

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ibadah haji merupakan salah satu ajaran dasar Islam yang sangat penting bagi umat Islam. Oleh karena itu, banyak orang yang tekun berusaha untuk melaksanakan perjalanan suci ini, sering kali dengan mengumpulkan dana melalui tabungan yang cermat (Kompas, 2016). Sebaliknya, ibadah umrah yang dapat dilaksanakan kapan saja merupakan pilihan yang lebih disukai oleh banyak orang, karena memungkinkan pelaksanaannya di luar bulan haji yang ditentukan dan selama Tasyrik setiap tahun (Syamsiyah, 2023). Hal tersebut menimbulkan tidak seimbangnya dengan kuota yang disediakan sehingga bisa menyebabkan antrean yang sangat panjang. Inilah alasan mengapa umrah menjadi alternatif terbaik untuk masyarakat umat muslim. Ibadah umrah memungkinkan umat Islam untuk berziarah ke makam Nabi dan beribadah di tanah suci. Selain itu, biaya yang dikeluarkan untuk umrah jauh lebih rendah dibandingkan dengan haji, yang ditandai dengan durasi yang lebih singkat dan aturan yang lebih jelas.

Umrah merupakan tindakan pengabdian yang penting dalam agama Islam. Tindakan pengabdian ini sangat mirip dengan haji, yang melibatkan serangkaian ritual suci yang dilakukan di kota suci Mekkah, khususnya di Masjidil Haram. Dalam konteks hukum Islam, umrah mengacu pada ritual mengelilingi Kakbah dan melakukan sa'i di antara bukit Shofa dan Marwah,

setelah mengenakan ihram di miqat yang ditentukan. Tindakan melakukan umrah sering kali digambarkan sebagai ziarah yang lebih rendah dibandingkan dengan haji. Umrah dan haji berbeda dalam hal waktu dan lokasi. Umrah adalah ibadah haji yang dapat dilakukan kapan saja sepanjang tahun, sedangkan haji terbatas pada tanggal-tanggal tertentu, yaitu antara tanggal 8 dan 12 Dzulhijjah, dan dilaksanakan di luar kota Mekkah (Mandasari, 2019).

Di luar definisi yang telah diuraikan sebelumnya, Umrah juga disebut sebagai Hajir Asghar, yang berarti Haji Kecil. “Umrah” berarti “kunjungan,” khususnya “kunjungan ke Baitullah.” Perjalanan suci ini meliputi ritual tawaf, sa’i, dan bercukur, yang semuanya bertujuan untuk mencari keridhaan Allah. Tata cara umrah telah diperagakan dengan cermat oleh Nabi kita yang terhormat Shallallahu alaihi Wasalam, yang memastikan bahwa kita mematuhi praktik-praktik ini tanpa perubahan berdasarkan keinginan atau hawa nafsu pribadi.

Penyelenggaraan ibadah umrah tidak terlepas dari peran pemerintah, sebagaimana tercantum dalam Pasal 5 PMA RI No.8 Tahun 2019 “Penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang selanjutnya disingkat PPIU adalah biro perjalanan wisata yang memiliki izin dari Menteri untuk menyelenggarakan perjalanan Ibadah Umrah” (Kementerian Agama RI, 2018). Tercatat sampai tahun 2024 PPIU (Penyelenggara Perizinan Ibadah Umroh), memuat sebanyak 2453 travel umroh yang sudah berizin atau beroperasi di seluruh Indonesia (Simpu Kemenag, 2024).

Pemilihan travel umroh yang dilakukan oleh calon para jamaah, harus memperhatikan latar belakang travel dengan jeli dan teliti. Calon jamaah dalam hal ini juga harus melihat rekam jejak digital travel yang baik dan yang tidak bermasalah. Tindakan tersebut ditujukan karena saat ini, banyaknya travel yang bermasalah dengan menjanjikan

keberangkatan, namun masih belum adanya kepastian terkait seat pesawat atau jadwal keberangkatan yang kurang jelas. Apabila jadwal penerbangan menyimpang dari yang diharapkan, jadwal kedatangan pasti akan berubah, yang berujung pada serangkaian komplikasi, seperti tidak dapat memperoleh akomodasi hotel yang telah dipesan, terutama bagi mereka yang telah membayar biaya menginap di muka. Oleh karena itu, wajar saja jika situasi ini menyebabkan calon jamaah haji dan umrah terlantar di tanah suci, apalagi mengingat biaya umrah lebih ekonomis dibandingkan dengan pilihan perjalanan lainnya (Portal Media, 2024).

