BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat Muslim di Indonesia secara general mempunyai impian untuk melaksanakan ibadah haji atau umrah adalah dambaan jutaan masyarakat. Menurut keterangan Kementerian Agama Republik Indonesia, hal tersebut menjadi dorongan *ghirah* dan semangat umat Islam sehingga pada masa ibadah umrah atau haji setiap tahunnya memiliki peningkatan yang cukup signifikan, sehingga setiap tahunnya jumlah jamaah haji selalu menyumbang paling besar di dunia. Ibadah umrah dan haji diselenggarakan sebagai runtutan kegiatan pengelolaan ibadah umrah dan hai berupa perlindungan, pelayanan, dan pembinaan jamaah umrah dan haji. Pada pengelolaannya, biasanya bisa dilakukan oleh instansi terkait yang bersinergi dengan pemerintah yaitu di bawah naungan Kementerian Agama.

Menurut (Farid, 2019) penyelenggaraan ibadah haji seharusnya diaplikasikan dengan acuan akuntabilitas, profesionalitas, dan keadilan dengan prinsip nirlaba. Setiap tahun, penyelenggaraan ibadah hai kerap kali terjadi adanya permasalahan seperti pembiayaan dana talangan. Masalah pembiayaan ini bisa diselesaikan dengan adanya Pembiayaan Dana Talangan Haji Perbankan Syariah sebagai pembiayaan konsumtif calon jamaah dalam upaya pemenuhan biaya setoran awal BPIH yang sudah ditentukan oleh Kemenag RI dengan SISKOHAT, dalam upaya memperoleh nomor porsi haji mengaplikasikan akad Ijarah serta Qard.

Di dunia, Indonesia menempati negara dengan penduduk muslim terbesar, terdapat bank syari'ah 85% yang ada dari Merauke sampai Sabang. Adanya bank syari'ah maupun agen *travel* di Indonesia menjadikan peluang yang mempunyai nilai profitabilitas tinggi bagi agen *travel* atau bisnis keuangan syariah. Proses penalangan dana umrah yang diaplikasikan PT. Samira Ali Wisata ini dilakukan dengan proses kredit atau angsuran. (Sarwat dalam Rosyana, 2023) menyebutkan bahwa produk dana talang ini termasuk dana halal selaras dengan fatwa DSN No. 29/DSN-MUI/IV/2001 mengenai Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syari'ah. PT. Samira Ali Wisata ini dilakukan dengan proses kredit atau

Komunikasi Pemasaran.., Azmi Dzulfikar, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

angsuran. (Sarwat dalam Rosyana, 2023) menyebutkan bahwa produk dana talang ini termasuk dana halal selaras dengan fatwa DSN No. 29/DSN-MUI/IV/2001 mengenai Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syari'ah. Fatwa tersebut menyebutkan bahwa dana talangan haji dianggap boleh dan proses *mu'amalah*-nya dianggap sebagai upah atau *ujrah* dalam menalangi biaya haji. LKS menjadi wadah dalam membantu penalangan biaya BPIH nasabah dengan mengaplikasikan prinsip Al-Qardh. Selaras dengan Peraturan Menag RI No. 30 Tahun 2013 menjelaskan dana talangan haji merupakan dana bantuan sementara tanpa memberikan adanya imbalan oleh BPS BPIH kepada calon jemaah haji. BPS BPIH tidak boleh membebankan layanan dana talangan haji dengan rentang periode lebih dari satu tahun.

Jasa *Tour* & *Travel* umroh dan haji seperti PT Samira Ali Wisata banyak memberikan benefit seperti kunjungan ke berbagai wisata sejarah di sekitar Mekah dan Madinah, jaminan kesehatan, keterjagaan makanan, penginapan dan hotel, serta yang terpenting fasilitas perlengkapan dan keberangkatan haji dan umrah. *Tour* & *Travel* yang mempunyai komunikasi pemasaran yang baik berupa informasi akan berbagai fasilitas yang diberikan dapat menarik calon jamaah. Hal tersebut membutuhkan berbagai hal seperti adanya data yang *up to date* dalam memuat berbagai informasi konsumen demi keberlangsungan pelayanan yang prima.

PT. Samira Ali Wisata *Tour* & *Travel* juga memberikan penawaran pelayanan umroh dengan memberangkatnya jamaah terlebih dahulu baru bisa melunasi di akhir. Hal tersebut menjadi sumber penelitian yang menarik sehingga peneliti hendak meneliti akan pelayanan yang diberikan pada travel ini. Pelunasan yang dilakukan di akhir setelah ibadah umroh tersebut menjadi menarik para calon jamaah karena hanya memberikan dana pertama sebesar Rp. 5.000.000. Selain itu, jika jamaah meninggal dunia maka pembayaran di anggap lunas dan tidak diberikan pembebanan pada ahli warisnya (Sari, 2022).

Samira *Travel* berdiri sejak 2007 atas nama PT Samira Ali Wisata *Tour & Travel* yang telah dibeli oleh Samira Travel, dengan izin terbaru PPIU 137/2020. Samira *Travel* memberikan suatu gagasan yang brilian dalam pertravelan di

Indonesia di tengah maraknya penelantaran dan penopuan jamaah dengan memberikan program "umroh dulu bayar belakangan". Program tersebut merupakan jawaban masyarakat yang mengalami kasus kasus gagal berangkat. Samira Travel memiliki dua kantor yaitu kantor marketing di Komplek Ruko Buaran Persada No. 30 Jl. Jend. Pol. Soekanto, Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur dan kantor pusat di Jalan Malaka Merah, No. 6/7, Pondok Kopi, Duren Sawit, Jakarta Timur.

Travel ini memberikan layanan prima pada jamnaah umrah dari pendaftaran, pemberkasan, pemberangkatan, proses kegiatan ibadah umrah, sampah pulang ke tanah air. Jamaah akan diberikan pelayanan yang ramah, bersahabat, tulus, dan nyaman sebagai ciri khas dari travel ini. Samira Travel ini memiliki kerja sama dengan Lembaga Keuangan Syari'ah untuk mengadakan produk dana talangan tersebut. Dana talang ini dilakukan dengan cara mengangsur atau kredit. Produk dana talang ini juga diperuntukkan bagi jama'ah yang mampu untuk membayar (mengangsur) dan jama'ah yang mempunyai penghasilan seperti nelayan, petani, pegawai, dan PNS.

Pihak terkait atau instansi yang disebutkan di atas merupakan penyelenggara jasa pariwisata atau *Tour* & *Travel* adalah bisnis yang mengupayakan di bidang layanan jasa untuk wisatawan dengan layanan yang diberikan seperti *voucher* hotel, rental mobil, *travel regular*, pemandu wisata, paket wisata, maupun *ticketing*. Jasa *tour & travel* selalu berupaya memebrikan peningkatan layanan di berbagai bidang untuk menarik perhatian para calon pengguna termasuk juga pada layanan umroh dan haji. *Tour* & *Travel* umroh dan haji adalah layanan perjalanan wisata religi yang mengantarkan umat muslim untuk beribadah umroh atau haji ke tanah suci. Perusahaan pada jasa ini mempunyai peluang yang sangat pesat setiap tahunnya termasuk berbagai cara untuk menggaet calon jamaah maupun konsumen tetap. Jasa ini berupaya memberikan perlindungan, pelayanan, dan pembinaan pada jamaah.

Dirjen Haji Umroh Kemenag memberikan data mengenai jumlah penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh di berbagai provinsi. Adapun data yang diambil penulis adalah daerah Jawa saja dengan sebaran sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jumlah Para Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) Tahun 2021-2022

No.	Tahun	Banten	Jakarta	Jawa Barat	Jawa Tengah	Jawa Timur	DIY
1	2021	87	467	237	69	143	69
2	2022	67	405	172	37	95	37

Sumber: Website Kementrian Agama pada PT. Samiri Ali Wisata (2023)

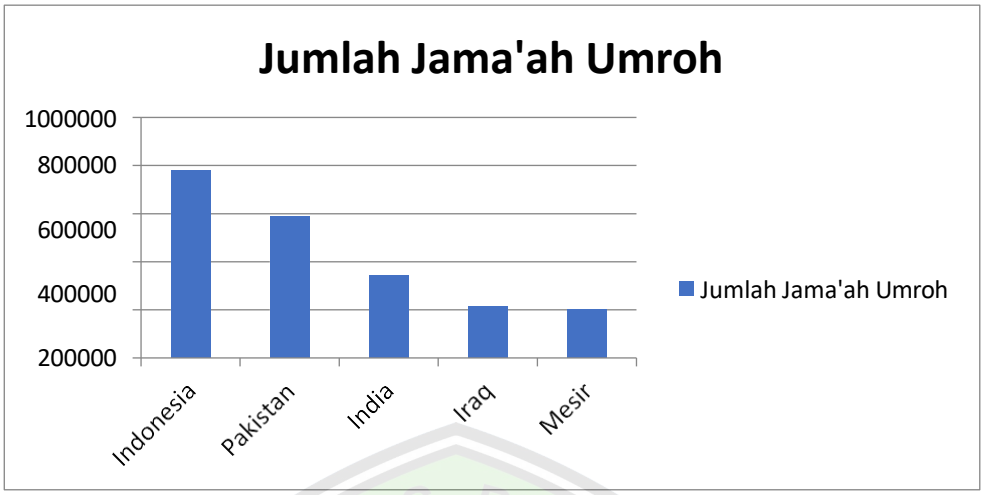
Dari Tabel 1.1 didapatkan bahwa PPIU di berbagai provinsi dari Tahun 2021 ke tahun 2022 menurun dengan rincian Banten 87 biro ke 67 biro, Jakarta 467 biro ke 405 biro, Jawa Barat dari 237 biro ke 172 biro, Jawa Tengah 69 biro ke 37 biro, Jawa Timur dari 143 biro ke 95 biro, dan DIY dari 69 biro ke 37 biro. Dirjen Haji Umroh Kemenag juga merilis data perjalanan haji sekaligus umroh dari Tahun 2021 ke tahun 2022 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.2 Kelompok Bimbingan Ibadah Haji & Umrah (KBIHU) Tahun 2021-2022

No.	Tahun	Banten	Jakarta	Jawa Barat	Jawa Tengah	Jawa Timur	DIY
1	2021	112	672	292	81	187	32
2	2022	97	624	230	52	144	28

Sumber: Website Kementrian Agama pada PT. Samiri Ali Wisata (2023)

Dari Tabel 1.2 didapatkan bahwa Kelompok KBIHU di berbagai provinsi dari Tahun 2021 ke tahun 2022 menurun dengan rincian Banten 112 biro ke 97 biro, Jakarta 672 biro ke 624 biro, Jawa Barat dari 292 biro ke 230 biro, Jawa Tengah 81 biro ke 52 biro, Jawa Timur dari 187 biro ke 144 biro, dan DIY dari 32 biro ke 28 biro. Adapun secara global, Dirjen Haji Umroh Kemenag juga memberikan data akan perbandingan jama'ah umroh dari berbagai Negara dengan rincian sebagai berikut:



Gambar 1.1 Jumlah Jama'ah Umroh Tahun 2023/1445 H

Sumber: Website Kementrian Agama pada PT. Samiri Ali Wisata (2023)

Dengan adanya data-data yang tersaji di atas menunjukkan bahwa PT Samira Ali Wisata memiliki tantangan besar yaitu bagaimana PT Samira Ali Wisata bisa menarik calon jama'ah sebanyak-banyaknya dengan kompetitor-kompetitor di Indonesia. Mengacu latar belakang tersebut, peneliti hendak meneliti komunikasi pemasaran yang diaplikasikan PT Samira Ali Wisata untuk mempromosikan produk yang dimiliki yaitu penalangan dana jama'ah umrah dan haji dengan persaingan agen *travel* lain di Indonesia.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini mempunyai fokus pada komunikasi Pemasaran PT. Samira Ali Wisata dalam melakukan promosi produk penalangan dana Jamaah umrah dan haji**.**

1.3. Pertanyaan Penelitian

Mengacu latar belakang sebelumnya didapatkan rumusan masalah berupa: "Bagaimana komunikasi pemasaran dalam melakukan promosi produk penalangan dana jamaah umrah & haji?"

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berupa berupaya meninjau keberhasilan dari Komunikasi Pemasaran PT Samira Ali Wisata dalam melakukan Promosi Produk Penalangan Dana Jamaah Umrah dan Haji**.**

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan memberikan khazanah pengetahuan khususnya teoritis yang berkenaan pada Ilmu Komunikasi tentang keberhasilan komunikasi pemasaran dari PT. Samira Ali Wisata, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi civitas akademika, diharapkan dapat memberikan kontribusi khazanah keilmuan tekhusus pada ilmu komunikasi dan mahasiswa ilmu komunikasi.

   b. Bagi penulis, penelitian ini berupaya mengembangkan hasil pembelajaran yang diaplikasikan terkhusu dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi.