

**FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB KEPUTUSAN JAMAAH UMROH
MEMILIH TRAVEL ANDALAN WISATA KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Haji Dan Umrah (S.E)

OLEH:
DINDA DWI ARMENIA
NIM. 1611170002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN HAJI DAN UMROH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
2021 M/1441 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Dinda Dwi Armenia NIM. 1611170002 dengan judul “Faktor-faktor Penyebab Keputusan Jamaah Umroh Memilih Travel Andalan Wisata”, Program Studi Manajemen Haji dan Umroh Jurusan Manajemen Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan II oleh karena itu skripsi ini disetujui dan layak diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu

Bengkulu, Oktober 2020 M

Shafar 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Asnaini, MA
NIP.197304121998032003

Yunida Een Fryanti, M.Si
NIP. 19810612205032002

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

*Sebab Dunia Terlalu Keras Jika Hanya Mengandalkan Kecantikkan
-Dinda Dwi Armenia-*

PERSEMBAHAN

Puji syukur pada-mu Ya Allah dan saya persembahkan skripsi ini terutama yang ku sayang dalam hidupku :

- 1. Kedua orang tuaku, Ayahandaku Bapak Armen. HS dan Ibu Widya Cristy yang tersayang, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendoakan dan menyanyangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran dengan penuh ketulusan senantiasa menyertai dan mengiringi langkah perjalanan hidupku dengan taburan kasih sayang dan doa yang tiada henti di setiap sujudnya kepadamu ya Allah untuk putri tercintanya.*
- 2. Teruntuk kakakku Reza Pramana Cristy, dan adik-adikku Nadya Triani Armenia, Bayu Pramana Cristy, Bulan Anayah Armenia serta kaka iparku yosi dar putri, SKM dan keponkanku Kiano Praditya Cristy yang selalu mendukung, memotivasi dan mendoakan dakam setiap perjalanan hidupku.*
- 3. Kepada seluruh pihak saudaraku, dari pihak Ibu dan Ayah, yang tiada hentianya memberikan doa dan motivasi dalam perjalanan keberhasilanku.*
- 4. Untuk Dosen Pembimbingku Ibu Dr. Asnaini, M.A. selaku pembimbing I dan Ibu Yunida Een Friyanti, M.Si selaku pembimbing ke II ku, yang tiada henti membimbing, membantu, memotivasi, serta mendoakan anak bimbingannya dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang.*
- 5. Untuk seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terkhusus Ibu Miti Yarmunida, M.Ag, Yosy Arisandy, M.M., Bapak H. Makmur, Lc. MA, Faisal Muttaqin, M.M.*
- 6. Buat sahabatku Chindy Tridioba, Dena Wulandari, Rja Romita Sari, Shesi Laurenia, Yayah Kartika, Marentesa Pratiwi, Jevfi Juliarsih, Reza Oktrisari, Reza Dwi Putri, Aldo Syaputra, Dessy Pustika, Nurlaila Sari, Nofha Afriany, Hanifa Mustika Rezeki, Elvina, Tiaayu Triawahyuni dan Puspa Dian Kencana.*
- 7. Buat teman seperjuanganku, Niharul Riqqi Maqruf, Benny Syaputra, Rahmadi junio, Akbar Putra Jaya, Fauzan Halalan, Suyudi Rahman.*
- 8. Untuk teman seperjuanganku sekaligus patner kerja seperti keluargaku sendiri selama lebih kurang satu tahun di PT MARSOL ABADI INDONESIA trerimakasih*

untuk motivasi serta doanya selama ini, terkhusus untuk ibu ester moelet wijaya, irma sulastri sinambela, octa zulfiah, syarifatunnisa, ida maerani, siti soleha dan widi nurrohmah.

9. *Untuk squad KKN DESA SEBILLO 52*

10. *Untuk keluagaku, Organisasi ku, DEMMA FEBI IAIN Bengkulu, HIMA Manajemen Haji dan Umrah dan Seluruh keluarga besar Manajemen Haji dan Umrah. Terimakasih untuk doa dan dukungannya.*

11. *Untuk Almamater ku tercinta IAIN Bengkulu*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Faktor – Faktor Penyebab Keputusan Jamaah Umroh Memilih Travel Andalan Kota Bengkulu”, adalah asli dan belum untuk mendapatkan gelar akademik , baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar serjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, November 2020 M
Rabi’ul Awal 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan

Dinda Dwi Armenia
NIM. 1611170002

ABSTRAK

Dinda Dwi Armenia, (1611170002) Judul Skripsi Faktor-Faktor Penyebab Keputusan Jama'ah Umroh memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu. Pembimbing 1. Dr. Asnaini, MA, 2. Yunida Een Fryanti, M.Si

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan pelayanan di travel andalan wisata kota Bengkulu dan faktor-faktor yang menyebabkan keputusan jamaah umroh memilih travel andalan wisata kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan deskriptif kualitatif, sumber data, data primer dan data sekunder, menggunakan teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dokumentasi dan teknik analisa data menggunakan deskriptif yaitu dengan cara menguraikan tentang hasil data yang didapatkan dilapangan penelitian. Hasil penelitian ini yaitu, Pelayanan dari pihak PT baik dan mereka merasa nyaman saat melaksanakan ibadah umrah. Fasilitas yang sesuai dengan paket pilihan serta banyak promosi pada setiap paket, fasilitas yang nyaman dengan penempatan hotel bintang tiga, empat, dan lima, kemudian letak masjid yang berdekatan disetiap kota madina dan makkah dan Faktor yang menyebabkan jamaah umrah memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu ada lima yaitu: kenyamanan, pelayanan, fasilitas, harga, dan promosi

Kata kunci : **Travel, Jamaah Umroh.**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kami mengucapkan kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan bimbingan-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Faktor-Faktor Penyebab Keputusan Jama’ah Umroh memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu”**, Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada junjungan dan *Uswatun Hasanah* kita, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu kami menghanturkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sirajuddin, M.M., Ag., MH, selaku Rektor Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah menyediakan fasilitas guna dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Asnaini, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) yang telah banyak memberi bantuan di dalam perkuliahan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Idwal B, M.A selaku Ketua Jurusan Manajemen Syariah yang telah banyak membantu dalam melancarkan semua urusan perkuliahan penulis selama ini.
4. Ibu Yunida Een Fryanti, M. Si selaku Ketua Prodi Manajemen Haji dan

Umrah yang telah banyak membantu dalam melancarkan semua urusan perkuliahan penulis selama ini.

5. Ibu Dr. Asnaini, M.A. dan Ibu Yunida Een Friyanti, M.Si selaku dosen pembimbing I dan II skripsi penulis yang telah banyak memberikan saran serta ilmu kepada penulis.
6. Kepada kedua orang penulis, yang telah memberikan doa, motivasi dan fasilitas untuk kebutuhan kuliah sehingga dapat menyelesaikan kuliah dengan baik.
7. Kepada teman-teman seperjuangan yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bengkulu, November 2020 M
Rabi'ul Awal 1442 H

Mahasiswa yang menyatakan

Dinda Dwi Armenia
NIM. 1611170002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Penelitian Terdahulu	6
F. Metode Penelitian.	9
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	9
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	11
3. Subjek dan Informan Penelitian.....	11
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	11
5. Teknik Analisis Data	14

BAB II KAJIAN TEORI

A. Jamaah.....	16
B. Pengambilan Keputusan.....	17
1. Pengertian Pengambilan Keputusan.....	17
2. Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan.....	22

C. Umroh	24
D. Faktor Penyebab Jamaah Memilih Travel.....	28
1. Faktor Fasilitas	28
2. Pelayanan	31
3. Promosi	32
4. Faktor Kenyamanan	35
5. Faktor Harga.....	36
E. Travel	37
1. Pengertian Travel	37
2. Pengertian Travel Agent	37
BAB III GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN	
A. Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu	39
1. Sejarah Travel Andalan Kota Bengkulu	39
2. Letak Georafis PT Andalan Wisata Kota Bengkulu	39
3. Visi dan Misi PT Andalan Kota Bengkulu	40
4. Stuktur PT Andalan Wisata Kota Bengkulu	40
5. Paket Umroh PT Andalan Wisata Kota Bengkulu	41
6. Persyaratan Umroh di Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Informan.....	42
B. Hasil Penelitian	45
C. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1. Data Jama'ah PT Andalan Wisata Kota Bengkulu	42
--	-----------

DAFTAR GAMBAR

1. Struktur PT Andalan Wisata Kota Bengkulu	40
--	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Dokumentasi
3. Kartu Bimbingan 1 Dan 2
4. Sk Pembimbing
5. Sk Komprehensif
6. Nilai Komprehensif
7. Surat Izin Penelitian
8. Surat Revisi Judul
9. Sk Penelitian
10. Surat Selesai Penelitian

s

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap umat muslim menginginkan tercapainya kesempurnaan dalam beribadah dengan menjalankan perintah Allah dan menjauhi segala larangannya. Al-Qur'an dan Al-Hadits adalah pegangan bagi umat muslim yang di dalamnya terdapat perintah dan larangan yang harus dijalankan oleh umat muslim salah satunya adalah rukun islam dan rukun iman menjadi amalan yang harus dilaksanakan. Rukun islam ada lima, dan menunaikan ibadah haji adalah salah satu dari kelima rukun tersebut.

Telah dijelaskan pula dalam al-Qur'an surah Ali Imran ayat 97 Allah berfirman:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ
الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٩٧

Artinya: *Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; 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.*

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa Ka'bah adalah tempat yang suci dan utama untuk melaksanakan ibadah haji ke Baitullah bagi umat muslim yang mampu. Adapun mereka yang mau melaksanakan haji padahal ia mampu

maka akan mendapatkan kerugian, sebab manusia lah yang membutuhkan Allah dan Allah Swt sama sekali tidak membutuhkan manusia. Selain haji untuk melaksanakan Ibadah ke tanah suci manusia juga bisa melaksanakan ibadah umroh.

Umroh adalah menziarahi ka'bah dan berthawaf disekelilingnya, kemudian bersa'i antara shafa dan marwa, serta mencukur rambut (tahallul) tanpa wukuf di arafah. Umroh dapat dilaksanakan kapan saja, kecuali ada beberapa waktu yang dimakruhkan melaksanakan umroh bagi jamaah haji, yaitu pada saat jamaah haji wukuf di padang arafah pada hari arafah, hari nahar (10 dzulhijjah) dan hari-hari tasyriq.¹

Kegiatan ibadah haji dan umroh mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu, standar pelaksanaannya saat masih di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaannya seperti dalam pelayanan jasa, bimbingan manasik, (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pelayanan ibadah haji dan umroh di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, serta kesehatan.

Namun dalam penyelenggaraannya masyarakat lebih memilih umrah, dikarenakan ada yang masih menabung dan menunggu jadwal untuk keberangkatan haji. ada juga yang memang untuk mempelajari situasi dan tempat terlebih dahulu. Alasan lainnya adalah yang berpikiran bahwa umrah adalah penyempurna haji, meskipun pahala umroh tidak sebesar pahala haji.

¹Muhammad Baqir Al-Habsi, Fiqih Praktis, (Bandung: Mizan, 1999), h. 377

Biro perjalanan haji dan umroh pun berlomba-lomba menarik pelanggan dengan berbagai promosi-promosi dan strategi-strategi. Banyaknya bermunculan biro perjalanan haji dan umroh menyebabkan persaingan semakin ketat. Pemasaran sangat berpengaruh dalam mendapatkan calon jamaah bagi perusahaan biro tersebut. Biro perjalan umrah pun juga dituntut untuk memberikan pelayanan kepada jamaah haji dan umroh dengan baik. Dikarenakan mahalnya biaya ibadah haji dan umroh menyebabkan jamaah haji dan umrah sangat kecewa apabila pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan haji dan umrah tidak sesuai dengan harapan mereka. Konsumen tentu sangat mengharapkan pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan nilai uang yang mereka keluarkan.

Banyaknya persaingan usaha dari agent travel umroh dan haji tentu membuat masing-masing travel menguras otak dan keuangan agar bagaimana caranya bisa mendapatkan calon jamaah untuk bisa diberangkatkan. Terkesan usaha yang mereka lakukan telah berorientasi kepada uang atau *money oriented*, tentu hal ini tidak bisa disalahkan, karena usaha apapun bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Tapi kekhawatirannya `apakah manajemen pelayanan, transparansi, kejujuran dan juga informasi yang jelas telah diberikan kepada calon jamaah umroh, agar tidak terjadinya kesalahan yang dapat mengesekelumit dari banyaknya masalah yang berkaitan dengan pelaksanaan travel umroh dan haji di tanah air.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan di Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu, travel ini telah berdiri selama 1 tahun. Baru 1 tahun

berdiri Travel Andalan Wisata sudah melaksanakan 6 kali pemberangkatan dengan 149 jamaah. Jumlah ini merupakan pemberangkatan terbesar pada saat ini yang ada di Kota Bengkulu. mengamati dari jumlah jamaah pada setiap pemberangkatannya tersebut seperti apa pelayanan yang diberikan oleh Travel Andalan Wisata untuk menarik minat jamaah dalam melaksanakan ibadah umroh merupakan hal yang menarik untuk diteliti.

Berdasarkan paparan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor Penyebab Keputusan Jamaah Umroh Memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan peneliti yaitu :

1. Bagaimana penerapan pelayanan di Travel Andalan Wisata di Kota Bengkulu?
2. Faktor-faktor penyebab jamaah umrah memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau sasaran yang ingin dicapai penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu, berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui penerapan pelayanan di Travel Andalan Wisata di Kota Bengkulu
2. Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab jamaah umroh memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian diatas, maka mamfaat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan terkhusus dalam bidang umroh di travel andalan kota Bengkulu.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar pijakan ataupun rujukan bagi peneliti yang mengadakan penelitian pada masalah yang bersangkutan.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi perusahaan, diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi travel umroh terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang khususnya dalam hal menarik minat keputusan jamaah untuk umroh.
 - b. Bagi pihak lain, diharapkan dapat menjadi bahan reperensi maupun sebagai acuan khususnya bagi yang berminat pada permasalahan

menarik minat jamaah memilih produk umroh.

E. Penelitian Terdahulu

Pertama, Furqon Mukminin, tahun 2015, dalam penelitian yang berjudul “Manajemen Pelayanan Biro Layanan Haji dan Umroh”. Hasil dari penelitian ini adalah Pelayanan haji dan umroh di Sultan Agung Tour & Travel Semarang sudah cukup baik karena pada pelaksanaannya telah diterapkan sesuai dengan teori dan praktek. Meskipun dalam hal perizinan belum di katakan resmi sebagai penyelenggara haji plus, namun dalam hal pelayanan Sultan Agung Tour & Travel secara administratif sudah cukup maksimal terhadap jamaah dengan memfasilitasi secara profesional baik di Tanah Air seperti kesopanan, kerapihan dan keprofesionalan karyawan melayani para calon jamaah ketika baru akan mendaftarkan diri maupun ketika di Tanah Suci serta mampu bekerjasama dengan baik dengan pihakpihak yang mendukung memberangkatkan ibadah haji seperti akomodasi dalam pengaturan tempat yang memadai fasilitas penginapan tersebut berbintang empat dan lima yang dilengkapi dengan menu makanan khas Indonesia, dikarenakan pihak Sultan Agung Tour & Travel melihat situasi dan kondisi yang ada.²

Kedua, Nanda Danu Enastika, Jurnal Internasional, tahun 2017. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Nilai Pelanggan Serta Implikasinya Pada Kepuasan(Survei Pada Jama’ah Umroh PT. Armada Safari Suci Kota Bandung Besar pengaruh kualitas

²Furqon Mukminin, *Manajemen Pelayanan Biro Layanan Haji dan Umrah*, (Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, 2015)

pelayanan terhadap nilai pelanggan pada PT. Armada Safari Suci Kota Bandung yaitu sebesar 34.63% dengan arah hubungan yang positif, dimana semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan jamaah akan mengakibatkan meningkatnya nilai pelanggan pada PT. Armada Safari Suci Kota Bandung. Besar pengaruh harga terhadap nilai pelanggan pada PT. Armada Safari Suci Kota Bandung yaitu sebesar 35.17% dengan arah hubungan yang positif, dimana semakin baik harga yang diberikan kepada jama'ah akan mengakibatkan meningkatnya nilai pelanggan pada PT. Armada Safari Suci Kota Bandung. Besar pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap nilai pelanggan pada PT. Armada Safari Suci Kota Bandung sebesar 69.80% sedangkan sisanya sebesar 30.20% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti variable promosi. Namun apabila dilihat secara parsial harga lebih dominan mempengaruhi nilai pelanggan daripada kualitas pelayanan. Besar pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT. Armada Safari Suci Kota Bandung sebesar 72.76%. Sedangkan sisanya sebesar 27.24% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian Nanda Danu dengan peneliti yaitu, Nanda Danu membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Nilai Pelanggan sedangkan peneliti membahas faktor yang mempengaruhi jama'ah memilih produk Umroh. Persamaan penelitian Nanda Danu dengan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh jamaah dalam memilih produk Umroh.³

³ Nanda Danu Enastika, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Nilai

Ketiga, Rahayu Megawati, Jurnal Nasional tahun 2019. Dalam penelitian yang berjudul Peluang dan Tantangan Strategi Pemasaran Syari'ah Biro Jasa Umroh (Studi Kasus di AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri Sidoarjo). Hasil dari penelitian ini adalah segmentasi pasar yang dilakukan PT Penjuru Wisata Negeri adalah dengan tidak mengelompokkan jenis calon jamaah yang akan dilayaninya, akan tetapi lebih fokus pada kereligiusan yang ada di Jawa Timur. Positioning, salah satu cara membidik posisi mereka agar mengena dihati masyarakat. Targeting, dalam menentukan target pasar dalam pemasaran produk PT, Penjuru Wisata Negeri tidak membidik suatu kalangan atau kelas tertentu. Diferensiasi, jasa yang ditawarkan berdasarkan ekonomi Islam sendiri harus sesuai dengan apa yang ditawarkan atau tidak mengandung penipuan. Perbedaan penelitian Rahayu dengan peneliti yaitu, Rahayu membahas tentang peluang dan tantangan strategi pemasaran syari'ah biro jasa umroh sedangkan peneliti membahas faktor yang mempengaruhi jama'ah memilih produk Umroh. Persamaan penelitian Ragayu dengan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh jama'ah dalam memilih produk Umroh.

Keempat, Mazia Fakhriana, 2016. Dalam penelitian yang berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jama'ah Umroh PT. Arwaniyyah Tour dan Travel di Kudus Jawa Tengah. Hasil dari penelitian ini, variabel harga mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan, variabel promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan

pembelian, variabel pelayanan berpengaruh negatif tidak. Signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan penelitian Mazia dengan peneliti yaitu, Mazia membahas tentang faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi jamaah umroh sedangkan peneliti membahas faktor yang mempengaruhi jamaah memilih produk Umroh. Persamaan penelitian Mazia dengan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh jamaah dalam memilih produk Umroh.⁴

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal yang terpenting dari sifat suatu barang atau jasa. Hal terpenting dari suatu barang atau jasa berupa kejadian /fenomena / gejala sosial adalah makna dibalik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi suatu pengembangan konsep teori. Jangan sampai sesuatu yang berharga tersebut berlalu bersama waktu tanpa meninggalkan manfaat. Penelitian kualitatif dapat didesaian untuk memberikan sumbangannya terhadap teori, praktis, kebijaksanaan, masalah-masalah dan waktu.

Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan

⁴Mazia Fakhriana, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jamaah Umrah PT. Arwaniyyah Tour dan Travel di Kudus Jawa Tengah, (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010).*

analisis data yang relevan yang diperoleh dari situasi yang alamiah. pengertian penelitian kualitatif sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Meleong adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁵

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁶

Dari beberapa peneliti yang diungkapkan oleh para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang diperoleh melalui kata-kata dalam bentuk deskriptif berdasarkan hasil pengamatan atau wawancara yang diperoleh melalui fakta kejadian di lapangan. Adapun jenis pendekatan penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang dimana merupakan data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan kualitatif.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

⁵Lexy J. Moloeng, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (bandung: PT Remaja Rodaskarya, 2013), h. 6.

⁶Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 9.

Penelitian ini akan dilaksanakan peneliti di Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu, pada tanggal 24 Agustus-24 Oktober 2020 dan lokasinya adalah Travel Andalan Wisata Cabang Kota Bengkulu yang beralamatkan Panorama Singaran Pati Kota Bengkulu 38225.

3. Subjek dan Informan Penelitian

Ada beberapa istilah yang digunakan untuk menunjukkan subjek penelitian. Ada yang mengistilahkannya dengan informan karena informan memberikan informasi tentang suatu kelompok atau entitas tertentu, dan informan tidak diharapkan menjadi representasi dari kelompok atau entitas tersebut.⁷ Informan merupakan orang yang akan dimintai keterangan mengenai objek penelitian dan mengetahui serta memahami masalah yang akan diteliti.⁸ Dalam penelitian ini pemilihan informan dilakukan dengan teknik *snowball*, yaitu teknik bola salju dimana peneliti mengetahui salah satu informan kemudian informan tersebut yang menyebutkan siapa yang menjadi informan selanjutnya.

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini ialah penulis sendiri dan yang menjadi informan dalam penelitian ini ialah karyawan dan jamaah di Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data merupakan bagaimana cara untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber primer dan sekunder.

⁷Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h. 88 .

⁸Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta: Kencana), h. 69.

a. Data primer

Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari objek penelitian. Penelitian ini di peroleh melalui wawancara dengan karyawan dan jama'ah umroh.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah tulisan ilmiah, data BPS, penelitan atau buku buku yang mendukung tema penelitian. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis data bersumber dari data tertulis.⁹

Teknik pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya dalam mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.¹⁰

a. Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Apabila objek penelitian bersifat perilaku, tindakan manusia, dan fenomena alam, proses kerja dan penggunaan responden kecil. Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.¹¹

b. Wawancara

⁹ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 20

¹⁰Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Prenadia Grup, 2016), h. 76.

¹¹Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan...* h. 87.

Dalam buku Djam'an Satori, menurut Sudjana wawancara adalah proses pengambilan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak penyanya dengan pihak yang ditanya atau penjawab.¹²

Wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan tanya jawab secara langsung. Menurut Patton, dalam proses wawancara dengan menggunakan pedoman umum wawancara, interviuw dilengkapi dengan pedoman wawancara yang sangat umum, serta mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan, bahkan mungkin tidak terbentuk pertanyaan yang eksplisit. Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti mengenai aspek-aspek yang harus dibahas.¹³

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka. Wawancara terbuka yaitu wawancara yang para subjeknya tahu bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengetahui pula apa maksud dan tujuan wawancara itu.¹⁴

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan dan

¹² Djam'an Satori dan Aan Komarioah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ...h. 130.

¹³ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h. 131 .

¹⁴ Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: CV Jejak, 2018), h. 84.

kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa, dan lain-lain.¹⁵

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Analisis data merupakan aktivitas pengorganisasian data. Data yang terkumpul dapat berupa catatan lapangan dan komentar peneliti, gambar, foto, dokumen, laporan, biografi, artikel, dan sebagainya.¹⁶

a. Pengumpulan Data

Merupakan proses yang berlangsung sepanjang penelitian, dengan menggunakan seperangkat instrumen yang telah disiapkan, guna memperoleh informasi data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

b. Reduksi Data

Merupakan menunjukkan proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksikan dan mentransformasikan data mentah yang muncul dalam penulisan catatan lapangan. Reduksi data bukan merupakan sesuatu yang terpisah dari analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang tajam, ringkas, terfokus, membuang data yang

¹⁵Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan...* h. 90.

¹⁶Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), h. 145 .

tidak penting dan mengorganisasikan data sebagai cara untuk menggambarkan dan memferivikasi kesimpulan akhir.¹⁷

c. Display Data

Merupakan usaha merangkai informasi yang terorganisir dalam upaya menggambarkan kesimpulan dan mengambil tindakan. Biasanya bentuk display atau penampilan data kualitatif menggunakan teks narasi. Sebagaimana reduksi data, kreasi penggunaan display juga bukan merupakan suatu yang terpisah dari analisis, akan tetapi bagian dari analisis.¹⁸

d. Verifikasi dan Menarik Kesimpulan

Merupakan aktivitas analisis, dimana pada awal pengumpulan data, seorang analisis mulai memutuskan apakah sesuatu bermakna, atau tidak mempunyai peraturan, pola, penjelasan, kemungkinan konfigurasi, hubungan sebab akibat, dan proposisi.¹⁹

¹⁷Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 29.

¹⁸Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*,... h. 131.

¹⁹Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*,... h. 133.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Jamaah

Menurut bahasa, kata jamaah berasal dari al-ijtima' yang bermaksud berkumpul atau bersatu.²⁰ Pada sumber lain, jamaah diartikan sebagai perkumpulan manusia yang bersatu untuk tujuan yang sama.²¹ Dalam sosiologi, definisi jamaah hampir sama dengan definisi masyarakat. Menurut Koentjaraningrat, masyarakat adalah sebagai kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat tertentu yang bersifat kontinyu dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama.²² Setiap masyarakat senantiasa berada di dalam proses perubahan yang tidak pernah berakhir.²³

Quraish Shihab menggunakan istilah umat untuk menjelaskan persoalan tersebut. Umat berasal dari kata yang berarti 'tumpuan', 'sesuatu yang dituju' dan 'tekad'. Dari kata yang sama dibentuk kata umm yang berarti 'ibu', yang merupakan tumpuan seorang anak.²⁴

Ibnu Khaldun mengatakan bahwa hubungan sosial manusia adalah sesuatu yang tidak bisa ditinggalkan. Para filosof menjelaskan hal ini bahwa manusia itu memiliki tabiat madani (sipil atau sosial). Manusia harus memiliki

²⁰Admin, WWW.Islamimurni.blogspot.com/2011/06/definisi-jama'ah.html diakses pada hari Senin 23 2020 pukul 13.00

²¹Abu Namira, www.abunamira.wordpress.com/2011/10/19/27-pengertian al-jama'ah/diakses pada hari senin 23 november 2020 pukul 13.00.

²²Koentjaraningrat, *pengantar ilmu Antropologi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, h. 146.

²³Nasikun, *Sistem Sosial Indonesia*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, h.20.

²⁴M. Quraish Shibab, *Lentera Al-Quran; Kisah dan Hikmah Kehidupan*, Bamdung; Mizan, 2008, h. 306.

hubungan sosial (berkelompok) yang menurut istilah mereka disebut Al-Madinah (kesipilan atau kependudukan), hal ini sama dengan makna Al-Umran (peradaban).²⁵ Perbedaan antara kelompok dengan jama'ah adalah adanya komitmen.²⁶ Dalam hal ini, jama'ah yang dimaksud adalah jama'ah Masjid, maka dapat disimpulkan bahwa jama'ah Masjid adalah sejumlah orang yang memiliki tujuan yang sama dalam beribadah kepada Allah dengan aturan tertentu dan disatukan oleh identitas yang sama, yakni agama Islam.

B. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan seseorang terhadap suatu masalah tidak jauh dari pengetahuan yang telah diketahui seseorang itu sendiri. Dalam pengambilan keputusan, untuk memecahkan suatu masalah biasanya terfokus pada tujuan yang dicari untuk dicapai seseorang tersebut. Pengambilan keputusan sebenarnya merupakan suatu aliran interaksi (stream interaction) antara proses faktor lingkungan, kognitif, afektif dan tindakan perilaku.²⁷

1. Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan merupakan sarana untuk mencapai suatu hasil atau memecahkan masalah. Keputusan merupakan hasil dari sebuah proses pemikiran dan pertimbangan yang telah dilakukan. Pengambilan keputusan sangat penting bagi setiap orang. Didalam pengambilan keputusan diperlukan adanya pengetahuan untuk setiap tindakan.

²⁵ Ibnu Khaldun, *Mukaddimah*, Jakarta; Pustaka al-Kautsar, 2011, h. 69.

²⁶ Hilmi Aminudin, *Menghilangkan Trauma Persepsi*, Jakarta; Arah Press, 2008, h. 58.

²⁷ Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi kedua*, (Wacana Media, Jakarta, 2011), h. 211

Menurut Nugroho pengambilan keputusan konsumen (consumer decision making) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kongnitif sebagai keinginan berperilaku.²⁸

Menurut Churcuman yang dikutip oleh Umar Dhadan pengambilan keputusan merupakan aktivitas manajemen berupa pemilihan tindakan dari sekumpulan alternatif yang telah dirumuskan sebelumnya untuk memecahkan suatu masalah atau suatu konflik dalam manajemen.

Sedangkan menurut Burch dan Strater yang dikutip oleh Umar Dhadan keputusan adalah suatu pilihan yang mengarah kepada tujuan yang diinginkan (to a certain desired objective).²⁹

Menurut Eko Nugroho, yang dikutip oleh Irham Fahmi dalam teori pengambilan keputusan dilakukan pengklasifikasian keputusan pada dua jenis, yaitu keputusan yang terprogram dan tidak terprogram. Setiap keputusan tersebut memiliki perbedaannya masing-masing.³⁰

a. Keputusan Terprogram

²⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), h. 342.

²⁹ Umar Dadan, *Komputerisasi Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001), h. 34.

³⁰ Irham fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016) , h. 3

Keputusan yang terprogram dianggap suatu keputusan yang dijalankan secara rutin saja, tanpa ada persoalan-persoalan yang bersifat krusial. Karena setiap pengambilan keputusan yang dilakukan hanya berusaha membuat pekerjaan yang terkerjakan berlangsung dengan baik dan stabil. Pada dasarnya, suatu keputusan yang terprogram akan dapat terlaksana dengan baik jika memenuhi beberapa syarat, yaitu:

- 1) Sumber daya manusia yang memenuhi syarat sesuai standar yang diinginkan.
- 2) Adanya sumber informasi kualitatif dan kuantitatif yang bersifat baik. Serta informasi yang diterima dapat dipercaya.
- 3) Pihak organisasi menjamin dari segi ketersediaan dana selama keputusan yang terprogram tersebut dilaksanakan.
- 4) Aturan dan kondisi eksternal organisasi mendukung terlaksananya keputusan terprogram hingga tuntas. Seperti peraturan dan berbagai ketentuan lainnya tidak ikut menghalangi, bahkan sebaliknya ikut mendukung.

b. Keputusan Tidak Terprogram

Keputusan tidak terprogram biasanya digunakan untuk memecahkan masalah-masalah baru yang belum pernah dialami seseorang sebelumnya. Keputusan tidak terprogram tidak bersifat repetitif, tidak terstruktur, sulit untuk mengenali bentuk, hakikat dan dampaknya.

Menurut Ricky W. Griffin mendefinisikan keputusan tidak terprogram adalah keputusan yang secara relatif tidak terstruktur dan muncul lebih jarang dari pada suatu keputusan yang terprogram. Pengambilan keputusan pada keputusan tidak terprogram biasanya bersifat tidak terlalu rumit dan membutuhkan kompetensi khusus untuk menyelesaikannya.

Menurut Fahmi Basyaib, Dalam cakupan pembuatan keputusan terkait dengan pengaturan dalam organisasi maka, terdapat empat tingkat cakupan pembuatan keputusan, yaitu:³¹

- 1) Pembuatan keputusan individu
- 2) Pembuatan keputusan kelompok
- 3) Pembuatan keputusan organisasi
- 4) Pembuatan keputusan metaorganisasi.