Penyelenggaraan ibadah haji dan umrah berlandaskan pada asas yang mengutamakan kesejahteraan masyarakat, keadilan dan keamanan, efisiensi dan efektivitas, transparansi dan akuntabilitas, profesionalisme, serta etos nirlaba. Prestasi ibadah haji dan umroh berupa bimbingan, pelayanan dan perlindungan. Bisnis travel umroh ini adalah salah satu bisnis umum, namun susah untuk bisa bertahan lama jika pembisnis travel umroh tidak memiliki pelayanan terbaik sehingga pelanggan merasa puas atas pelayanan tersebut. Dengan persaingan bisnis yang semakin meningkat para pelaku bisnis harus memiliki strategi pemasaran agar mampu bersaing.

Tujuan utama organisasi adalah untuk menarik dan mempertahankan basis pelanggan yang loyal. Saat memilih segmen pelanggan, penting untuk mempertimbangkan berbagai faktor, seperti profitabilitas relatif, peluang potensial, permintaan pasar, potensi pertumbuhan, dan lanskap kompetitif Sutarno (2012, hlm. 11).

Nawawi mengartikulasikan bahwa strategi berfungsi sebagai kerangka kerja yang mencakup beragam tujuan fundamental kebijakan dan rencana, yang dirancang dengan

cermat untuk mencapai tujuan tersebut. Rumusan ini memastikan bahwa upaya perusahaan menunjukkan atribut yang terpuji baik saat ini maupun di masa mendatang menurut Nawawi (2010, hlm. 4). Salah satu tantangan signifikan yang dihadapi oleh para profesional di lanskap digital saat ini adalah mengejar kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sejumlah besar temuan penelitian menjelaskan bahwa biaya yang terkait dengan retensi pelanggan jauh lebih rendah daripada biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh klien baru. Akibatnya, tugas mempertahankan pelanggan menjadi rumit dan memerlukan perhatian serius, karena pelanggan merupakan aset paling berharga dalam organisasi mana pun (Ibid, hlm. 115).

Penting bagi setiap travel harus memperhatikan strategi mix marketingnya. Karena merupakan salah satu pokok pertimbangan pengambilan pilihan yang dibuat oleh individu di pasar. Jika perusahaan gagal memahami nuansa keinginan konsumen, keberlangsungan hidupnya dapat terancam. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang didasarkan pada pemahaman menyeluruh tentang target audiens dan kondisi pasar yang berlaku, yang memungkinkan promosi produk yang efektif dan penyebaran informasi kepada masyarakat luas.

Pemasaran merupakan upaya akhir dalam kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia (Tjiptono, 2019). Ini menyiratkan “Pemasaran adalah suatu proses masyarakat dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan orang lain (Firman, 2022).” Pemasaran sering dianggap menipu, karena mempromosikan produk yang tidak memiliki representasi yang asli. Meskipun demikian, situasinya berbeda dalam hal pemasaran Syariah. Pemasaran Syariah menonjol karena integrasinya dengan prinsip-prinsip spiritual, yang menekankan pentingnya etika dan

kepatuhan terhadap norma. Perbedaan ini dari pemasaran konvensional sering kali menyebabkan ketidakpuasan konsumen, karena produk yang dipromosikan mungkin tidak sesuai dengan deskripsinya.

Upaya PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh bisa mewujudkan masyarakat umat muslim bisa berangkat ke Baitulloh. PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh menciptakan produk umroh dengan sistem dana talangan, dengan adanya dana talangan bisa memudahkan untuk semua kalangan untuk bisa berangkat ke Baitulloh. Tujuan produk dana talangan diluncurkan agar bisa memberi kemudahan untuk calon jamaah untuk bisa berangkat ke Baitulloh dengan persyaratan yang cukup mudah sehingga bisa menjadi alternatif untuk calon jamaah untuk bisa mengatasi kekurangan pendanaan yang belum tercukupi.

PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh memberikan dana talangan ini kepada calon jamaahnya tanpa jaminan, meskipun dana yang dikeluarkan bisa dikatakan cukup besar. Sehingga di setiap jamaah yang ingin melakukan dana talangan umroh, kami sangat memperhatikan sistem sistem Syariah sehingga tidak ada yang merasa di rugikan antara biro travel dan calon jamaah.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Tour and Travel yang di Surabaya yaitu PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh dengan *tagline* ‘ Umroh Dahulu Bayarnya Setelah Pulang’ dengan strategis bisnis tersebut memfasilitasi jamaah dan memudahkan jamaah agar bisa menunaikan umroh dengan cara Talangan. PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh, jamaah merasa tidak terbebani karena menggunakan sistem angsuran 1-3 tahun dan tanpa jaminan, sesuai perjanjian (akad) yang sudah di sepakati bersama. ‘Efektifitas Dana Talangan Umroh Terhadap Peningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan-batasan yang telah dibahas diatas maka penulis merumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara penerapan dana talangan yang di lakukan oleh PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh?
- b. Seberapa efektif penerapan sistem dana talangan untuk meningkatkan jumlah jamaah umrah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijabarkan diatas penulis memiliki dua tujuan, yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Mengetahui dan menganalisis cara penerapan sistem dana talangan umroh di PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh agar bisa meningkatkan jumlah jamaah
- b. Mengetahui dan menganalisis efektivitas sistem dana talangan umroh PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh

1.4 Manfaat Penelitian

- a) Sebagai masukan bagi PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh dalam menentukan efektivitas strategi pemasaran yang digunakan khususnya penggunaan dana talangan umroh
- b) Sebagai refensi bagi peneliti berikutnya yang mendekati sejenis khususnya dana talangan umroh

1.5 Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan skripsi, sebelum penelitian ini lebih lanjut kemudian menjadi karya ilmiah maka Langkah awal yang akan dilakukan oleh penulis adalah yang memiliki judul penelitian yang hampir sama dengan penulis peneliti. Oleh karena peneliti mempertegas perbedaan dengan penelitian yang akan dibahas sebagai berikut:

- 1) Ika Septiyani, “Efektifitas Dana Talangan Umroh Terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Pada PT. KANOMAS ARCI WISATA. Skripsi ini disusun oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Negeri syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi ini menerangkan tentang bagaimana efektifitas dana talangan umroh. Pembayaran dana talangan yang digunakan adalah Amitra Syariah yang dibawah I oleh OJK.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, penulisan skripsi ini mengikuti pedoman skripsi yang sudah diterbitkan oleh UPN VETERAN JAWA TIMUR, dan skripsi ini di bagi menjadi lima bagian antara lain:

BAB 1 (PENDAHULUAN): Dalam bab ini yang akan dibahas mengenai latar belakang, pembatasan masalah dan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan Pustaka dan sistematika penulisannya.

BAB II (LANDASAN TEORI): Dalam bab ini yang akan dibahas mengenai Teori efektifitas yang digunakan acuan analisis efektif, yang akan terdiri atas teori efektifitas program, proses penerapan program dan hasil evaluasi. Dan menjelaskan mengenai efektifitas sistem program dana talangan

BAB III (GAMBARAN UMUM PT HANAN NUSANTARA TABUNG HAJI

UMROH): Bab ini menjelaskan jenis penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, Teknik analisis data.

BAB IV (ANALISA EFEKTIFITAS SISTEM DANA TALANGAN UMROH): Dalam bab ini, bab yang menjelaskan inti dalam penelitian ini yang berisi analisis dari data yang sudah terkumpul dan dijelaskan di bab sebelumnya dan didalam bab ini akan berisi bagaimana efektifitas sistem dana talangan umroh di PT Hanan Nusantara – Tabung Haji Umroh)

BAB (PENUTUP): Dari bab ini akan akan membuat hasil kesimpulan penelitian yang sudah dilakukan dan memberi saran yang sesuai dengan kaitan permasalahan yang di jabarkan untuk bisa memberi solusi atas permasalahan diatas.

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN