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

<sup>47</sup>Latang, wawancara pada tanggal 2 Juli 2021

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.

4. Visi dan Misi PT An-Nur Maarif

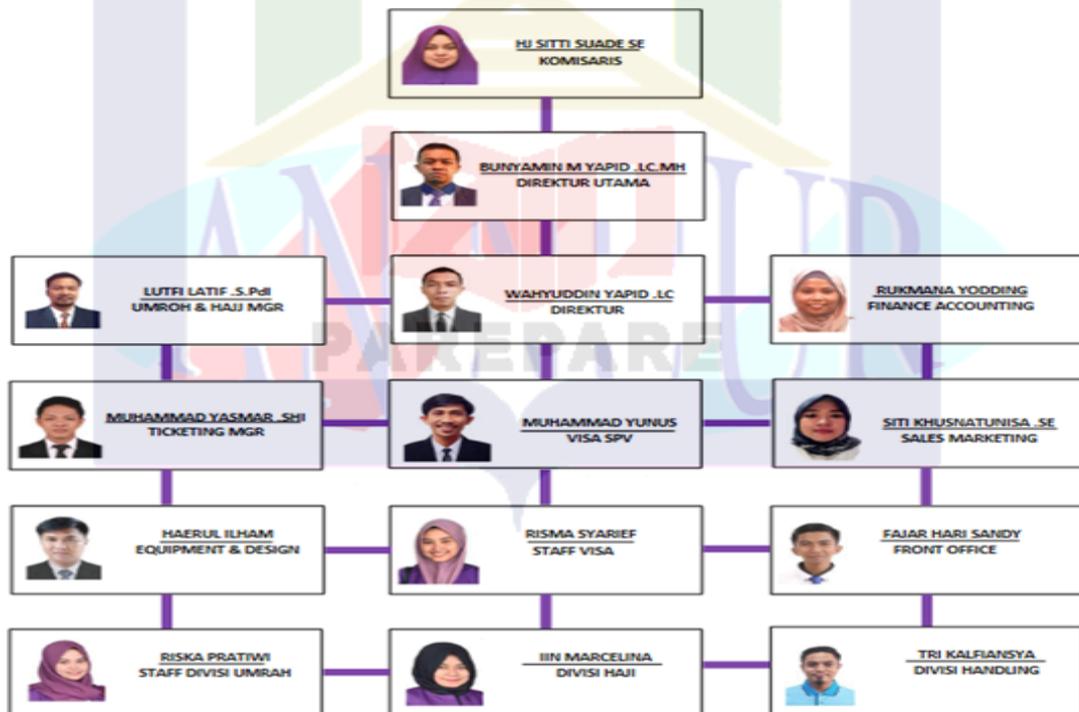
a. Visi : “Sudah waktunya orang daerah dibantu”

Hadir sebagai jawaban mahalnya biaya haji dan umrah bagi jamaah didaerah dikarenakan mendapatkan travel dari tangan kedua dan ketiga.

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

5. Struktur Organisasi PT. An-Nur Maarif

Setiap perusahaan pastinya memiliki struktur organisasi agar setiapkomponen 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 3. 1 Struktur Organisasi PT. An-Nur Maarif

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 segala segi penataan 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 bentuk laporan yang terkait dengan travel.
- c. Direktur Cabang yaitu seseorang yang diberi tanggung jawab untuk memimpin cabang perusahaan untuk menjalankan manajemen sesuai standard dari kantor pusat.
- d. Handling Visa merupakan yang membantu memudahkan segala aktivitas jamaah pada saat berada di bandara seperti;
  - 1) menangani 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 ke tanah 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.<sup>48</sup> Dalam hal ini setiap staff memiliki tanggung jawab masing-masing dalam melaksanakan tugasnya.
6. Data Jamaah Haji dan Umrah di PT. An-Nur Maarif

---

<sup>48</sup>Fajar Hari Sandy Ilyas, *Customer Services*, Wawancara di Sidrap Tanggal 22 Juni 2021

Di bawah ini peneliti menyajikan data jumlah jamaah haji dan umrah yang menggunakan jasa PT. An-Nur Maarif dari tahun 2017-2019.

Tanggal/Bulan/Tahun	Penerbangan	Paket	Jumlah Jamaah
6 Februari 2017	Silk Air	11 Hari	41 Orang
7 Februari 2017	Garuda	11 Hari	12 Orang
21 Februari 2017	Garuda	13 Hari	49 Orang
9 Maret 2017	Garuda	12 Hari	47 Orang
13 Maret 2017	Silk Air	12 Hari	49 Orang
16 Maret 2017	Silk Air	12 Hari	41 Orang
27 Maret 2017	Saudi Airline	12 Hari	39 Orang
3 April 2017	Garuda	12 Hari	39 Orang
24 April 2017	Silk Air	12 Hari	62 Orang
29 April 2017	Garuda	12 Hari	77 Orang
13 Mei 2017	Garuda	12 Hari	47 Orang
8 Mei 2017	Silk Air	12 Hari	117 Orang
24 Mei 2017	Awal Ramadhan	14 Hari	14 Orang
Full Ramadhan		9 Hari	8 Orang
Akhir Ramadhan		14 Hari	26 Orang
2 November 2017	Silk Air	12 Hari	45 Orang
16 November 2017	Silk Air	12 Hari	47 Orang
2 Desember 2017	Garuda	12 Hari	24 Orang
14 Desember 2017	Garuda	12 Hari	88 Orang
28 Desember 2017	Silk Air	12 Hari	51 Orang

Tanggal/Bulan/Tahun	Penerbangan	Paket	Jumlah Jamaah
8 Januari 2018	Silk Air	11 Hari	41 Orang
15 Januari 2018	Garuda	11 Hari	12 Orang
22 Januari 2018	Garuda	13 Hari	49 Orang
29 Januari 2018	Garuda	12 Hari	47 Orang
9 Januari 2018	Silk Air	12 Hari	49 Orang
25 Januari 2018	Silk Air	12 Hari	41 Orang
8 Februari 2018	Saudi Airline	12 Hari	39 Orang
9 Februari 2018	Garuda	12 Hari	39 Orang
11 Februari 2018	Silk Air	12 Hari	62 Orang
22 Februari 2018	Garuda	12 Hari	77 Orang
1 Maret 2018	Garuda	12 Hari	47 Orang
10 Maret 2018	Silk Air	12 Hari	117 Orang
22 Maret 2018	Silk Air	14 Hari	14 Orang
25 Maret 2018	Garuda	9 Hari	8 Orang
14 Maret 2018	Saudia	14 Hari	26 Orang
6 Maret 2018	Saudia	12 Hari	45 Orang
17 April 2018	Silk Air	12 Hari	84 Orang
26 April 2018	Garuda	12 Hari	75 Orang
17 April 2018	Garuda	12 Hari	27 Orang
26 April 2018	Silk Air	12 Hari	51 Orang
19 April 2018	Garuda	12 Hari	27 Orang
28 April 2018	Silk Air	12 Hari	12 Orang
5 April 2018	Saudia	12 Hari	48 Orang

Tanggal/Bulan/Tahun	Penerbangan	Paket	Jumlah Jamaah
5 Mei 2018	Silk Air	11 Hari	41 Orang
12 Mei 2018	Garuda	11 Hari	12 Orang
17 Mei 2018	Garuda	13 Hari	49 Orang
18 Mei 2018	Garuda	12 Hari	47 Orang
31 Mei 2018	Saudia	Akhir Ramadhan	60 Orang
31 Mei 2018	Saudia	14 Hari	45 Orang
1 November 2018	Saudi Airline	11 Hari	70 Orang
3 November 2018	Garuda	9 Hari	95 Orang
6 November 2018	Silk Air	13 Hari	12 Orang
27 November 2018	Garuda	12 Hari	31 Orang
11 Desember 2018	Garuda	13 Hari	44 Orang
13 Desember 2018	Silk Air	12 Hari	22 Orang
25 Desember 2018	Silk Air	12 Hari	126 Orang
27 Desember 2018	Garuda	12 Hari	35 Orang
5 Januari 2019	Silk Air	9 Hari	8 Orang
12 Januari 2019	Garuda	9 Hari	51 Orang
19 Januari 2019	Garuda	9 Hari	45 Orang
22 Januari 2019	Garuda	12 hari	91 Orang
26 Januari 2019	Garuda	9 Hari	24 Orang
2 Februari 2019	Garuda	9 Hari	45 Orang
4 Februari 2019	Garuda	9 Hari	89 Orang
5 Februari 2019	Garuda	12 hari	42 Orang
7 Februari 2019	Garuda	9 Hari	38 Orang

Tanggal/Bulan/Tahun	Penerbangan	Paket	Jumlah Jamaah
9 Februari 2019	Silk Air	12 Hari	46 Orang
16 Februari 2019	Saudia	13 Hari	43 Orang
23 Februari 2019	Saudia	12 Hari	88 Orang
7 Maret 2019	Silk Air	12 Hari	60 Orang
14 Maret 2019	Garuda	12 Hari	45 Orang
16 Maret 2019	Garuda	9 Hari	70 Orang
26 Maret 2019	Garuda	9 Hari	95 Orang
26 Maret 2019	Saudia	9 Hari	12 Orang
9 April 2019	Saudia	12 hari	31 Orang
16 April 2019	Saudi Airline	9 Hari	44 Orang
18 April 2019	Garuda	9 Hari	22 Orang
7 Mei 2019	Silk Air	Awal Ramadhan	126 Orang
20 Mei 2019	Garuda	Akhir Ramadhan	35 Orang
20 Mei 2019	Garuda	Program I'tikaf	8 Orang
3 Oktober 2019	Silk Air	12 Hari	51 Orang
3 Oktober 2019	Silk Air	13 Hari	45 Orang
19 Oktober 2019	Garuda	12 Hari	91 Orang
21 Oktober 2019	Silk Air	12 Hari	24 Orang
24 Oktober 2019	Garuda	12 Hari	45 Orang
26 Oktober 2019	Garuda	9 Hari	29 Orang
5 November 2019	Garuda	9 Hari	42 Orang
7 November 2019	Garuda	9 Hari	38 Orang

16 November 2019	Garuda	12 hari	46 Orang
Tanggal/Bulan/Tahun	Penerbangan	Paket	Jumlah Jamaah
19 November 2019	Silk Air	12 Hari	19 Orang
21 November 2019	Saudia	13 Hari	20 Orang
3 Desember 2019	Saudia	12 Hari	90 Orang
5 Desember 2019	Silk Air	12 Hari	46 Orang
7 Desember 2019	Garuda	12 Hari	31 Orang
24 Desember 2019	Garuda	9 Hari	90 Orang
28 Desember 2019	Garuda	9 Hari	72 Orang
29 Desember 2019	Saudia	9 Hari	44 Orang

#### 7. Kelebihan PT. An-Nur Maarif

- a. Harga terjangkau Biro perjalanan wisata PT. An-Nur Maarif Hadir sebagai jawaban mahalnyabiaya haji dan umrah bagi jamaah di daerah dikarenakan mendapatkan travel daritangan 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 didengar karena sudah memiliki cabang di setiap 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 Kementerian 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 Kementerian 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 ke tanah air jamaah tidak akan dilepas hingga sampai ke keluarga masing-masing yang dibimbing langsung oleh staf yang profesional. 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 Kementerian Agama, dan mendapat bimbingan langsung oleh ulama yang sudah berpengalaman.

## **B. Strategi dalam Merekrut Jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah**

Manajemen strategis adalah mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber

daya yang ada tersebut dapat digunakan secara efektif untuk memenuhi tujuan strategis. Intinya strategi harus memiliki rencana yang bersifat jangka panjang dengan melibatkan faktor eksternal dan faktor internal. Dalam hal ini dengan adanya strategi maka dalam merekrut jamaah haji dapat dilakukan dengan mudah dan terorganisir dengan adanya strategi yang di rumuskan untuk kemudian mencapai tujuan dengan cara efektif dan efisien.

Sebelum menentukan strategi ialah mempertimbangkan segala kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan untuk merumuskan strategi merekrut calon jamaah pada PT. An-Nur Maarif. Salah satu kekuatan yang dimiliki PT. An-Nur Maarif merupakan kantor pusat yang berada pada Kota Sidrap, dibangun karena berprinsip dari desa ke ibu kota, karena jamaah rela membeli mahal dari Jakarta sedangkan harga yang ditawarkan tersebut merupakan harga agen. Ketika agen sampai di kampung membuat semakin mahal harga dari tangan ke tangan. Maka dari itu dibangunlah perusahaan ini di lokasi Kota Sidrap dengan harga yang terjangkau dan merupakan tangan pertama. Hal tersebut dikatakan oleh bapak Direktur Utama bahwa :

“Sebagai Direktur Utama di PT An-Nur saya berinisiatif untuk membangun pertimbangan perbedaan harga yang sangat jauh dari ibu ke kota”<sup>49</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa, Bapak Direktur membangun merupakan kekuatan yang besar untuk travel tour yang dibangun di Kota Sidrap. Dengan hal tersebut travel tour di Sidrap dapat dikenal oleh orang banyak dikarenakan dibangun di daerah-daerah yang terbilang masih kurang mengenai hal ini. Selain itu adapun kelemahan yang dituturkan beliau bahwa jika pada PT. An-Nur terjadi masalah-masalah atau isu-isu akan membuat citra pada PT. An-Nur merosot dikarenakan orang akan langsung menemui dan langsung menutup travel ini. Berbeda ketika berada di Ibu Kota yang gampang sekali orang menipu karena beradajauh dan tidak ditemui. Berikut yang di paparkan oleh Bapak Direktur :

“Kalau mau macam-macam disini, tidak mungkin karena kita sudah memiliki kepercayaan masyarakat, karena kepercayaan itu sangat penting”<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

<sup>50</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

Berdasarkan wawancara tersebut, bahwa kepercayaan merupakan hal yang penting bagi kami, tidak mungkin kami menyalah gunakan kepercayaan yang masyarakat berikan kepada kami. Tinggal kami memperbaiki layanan jasa kami dengan lebih baik lagi untuk merekrut calon jamaah haji dan umrah.

Dalam strategi merekrut calon jamaah haji dan umrah untuk masuk ke An-Nur Maarif, travel haji dan umrah ini masih menggunakan metode *mouth to mouth* dari warga sekitar dan para alumni jamaah yang telah menggunakan jasa travel An-Nur. Perekrutan calon jamaah haji pada PT. An-Nur Maarif ini dilakukan dengan pemasaran dari mulut ke mulut, ketika warga sekitar maupun para alumni jamaah pada PT. An-Nur Maarif merasa nyaman, menyukai dengan pelayanan atau jasa travel ini maka ia pun menceritakan pengalamannya membicarakan travel ini kepada teman maupun kerabatnya.

Selain para alumni jamaah ataupun warga sekitar, orang-orang atau sumber daya manusia yang terkait dalam PT. An-Nur Maarif ini memiliki tanggung jawab juga untuk memasarkan agar merekrut calon jamaah haji travel ini. Satu kesatuan dalam suatu organisasi ialah dengan adanya kerja sama dalam organisasi tersebut agar dalam pencapaian tujuan dengan lebih mudah untuk di capai. Oleh karena itu dengan adanya kerja sama para pihak terkait PT. An-Nur Maarif untuk dimaksimalkan.

Metode dari mulut ke mulut atau kecakapan ini serta sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya merupakan suatu hubungan yang efektif serta merupakan suatu strategi yang paling menguntungkan. Dikatakan strategi yang menguntungkan karena menghasilkan keputusan dan tindakan yang cepat jika dilakukan dengan secara langsung. Namun keadaan seperti sekarang dengan adanya pandemi dilakukan perubahan strategi yang lebih dilandaskan pada pemasaran dengan media online menggunakan teknologi.

Strategi PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel dalam merekrut calon jamaah haji dan umrah seperti yang dipaparkan oleh Fajar Hari Sandy bahwa strategi yang tepat untuk digunakan pada masa sekarang yang termasuk zaman yang sangat canggih akan modern ialah dengan teknologi berikut ialah hasil wawancara dengan beliau :

“Strategi yang digunakan untuk merekrut calon jamaah haji atau umrah

salah satunya itu dengan menyebar brosur, spanduk disetiap jalan raya, karenalangsung dilihat orang yang melewatinya”<sup>51</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan beliau bahwa salah satu cara strategi untuk merekrut calon jamaah haji maupun umrah yaitu dengan menebarkan brosur maupun spanduk dipinggir jalan dengan tujuan menginformasikan bahwa pada kota Sidrap ini ada travel tour. Selain itu diperkuat oleh Bapak Bunyamin mengenai teknik pemasaran untuk merekrut calon jamaah :

“Cara efektif untuk merekrut jamaah haji itu strateginya itu dengan pemasaran produk dengan membagikan maupun menempelkan brosur disekitaran jalan”<sup>52</sup>

Cara efektif dengan keadaan dan situasi sekarang salah satunya dengan menebarkan brosur maupun spanduk, dalam penebaran produk tersebut harus ditentukan lokasi pembagiannya agar merata untuk orang lain ketahui. Dengan strategi ini dapat mendapatkan peluang banyak untuk diketahui orang yang melewati jalan tersebut. Selain menyebar brosur strategi yang lainnya seperti pada wawancara dengan Bapak H. Bunyamin ialah :

“Perkuat lagi konektor di setiap daerah-daerah di setiap kecamatan”<sup>53</sup>

Pada wawancara tersebut bahwa dengan strategi memperkuat konektor di setiap daerah disetiap kecamatan yang ada di Sidrap merupakan strategi yang efektif untuk dilakukan pemasaran. Dengan strategi tersebut konektor dapat menyebarkan informasi dari satu orang ke orang lain. Memperkuat konektor di setiap daerahkecamatan dianggap jitu namun dengan adanya strategi penyebaran informasi melalui media online, merupakan penguatan untuk penyebaran informasi, berikut ialah wawancara dengan Bapak Bunyamin sebagai Direktur Utama :

“Selain penyebaran informasi sebelumnya, dengan mencari partner kerjasamadengan organisasi lain dan menjadikan sponsor sesuai dengan bidang keagamaan”<sup>54</sup>

---

<sup>51</sup>H. Bunyamin M Yapid wawancara tanggal 05 Agustus 2021

<sup>52</sup>H. Bunyamin M Yapid wawancara tanggal 05 Agustus 2021

<sup>53</sup>H. Bunyamin M Yapid

<sup>54</sup> H. Bunyamin M Yapid

Penyebaran informasi untuk merekrut calon jamaah haji maupun umroh yaitu, dengan menjalin kerjasama dengan organisasi yang sesuai dengan bidang keagamaan sesuai dibidangnya. Dengan cara ini, orang lain dapat melihat dalam kegiatan yang diadakan terdapat sponsor dari PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel yang berlokasi pada Kota Sidrap. Cara ini termasuk cara yang salah satunya dapat menarik maupun merekrut calon jamaah haji maupun umrah.

Strategi lainnya dapat dilakukan dengan penguatan melalui media online yang perjam detiknya orang dapat melihatnya kapanpun dan dimanapun. Ialah dengan penebaran informasi secara online seperti yang dimaksudkan oleh Jamaah yang pernah menggunakan jasa PT An-Nur Maarif Tour dan Travel sebagai berikut:

“Kalau pengalaman saya itu dan banyak sekali orang yang mengakses internet itu dengan melalui media seperti FB. Wa maupun media lainnya dan sangat membantu”<sup>55</sup>

Metode dari mulut ke mulut atau kecakapan ini serta sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya merupakan suatu hubungan yang efektif serta merupakan suatu strategi yang paling menguntungkan. Dikatakan strategi yang menguntungkan karena menghasilkan keputusan dan tindakan yang cepat jika dilakukan dengan secara langsung. Namun keadaan seperti sekarang dengan adanya pandemi dilakukan perubahan strategi yang lebih dilandaskan pada pemasaran dengan media online menggunakan teknologi.

Media online merupakan salah satu akses yang paling mudah dan cepat untuk menebar suatu informasi apapun itu, hal ini dilakukan oleh para staf atau pimpinan yang ada untuk menginformasikan informasi terkait PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel, dengan cara ini membantu lebih mudah dan efektif dan efisien pada pelaksanaan penyebaran informasi untuk merekrut calon jamaah haji. Seperti adanya *live* atau siaran langsung, penyebaran pamflet di grup-grup *WhatsApp* yang dilakukan oleh pegawai staf maupun menginformasikan jika ada harga spesial dan sebagainya. Berikut ialah ringkasan strategi untuk merekrut calon jamaah haji:

---

<sup>55</sup>Philip Kloter, *Manajemen Perusahaan*, Edisi Kedua (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2001), h. 262

Tabel 4. 1

No.	<b>Strategi Dalam Merekrut Jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah</b>
1.	Teknik pemasaran yang digunakan yaitu dengan menyebar brosur, spanduk-spanduk di setiap titik (Jalan Nasional) . Di fokuskan pada daerah-daerah yang sering dilewati.
2.	Memperkuat konektor di setiap daerah-daerah di setiap kecamatan
3.	Memperkuat informasi-informasi di media online menjadikan PT. An-Nur sebagai sponsor mencari nama di setiap kegiatan bersangkutan dengan keagamaan sesuai dengan bidangnya.
4.	Media online dengan adanya live FB, penyiaran radio, penyebaran pamflet di media online Wa, FB, IG, dll

a. Strategi dan Penerapan Bisnis

Strategi dan penerapan bisnis merupakan hal yang sangat penting, bagaimana memengaruhi suatu perusahaan perusahaan yang berasal dari atau dipengaruhi oleh hal-hal di luar perusahaan. Demikian, untuk itu untuk mengetahuinya perlunya mengetahui bagaimana strategi dan penerapan yang ada dan diterapkan pada PT. An-Nur :

a. *CostLeadership*

Pada strategi keunggulan biaya menyeluruh lebih mempertimbangkan pesaing dibandingkan pelanggan. Bahwa perusahaan lebih fokus pada harga jual yang lebih murah untuk pembeli, dengan membuat rendahnya jalan suatuproduksi. Pada *Cost Leadership* sumber-sumber itu mencakup teknologi milik sendiri, akses lebih ke bahan mentah, dan mencakup pengejaran skala ekonomi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak pimpinan direktur bahwa, pada PT. An-Nur ini mengutamakan pesaing dibandingkan pelanggannya, contohnya ialah mementingkan mengambil harga yang terjangkau (tangan pertama) dibandingkan menyamakan dengan pesaing yang harganya lebih tinggi. Semua yang ada di PT. An-Nur menyediakan barang-barang yang memang sudah harga

yang sangat terjangkau.

*b. Differensiasi*

Perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan barang dengan karakteristik tertentu yang pada akhirnya akan mengakibatkan barang tersebut akan dianggap unik oleh konsumen. Perusahaan akan berusaha untuk memilih salah satu atau beberapa atribut barang dan pelayanan yang dianggap penting bagi konsumen. Manajemen melakukan pendekatan dalam menerapkan strategi differensiasi melalui rasa, desain, citra dan prestis, reputasi, teknologi, pelayanan konsumen, kualitas dan keragaman jenis barang. Perusahaan merasa posisi yang unik layak untuk menetapkan harga yang premium. Strategi ini menitik beratkan pada pembangunan persepsi pembeli yaitu dengan kualitas, citra dan inovasi.<sup>56</sup> Strategi differensiasi hanya dapat menjadi keunggulan bersaing dalam waktu yang relatif panjang jika di dasarkan pada kualitas, teknologi dan pelayanan konsumen.

Dalam tindakanya, manajemen hendaknya dapat mengkoordinasikan berbagai aktivitas manajemen fungsional yang pokok, seperti penelitian, dan pengembangan, rekayasa produk baru serta pemasaran. Perusahaan diisyaratkan memiliki citra dan reputasi yang unggul dan berkaitan dengan kualitas, teknologi dan pelayanan.<sup>56</sup>

Salah satu strategi differensiasi yang saat ini banyak dilakukan adalah bisnis sistem MLM (*Multi Level Marketing*). MLM adalah sebuah sistem pemasaran yang modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Menurut catatan APLI, saat ini lebih dari 200an perusahaan yang menggunakan sistem MLM dan masing-masing memiliki karakteristik, pola, sistem, dan model tersendiri yang menjadi dasar secara individual perusahaan MLM itu dinilai halal atau haram.<sup>57</sup>

Manajemen melakukan pendekatan dalam menerapkan strategi differensiasi melalui rasa, desain, citra dan prestis, reputasi, teknologi, pelayanan konsumen,

---

<sup>56</sup>Suwarsono Muhammad, *Manajemen Strategi* (Cet. III: Yogyakarta: UPP AMK YKPN, 1994), h. 284-290

<sup>57</sup>Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafii Antonio, Muliaman Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management* (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 79-8

kualitas dan keragaman jenis barang. Strategi differensiasi hanya dapat menjadi keunggulan bersaing dalam waktu yang relatif panjang jika di dasarkan pada kualitas, teknologi dan pelayanan konsumen.

Pada PT. An-Nur Maarif dengan membangun sumber daya yang ada dengan sebaik-baiknya maka citra pada perusahaan akan naik sendiri dikarenakan kualitas yang ada. Juga dengan strateginya yang kemudian terkait dengan pendistribusiannya, bahwa PT An-Nur bukan MLM melainkan perusahaan yang SDM nya kemudian yang bekerja aktif dalam pendistribusian dengan harga yang tertera.

#### c. Fokus

Dalam menentukan strategi yang tepat bagi suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan yang ada, maka dengan itu harus mengetahui secara pasti kedudukannya dalam suatu pasar. Di PT. An-Nur jelas keunggulan dalam segmen biayanya yang diambil untuk menjangka masyarakat secara luas.<sup>58</sup>

#### d. Marketing Mix (bauran pemasaran)

Dengan pemasaran sebagai alat yang digunakan untuk memengaruhi konsumen disertai dengan pelayanan yang baik akan mendapatkan feedback yang baik pula bahkan meraup keuntungan dengan terekrutnya calon jamaah. Adapun bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang terdiri dari berbagai unsur, yang terdiri dari atas produk, harga, promosi, dan distribusi yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran positioning yang ditetapkan dapat berjalan dengan sukses.

##### 1. Produk (*product*)

Produk merupakan salah satu hal yang penting dalam variable marketing mix yang merupakan salah satu variable yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha. Karna produk merupakan salah satu yang dibutuhkan oleh perusahaan. Tanpa produk, perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan.

---

<sup>58</sup>Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafii Antonio, Muliaman Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management* (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 79-81

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan agar mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan, permintaan pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen, misalnya dalam hal kemasan dan lain-lain.<sup>59</sup>

Para konsumen tidak akan membeli sesuatu jika tidak pernah melihat hasilnya. Mereka tidak akan terpengaruh oleh iklan-iklan yang mengumumkan jasa yang bersahabat apabila pengalaman menunjukkan sebaliknya.<sup>60</sup>

Produk merupakan salah satu yang terpenting karena merupakan kebutuhan suatu perusahaan. Tanpa adanya produk maka perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan dalam pencapaian tujuan yang diharapkan. Dengan itu, maka produk harus memberikan suatu keunggulan dibandingkan dengan produk yang dimiliki pesaing. Sebagai suatu produk yang unik dibandingkan dengan produk lainnya.

Semua konsumen akan membeli ketika apa yang ditawarkan pernah dirasakan oleh orang lain dengan hasil yang baik. Masyarakat akan terpengaruh dengan pengalaman dibandingkan daripada iklan-iklan yang ada meskipun harga bersahabat. Pada PT An-Nur sudah banyak yang menggunakan jasa ini.

Setiap perusahaan akan memiliki suatu produk atau jasa yang akan dipasarkan kepada masyarakat untuk kelangsungan perusahaan. Adapun strategi 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.<sup>61</sup> 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

<sup>59</sup>M. Fuad, *Pengantar Bisnis* (Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 128

<sup>60</sup>Donald A. Ball dan Wendell H. Mcclloch, *Bisnis Internasional* (Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001), h. 600

<sup>61</sup>Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada, 2005)

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”<sup>62</sup>

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

## 2. Harga (*Price*)

Harga merupakan sesuatu yang sangat penting dalam sistem jual beli karena harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Padasarnya Islam memberikan kebebasan kepada pedagang untuk menetapkan suatu harga pada suatu produk baik itu berupa barang maupun jasa, maksudnya kebebasan dalam islam yaitu berpegang pada prinsip keadilan dan kemanusiaan.

Pada PT. An-Nur Maarif, harga yang ditetapkan pada perusahaan ini didasarkan oleh karena kondisi dan situasi masyarakat. Perbedaan yang sangat menonjol mengenai harga pada wilayah ibukota Jakarta dengan Sulawesi. Berdasarkan wawancara dengan Direktur sebagai berikut :

“Harga yang kami berikan di PT. An-Nur ini sudah kami tinjau, kami kasihan jika terlalu mahal dari wilayah ibukota sampai pada Sulawesi, akan sangat jauh berbeda. Jadi kami sepakat membuat kantor disini dengan harga yang terjangkau”<sup>63</sup>

Berdasarkan wawancara dengan beliau, bahwa dalam pembangunan kantor pusat yang berlokasi di Kota Sidrap, harga merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan untuk ketertarikan pada konsumen. Serta yang berpengaruh dalam menentukan harga tersebut ialah pimpinan perusahaan tersebut dengan mempertimbangkan segala hal.

<sup>62</sup>Fajar Hari Sandy sebagai Pegawai Staff, pada tanggal 22 Juni 2021

<sup>63</sup>Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005)

### 3. Promosi (*Promotion*)

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 Fajar selaku staff 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”<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas 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 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 diuraikan sebagai berikut

#### a) Sosialisasi

Sosialisasi adalah salah satu program kerja yang dilakukan PT. An-

---

<sup>64</sup>Fajar Hari Sandy sebagai Pegawai Staff, pada tanggal 22 Juni 2021

NurMaarif 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.

b) Membagikan brosur

Brosur salah satu alat yang digunakan di setiap 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 ke cabang.”<sup>65</sup>

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

c) *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 video dan brosur sehingga banyak jamaah yang mengunjungi beranda yang ada di *facebook* tersebut ada sekitar 15.312 orang yang menyukai halaman *facebook*, selain itu PT. An-Nur Maarif juga membagikan setiap kegiatannya seperti mimbar cahaya Annur di setiap edisi, Misikemanusiaan 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-

---

<sup>65</sup>Fajar Hari Sandy sebagai Pegawai Staff, pada tanggal 22 Juni 2021

Nur Maarif (Tour dan Travel) memiliki 99 subscriber di setiap postingan ditonton sekitar 884 kali dan juga *website* ([www.annurmaarif.com](http://www.annurmaarif.com)) membagikan brosur dan setiap kegiatan yang dilakukan PT. An-Nur Maarif sudah di *share* di *youtube* dan *websites*.

- d) 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.
- e) Televisi merupakan sebuah media komunikasi terkenal yang berfungsi penerimaan 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. 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.

#### 4. Tempat/Distribusi

Lokasi maupun tempat/distribusi yang tepat merupakan hal yang penting dipertimbangkan agar memudahkan untuk dijangkau. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi Biro perjalanan yang ada.

Berdasarkan wawancara dengan pimpinan direktur bahwa tempat atau distribusi pada kota Sidrap dianggap paling strategis karena merupakan daerah segitiga emas, karena merupakan jalan tengah ke Makassar, ke Wajo, maupun ke arah polman.

#### C. Respon jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel setelah melaksanakan haji atau umrah

Respon jamaah merupakan hal yang sangat mendukung pada PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel. Dengan respon jamaah haji untuk membuat PT. An-Nur

Maarif Tour dan Travel lebih terpacu untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang dihadapi oleh jamaah selama proses awal sampai pada tahap akhir.

“Selama saya bekerja di PT. An-Nur, alhamdulillah sejauh ini respon para jamaah alhamdulillah memuaskan mengenai pelayanan, produk yang ditawarkan di PT. An-Nur”<sup>66</sup>

“Pada dasarnya pendirian PT. An-Nur bukan untuk meraup keuntungan yang banyak namun untuk menolong orang banyak”<sup>67</sup>

Berdasarkan wawancara dengan beliau, bahwa dalam membangun sebuah perusahaan harus dengan ikhlas menolong orang banyak, membantu orang banyak, bukan untuk mengambil untung sebanyak-banyaknya. Jika didasarkan dengan niat jahat maka yakin tidak akan bertahan lebih lama. Karena pasti akan terbongkar dan diketahui oleh banyak orang.

Tentunya, dalam sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas dan terarah. Memiliki strategi yang jelas pada sesuatu hal yang akan dilakukan untuk perkembangan yang lebih baik kedepannya. Keberhasilan dan kesuksesan merupakan akhir pencapaian tujuan. Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan pencapaian tujuan salah satunya yaitu mengenai kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat memengaruhi segala apa yang ada pada perusahaan mengenai pelayanan yang diberikan maupun sumber daya yang diberikan selama melaksanakan haji dan umrah. Setiap perusahaan memiliki tantangan untuk tetap mempertahankan usahanya antara lain bagaimana menjaga kualitas pelayanan agar dapat bersaing dengan produk serupa dan juga produk pengganti lainnya yang saat ini semakin banyak bermunculan. Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam menjaga kualitas pelayanan yaitu dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, sesuai dengan atau melebihi harapan pelanggan. Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara yang efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang

---

<sup>66</sup>Fajar Hari Sandy sebagai Pegawai Staff, pada tanggal 22 Juni 2021

<sup>67</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

diberikan. Hal ini membawa perubahan yang cukup mendasar dalam bisnis utama suatu perusahaan. Sehingga dirasakan sangat penting untuk mengetahui pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Nilai plus yang dipunyai PT. An- Nur Maarif Tour & Travel serta dialami oleh jama'ahnya kalau industri membagikan pelayanan yang baik serta memuaskan kepada jama'ah dengan harga yang relatif murah, dia sanggup bersaing sehat dengan travel- travel yang lain. Sehingga perihal tersebut tidak mengecewakan jama'ah di dalam ibadah umrah, baik kala terletak di tanah air, tanah suci serta sekembalinya dari tanah suci. Setelah itu nilai plus yang dipunyai oleh industri merupakan kala jama' ah terletak di tanah suci, sehabis melakukan ibadah, mereka diajak jalan- jalan ke tempat yang memiliki keindahan, sehingga jama' ah merasa bahagia serta puas dengan perihal tersebut.

Bersumber pada observasi yang sudah peneliti jalani dari hasil wawancara kalau pelayanan yang diberikan PT. An- Nur Maarif Tour & Travel merupakan pelayanan yang baik kepada tiap jama' ah supaya jama' ah tersebut merasa puas serta terencana dalam menerima pelayanan yang diberikan oleh pihak travel sehingga jama' ah merasa dirinya kalau memanglah di pentingkan, di arahkan, di bina, serta di bimbing dengan baik serta sewajarnya. Pihak staff PT. An- Nur Maarif Tour & Travel pula memiliki pelayanan yang baik, ramah, dan jama' ah merasa puas dalam pelayanan yang diberikan oleh direktur beserta staff baik dari pelayanan membina manasik awal serta manasik kedua saat sebelum pemberangkatan ke tanah suci Mekah. Konsep yang dipunyai oleh PT An- Nur Maarif Tour & Travel bisa dipercayai oleh jama'ah serta bisa berikan rasa keyakinan oleh jama' ah baik itu dari segi komunikasi, perbuatan, keramah tamahan dalam menyongsong pelanggan ataupun nasabah yang berkunjung ke PT An- Nur Maarif Tour& Travel, seluruhnya memakai konsep Islami semacam tegur, sapa serta salam.

“Saya merasakan pelayanan di travel An-Nur Maarif ini sangat bagus, sebelum berangkat kita dibimbing dan diajarkan bagaimana berhaji yang baik, kita juga dibimbing dalam pembuatan paspor. Ketika di makkah kita bermalam di hotel yang mewah, intinya enak sekali ibadah di sana.”<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu jamaah di atas dapat kita ketahui bahwa jamaah puas dengan pelayanan yang berikan oleh PT. An-Nur Maarif. Sehingga itulah yang membuat travel ini bisa bertahan sampai saat ini, dan jamaah yang merasa puas itu akan mengajak temannya yang lain agar menggunakan jasa PT. An-Nur Maarif. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan salah jamaah yang mengatakan bahwa :

“Saya mendaftar haji disini karena ada teman saya yang bercerita bahwa bagus kalau kita mendaftar disini, bukan hanya murah saja tapi pelayanannya jugabagus sekali sehingga saya pun tertarik untuk mendaftar haji di sini.”<sup>69</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa ada jamaah yang mendaftar di travel An-Nur Maarif berdasarkan rekomendasi temannya yang merupakan alumni jamaah haji di PT. An-Nur Maarif dan hal inilah yang membantu dalam perekrutan jamaah, dengan memegang kepercayaan jamaah yang begitu besar sehingga PT. An-Nur Maarif bisa menjadi besar hingga memiliki berbagai cabang sampai saat ini.

#### **D. Tantangan dan peluang dalam merekrut jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel**

Pada suatu organisasi, tak dipungkiri bahwa adanya tantangan dan peluang yang dialami dan dihadapi pada setiap organisasi, organisasi besar maupun organisasi kecil. Tantangan-tantangan pun merupakan sesuatu yang sudah biasa dirasakan oleh para manajer-manajer yang ada pada suatu organisasi untuk dijadikan sebagai semangat untuk menghadapinya dan berusaha untuk beradaptasi memperbaiki apa-apa yang menjadi kekurangan maupun kelemahan yang ada pada organisasi.

##### 1. Tantangan

Tantangan yang di hadapi suatu organisasi untuk lebih semangat bersaing secara sehat dengan kekuatan yang ada untuk lebih dimaksimalkan. Begitupun mengenai tantangan, tantangan tersebut semaksimal mungkin dihadapi dengan segala kemampuan yang dimiliki oleh PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel. Kemampuan atau kekuatan dapat dimaksimalkan sehingga isu-isu pada travel lain

<sup>69</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

tidak seperti travel ini.

Terkait pada isu-isu miring dalam sebuah travel tour, sumber daya manusia atau sumber daya yang lainnya sangat menentukan sebuah organisasi mengalami kemajuan, khususnya seperti sekarang adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan segala yang berurusan terkait dengan teknologi, semuanya mengharuskan untuk mengikuti zaman yang semakin modern untuk terus beradaptasi dengan lingkungan yang semakin hari semakin dituntut untuk lebih kreatifitas dalam teknologi.

Tentunya, sumber daya manusia pada PT. An-Nur Maarif dituntut memiliki keterampilan tersebut untuk lebih melakukan gebrakan baru terutama dalam perekrutan jamaah-jamaah haji pada masa pandemi seperti sekarang, yang dahulunya dilakukan banyak dilakukan secara tatap muka namun sekarang dilakukan lebihbanyaknya dengan teknologi yang canggih.

“Biasanya travel-travel lain itu ada yang meniru teknik pemasaran kita, misalnya kami mengadakan diskon, nanti ada juga melakukan hal demikian. Sehingga kami betul-betul harus mampu berkreasi lebih keras lagi.”<sup>70</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat kita ketahui bahwa tantangan lain yang dirasakan oleh PT. An-Nur Maarif ialah adanya produk serupa atau produk yang lainnyayang bermunculan. Namun dalam hal ini semua perusahaan pastinya memiliki tantangan untuk tetap bertahan dan mempertahankan perusahaan juga mengenai kualitas dalam pelayanannya yang lebih baik lagi. Salah satunya ialah sumber daya manusia yang ada pada perusahaan mampu memberikan segala pelayanan yangjauh lebih baik sesuai dengan harapan pelanggan.

Upaya dalam menghadapi tantangan yang ada terus dilakukan oleh PT. An-Nur Maarif Tour dan Traveldalam peningkatan kualitas pelayanan dalam rangka penyempurnaan dengan cara perbaikan scera terus-menerus disertai dengan tuntutan teknologi yang semakin canggih.

## 2. Peluang

Peluang merupakan suatu hal yang digunakan dari kekuatan sehingga menimbulkan peluang bagi perusahaan. Dengan kekuatan yang dimiliki oleh

---

<sup>70</sup>H. Bunyamin M Yapid, wawancara pada tanggal 05 Agustus 2021

perusahaan PT. An-Nur dapat dengan mudah untuk di lakukan pengembangan-pengembangan mapun peningkatan dalam rangka mempertahankan kualitas yang ada pada perusahaan.

Dalam melaksanakan kegiatan pastilah ada kekuatan, kelemahan, tantangan dan peluangnya, sama persoalannya dengan merekrut calon jamaah haji pada PT. An-Nur Maarif. Adapun peluang yang dihadapi pada daerah yang ditempati lokasi PT. An-Nur yang dianggap sebagai perekonomian yang sudah jelas karena pertanian yang ada di Kota Sidrap. Sehingga berpeluang mudah untuk merekrut calon jamaah pada kota ini. Seperti yang dipaparkan oleh Direktur Utama PT. An-Nur ialah sebagai berikut :

“PT. An-Nur yang berada disidrap merupakan kekuatan yang peluangnya besar karena Kota Sidrap merupakan daerah yang masyarakatnya sudah jelas mengenai perekonomiannya”<sup>71</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut ditarik kesimpulan bahwa dengan daerah yang memiliki perekonomian yang jelas maka dari itu memiliki keuntungan pada masyarakat yang berada di daerah tersebut untuk berpeluang terkhusus pada bisnis- bisnis untuk kejelasan penawar produk kepada calon pembeli. Sehingga ketika PT. An-Nur menawarkan kepada calon jamaah akan diberikan kejelasan terkait mau tidaknya orang tersebut bersedia dengan penawaran produk yang ditawarkan tersebut. Selain itu peluang yang dimiliki oleh PT. An-Nur Maarif ialah:

“Sebenarnya itu, Sidrap kota segitiga emas, karena banyaknya daerah yang melewati Kota Sidrap ini, seperti Soppeng, Toraja kemakassar”<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa Kota Sidrap merupakan segitiga emas, jadi jika dengan menata Sidrap dengan lebih baik lagi maka orang yang dari Toraja berpikir bahwa mengapa harus kemakassar kalo di sidrap sudah ada yang lebih dekat. Karena lokasi merupakan hal yang strategis dalam membangun perusahaan.

Peluang tersebut semaksimal mungkin untuk digunakan sebagai daya saing dengan travel lainnya, bagaimana kemudian peluang tersebut di *upgrade* atau

---

71

dimodifikasi sehingga akan menjadi kekuatan yang sangat besar dalam bersaing merekrut jamaah haji dan umrah.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi dalam Merekrut Jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah dengan cara teknik pemasaran dengan menyebarkan brosur, spanduk-spanduk di setiap titik daerah yang sering dilewati oleh banyak orang, memperkuat konektor di setiap daerah-daerah di setiap kecamatan, memperkuat informasi-informasi untuk menjalin kerjasama sponsor, melakukan penyebaran informasi ke media online, serta melakukan strategi itu dengan secara terus menerus.
2. Respon jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel setelah melaksanakan haji atau umrah berdasarkan hasil penelitian bahwa sejauh ini menghasilkan respon yang baik dari para jamaah haji dan umrah, dikarenakan pada PT. An-Nur sangat memperhatikan kepuasan pelanggan.
3. Tantangan yang dihadapi di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Haji dan Umrah ialah dalam merekrut jamaah adalah adanya kesamaan produk dengan Travel Haji dan Umrah lain, kemudian yang menjadi tantangan saat ini adalah menyebarnya virus COVID 19 yang mengharuskan pengurus mampu untuk memahami kondisi saat ini. Sedangkan peluang yang dihadapi yaitu dengan membandingkan harga biro perjalanan lain dan kepastian pemberangkatan kepada jamaah.

#### **B. Saran**

Setelah penulis mengemukakan kesimpulan di atas, maka berikut ini penulis mengemukakan beberapa saran sebagai harapan yang ingin dicapai sekaligus sebagai kelengkapan dalam penyusunan skripsi ini sebagai berikut :

1. Bagi PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel

Hendaknya dalam merekrut jamaah, khususnya para pegawai serta semua yang terlibat dalam perusahaan ini mampu menegakkan tugas sesuai amanah dan

tanggung jawab yang diberikan serta mampu merealisasikan hal tersebut guna merealisasikan strategi untuk merekrut calon jamaah yang lebih banyak selain itu tetap memperhatikan layanan yang berkualitas untuk mencapai kepuasan pelanggan.

## 2. Bagi Peneliti

Peneliti yang akan datang agar kiranya penelitian ini dapat terus berkembang dengan menambah aspek-aspek yang lain yang belum diulas pada penelitian ini yang nantinya bisa bermanfaat bagi peneliti maupun para pembaca mengenai pengetahuan tentang strategi travel dan tour haji dan umrah.



## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Quranul Karim*

A. Ball , Donald dan H. Mcclloch, Wendell. 2001. *Bisnis International*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.

Agil Husin Al Munawar, Said dan Halim, Abdul. 2003. *Fikih Haji Menuntun Jamaah Mencapai Haji Mabrrur*. Jakarta: Ciputat Press.

Ajib Mas'adi, Ghufron. 1998. *Bekal Menuju Tanah Suci Haji Menangkap Makna Fisikal dan Spiritual* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Al Munawar, Said Agil Husin dan Halim, Abdul. 2003. *Fikih Haji Menuntun Jama'ah Mencapai Haji Mabrrur*. Jakarta Selatan: Ciputat Press.

A. Karim, Adiwarmanto. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Aziz Muhammad Azzam, Abdul dan Wahhab Sayyed Hawwas, Abdul. 2009. *Fiqih*

*Ibadah Thaharah, Shalat, Zakat, Puasa dan Haj*. Jakarta: AMZAH.

Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV. Pustaka Setia. Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Fuad, M. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta PT Gramedia Pustaka Utama.

Gunawan, Imam. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

J Moeleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT RemajaRoskadaraya.

Kamil, Taufiq. (Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan haji, disajikan di sebuah seminar haji di Jakarta / B-I) , BPIH dari tahun ketahun, Faktual atau Komersil, (*Media Indonesia, edisi selasa, 9 juli 2002*) .

Kloter, Philip. 2001. *Manajemen Perusahaan*. Edisi Kedua Jakarta: PT Indeks Gramedia.

Lupiyoladi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori, dan Praktek*.

Jakarta:Penerbit Salemba Empat.

M. Hanafi, Mamduh. 2011. *Manajemen*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Misbach, Irwan. "Ruang Lingkup Manajemen Strategi" (*Naskah presentasi yang disajikan pada pertemuan kuliah di Jurusan Manajemen Dakwah C semester 5, Gowa 16 Oktober 2015*).

M. Pardede, Pontas. 2011. *Manajemen Strategi dan Manajemen Perusahaan*. Jakarta:Mitra Wacana Media.

Muhammad, Suwarsono. 1994. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: UPP AMK YKPN. Nidjam, Achmad dan Hanan Alatief. 2006. *Manajemen Haji*. Jakarta: Mediacita.

P. Siagian, Sondang. 2011. *Manajemen Stratejik*. cetakan IX: PT Bumi Aksara.

Rivai Zainal, Veithzal dan Syafii Antonio, Muhammad dan Darmansyah Hadad, Muliaman. 2013. *Islamic Business Management*. Yogyakarta: BPFE.

Rangkuti, Freddy. 1997. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sukayat, Tata. 2016. *Manajemen Haji, Umrah, dan Wisata Agama*.

Bandung:Simbiosis

Rekatama Media.

Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategi*, Jakarta: Erlangga.

Tisnawati Sule, Emie dan Saefullah Kurniawan. 2005. *Pengantar Manajemen*.

Jakarta: Prenadamedia Group.

Widyani, Rr. Retno dan PribadMansyur i. 2010. *Panduan Ibadah Haji dan Umrah*Cirebon: Swagati Press.

Zuhdy, Halimi. 2015. *Sejarah Haji dan Manasik*. Malang: UIN-Maliki Press.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE  
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jalan Amal Bakti No. 8 Sororang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- 1338/In.39.7/PP.00.9/06/2021

Parepare, 07 Juni 2021

Lamp : -

Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.  
Kepala Daerah Kabupaten Sidenreng Rappang  
Cq. Badan Kesatuan Bangsa dan Politik  
Di-

Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare menerangkan bahwa:

Nama : NURUL ELMI SAHRIL  
Tempat/Tgl. Lahir : Lagading, 13 Maret 1998  
NIM : 16.3300.056  
Semester : X  
Alamat : SIDRAP

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare bermaksud akan mengadakan

an penelitian di Daerah **KAB. SIDRAP** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**“STRATEGI PT. AN NUR MAARIF (TOUR DAN TRAVEL) DALAM REKRUTMEN CALON JAMAAH HAJI DAN UMROH DI PANGKA JENNE KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG”**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Juni 2021 S/d Juli 2021**

Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.

Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb:*

Dekan,  
Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah

Dr. H. Abd. Halim K., M.A  
NIP. 19590624 199803 1 001

## PANDUAN FORMAT WAWANCARA

Judul Penelitian : Strategi PT. An-Nur Maarif (Tour dan Travel) Dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah Di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang.

Lokasi Penelitian : Kantor Pusat PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Kab.Sidrap

Objek Penelitian : Karyawan PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Kantor Pusat Sidrap

Strategi PT. An-Nur Maarif (Tour dan Travel) Dalam Merekrut Calon Jamaah Haji dan Umrah?

1. Bagaimana Starategi PT. An-Nur Maarif Dalam Merekrut Calon Jamaah Haji dan Umrah?
2. Pelayanan apa yang diberikan oleh PT. An-Nur Maarif terhadap jamaah Haji dan Umrah?
3. Apakah ada syarat-syarat tertentu bagi calon jamaah Haji dan Umrah jika ingin mendaftar di PT. An-Nur Maarif?
4. Apa yang membedakan PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel di Kantor Pusat SIDRAP dengan Biro penyelenggara haji dan umrah lainnya?
5. Bagaimana respon jamaah di PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel setelah melaksanakan haji dan umrah?
6. Apa yang membuat calon Jamaah haji dan umrah lebih percaya pada PT. An-Nur Maarif?
7. Apakah pelayanan PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Kantor Pusat SIDRAP sudah sesuai yang diharapkan Jamaah haji dan umrah?
8. Berapa jumlah jamaah Haji dan Umrah di PT. An-Nur Maarif pada tahun 2017,2018 dan 2019?

## PANDUAN FORMAT WAWANCARA

Judul Penelitian : Strategi PT. An-Nur Maarif (Tour dan Travel) Dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah Di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang.

Lokasi Penelitian : Desa Lagading

Objek Penelitian : Mantan Jamaah Haji dan Umrah PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Kantor Pusat Sidrap

1. Bagaimana respon Anda setelah melaksanakan haji dan umrah di PT. An-Nur Maarif?
2. Apa yang membuat anda lebih percaya pada PT. An-Nur Maarif?
3. Apakah pelayanan PT. An-Nur Maarif Tour dan Travel Kantor Pusat SIDRAP sudah sesuai yang diharapkan Jamaah haji dan umrah?
4. Apakah ada fasilitas yang diberikan oleh PT. An-Nur Maarif?
5. Apa saja kendala yang anda alami selama melakukan ibadah Haji dan Umrah?
6. Bagaimana pelayanan PT. An-Nur Maarif pada saat di Arab Saudi?
  - a. Pelayanan pada saat melangsungkan ibadah umrah.
  - b. Pelayanan selama di hotel.

**PAREPARE**

SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI

Kepada Yth :

Institus Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Di-

Parepare

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan :

Nama : Nurul Elmi Sahril

NIM : 16.3300.056

Universitas : Institus Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

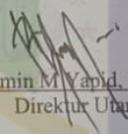
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

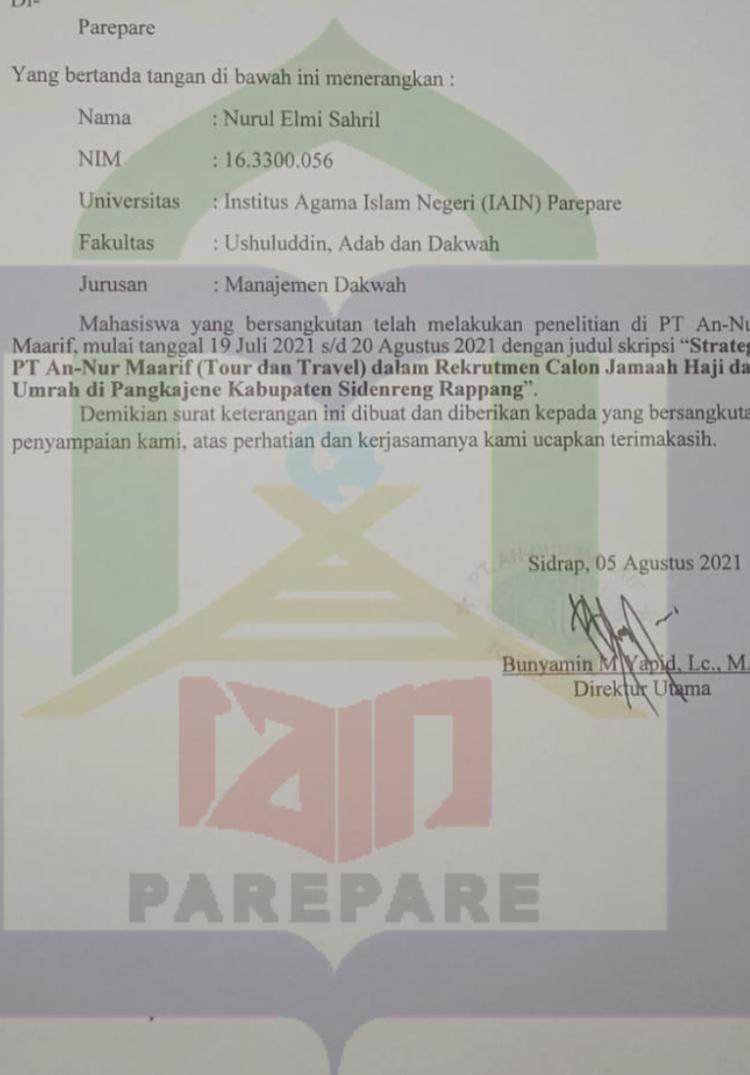
Jurusan : Manajemen Dakwah

Mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan penelitian di PT An-Nur Maarif, mulai tanggal 19 Juli 2021 s/d 20 Agustus 2021 dengan judul skripsi "**Strategi PT An-Nur Maarif (Tour dan Travel) dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan penyampaian kami, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Sidrap, 05 Agustus 2021

  
Bunyamin M Yapid, Lc., M.H  
Direktur Utama

  
PAREPARE

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama : H. BUNYAMIN M-ZAPID  
Umur : 42 Thn  
Alamat : JL. GANGGAWA NO. 7B KEL. MAJELLING WATANG KAB. SIDRAP  
Jabatan : CEO PT. AN-NUR MAARIF

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nurul Elmi Sahril untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi PT An-Nur Maarif (Tour dan Travel) dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sidrap, 5 Agustus 2021

Yang bersangkutan,

H. BUNYAMIN M-ZAPID

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

### Responden

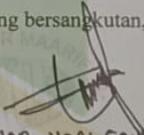
Nama : FAJAR HARI SANDY ILIAS  
Umur : 26 Thn  
Alamat : JL. WOLTER MANGINSIDI KEL. RIJANG PITU KAB. SIDRAP  
Jabatan : CUSTOMER SERVICE

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nurul Elmi Sahril untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi PT An-Nur Maarif (Tour dan Travel) dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sidrap, 22 Juni 2021

Yang bersangkutan,

  
FAJAR HARI SANDY ILIAS

**PAREPARE**

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

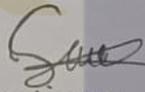
Nama : SUDIRMAN  
Umur : 39 tahun  
Alamat : Bila Riase  
Jabatan : petani / imam Mesjid

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nurul Elmi Sahril untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi PT An-Nur Maarif (Tour dan Travel) dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sidrap, 16 Juli 2021

Yang bersangkutan,

  
.....  
Sudirman

**PAREPARE**

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah:

Responden

Nama : LATANG  
Umur : 60 tahun  
Alamat : Lagading  
Jabatan : petani / imam Masjid Al-hijrah

Bahwa benar saya telah melakukan wawancara dengan Nurul Elmi Sahril untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian Strategi PT An-Nur Maarif (Tour dan Travel) dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

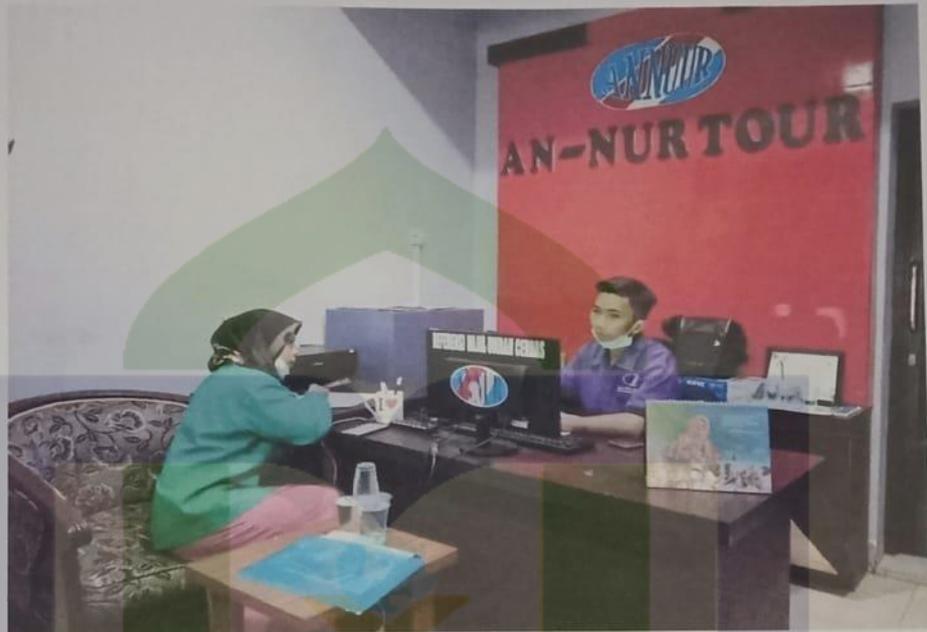
Sidrap, 16 Juli 2021

Yang bersangkutan,



Latang

PAREPARE



Wawancara dengan *Customer Service* atas nama Fajar



Wawancara dengan *Owner* PT. An-Nur Maarif atas nama Bunyamin



Wawancara dengan Jamaah Haji atas nama H. Sudirman



Wawancara dengan Jamaah Haji atas nama H. Latang

## BIOGRAFI PENULIS



Nurul Elmi Sahril adalah penulis skripsi ini. Penulis dilahirkan di Desa Lagading pada tanggal 13 Maret 1998, Kecamatan Pitu Riase Kabupaten Sidenreng Rappang Provinsi Sulawesi Selatan. Penulis lahir dari orang tua yang bernama Muh.Sahril dan Fatmawati dan istri dari Safrijal. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Penulis mulai menempuh pendidikan di SDN 3 Bila pada tahun 2004 dan selesai pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Pitu Riase selesai pada tahun 2013, lalu di SMAN 1 Pangsid penulis mengambil jurusan IPS selesai pada tahun 2016, dan penulis melanjutkan pendidikan di bangku perkuliahan Institut Agama Islam Negri (IAIN) Parepare dengan mengambil Jurusan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Program Studi Manajemen Dakwah. Penulis melaksanakan praktik pengalaman lapangan di PT An-Nur Maarif Tour dan Travel kantor cabang Parepare dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat di Desa Liu Kecamatan Majauleng Kabupaten Wajo. Penulis pernah mengikuti organisasi kampus yaitu PMII.

Penulis Awalnya mengambil Judul tentang Tradisi, tetapi mengganti dan meneliti di kantor pusat PT An-Nur Maarif Tour dan Travel di Pangkajene Kabupaten Sidenreng Rappang dimana judul skripsinya yaitu "Strategi PT An-Nur Maarif Tour dan Travel Dalam Rekrutmen Calon Jamaah Haji dan Umrah

PAREPARE