Menurut John Adair, keputusan-keputusan diambil berdasarkan alasan yang semata-mata logis, adanya pembaruan antara dorongan emosi yang kuat, politik kekuasaan, pengaruh orang lain dan nilai-nilai pribadi dari para pengambil keputusan itu sendiri.³²

Ada beberapa para pengambil keputusan yang tidak menempatkan masalah sesuai prosedur yang telah direkomendasikan. Salah satu faktor yang menyebabkan proses pengambilan keputusan tidak sesuai dengan tahapan adalah karena para pengambil

³¹ Fahmi Basyaib, *Teori Pembuatan Keputusan*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006) , h. 7.

³² John Adair, *Mengambil Keputusan yang Efektif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1985), h. 8.

keputusan tidak mempunyai waktu yang cukup. Sehingga, para pengambil keputusan tidak dapat mengumpulkan informasi-informasi yang penting dan relevan, serta tidak dapat menghasilkan suatu penilaian menyeluruh dengan pilihan-pilihan yang tersedia.³³

Menurut Donald H. Weiss dalam bukunya *Pengambilan Keputusan Yang Sulit Secara Tepat*, menunjukkan bahwa ada 25 macam pendorong seseorang dalam melakukan tindakan, yaitu meliputi: pengetahuan, kebijaksanaan, kekuasaan, kesenangan estetik, standar etis, kemandirian, pencapaian, pengakuan, persahabatan, tanggung jawab, kreativitas, keamanan, dedikasi, keadilan dan kesamaan, pertumbuhan, harga diri, keberagaman, kasih, tantangan, iman, kesiapan membantu, kesehatan (fisik/mental), uang, kesenangan, dan dikasihi³⁴

Teori ini menunjukkan bahwa faktor pendorong seseorang dalam melakukan sesuatu termasuk memilih, adanya pemicu dan pendorong yang menggerakkan seseorang melakukan dan memilih sesuatu ditimbulkan oleh dorongan faktor internal (dalam diri) dan faktor external (luar). Ini menunjukkan bahwa kalau seseorang sadar akan keinginan dan mengerti kebutuhan yang diperlukannya, ia menjadi mudah tergerak untuk memenuhi impiannya tersebut.³⁵

Menurut Abraham H. Maslow dalam buku *Motivation and Personality*¹⁸ menjelaskan lebih terperinci beberapa landasan yang menggerakkan seseorang melakukan sesuatu berdasarkan reaksi

³³ Siti Aminah, “*Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jamaah Umrah PT. Annajwa Islamic Tour and Travel Medan*”, Skripsi, (17 September 2019), h. 13

³⁴ Febrina Sari, *Metode dalam Pengambilan Keputusan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 3

³⁵ Febrina Sari, *Metode dalam Pengambilan Keputusan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h. 6

kebutuhannya. Kebutuhan manusia pada dasarnya muncul dari dalam dirinya sendiri, mulai dari kebutuhan fisik, rasa aman, kebutuhan sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri.³⁶

Abraham Maslow dapat membedakan setiap tindakan yang dilakukan seseorang dari motif yang ingin dicapainya. Seperti seseorang yang berbuat suatu pekerjaan yang orientasinya ingin mendapat pujian dari orang lain dan pujian atas pekerjaannya.³⁷

2. Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Sir Frances Bacon, langkah-langkah dalam pengambilan keputusan manajemen, yaitu: rumuskan/ definisikan persoalan keputusan, kumpulan informasi yang relevan, cari alternatif tindakan, lakukan analisa alternative yang fisibel, pilih alternatif terbaik, laksanakan keputusan dan evaluasi hasilnya.³⁸

a. Rumuskan/definisikan persoalan keputusan

Persoalan mungkin tidak diharapkan dalam suatu manajemen, namun mau tidak mau persoalan harus perlu diselesaikan. Hal itu membuat seseorang harus memutuskan beberapa hal untuk menyelesaikan suatu persoalan. Pengambilan keputusan yang efektif dan efisien dapat membantu memecahkan persoalan secara cepat

³⁶ Lita Asyriatih Latif, dkk. *Sistem Pendukung Keputusan Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 218), h. 10

³⁷ Lita Asyriatih Latif, dkk. *Sistem Pendukung Keputusan Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 218), h. 15

³⁸ ³⁸ Diana Ikhwatul Islamiyah, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Jama'ah haji Dalam Pengambilan Keputusan Bergabung di KBIH Multazam Surabaya*, Program Studi Manajemen dakwah Fakultas dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2018

dan baik.

b. Kumpulan informasi yang relevan

Setiap persoalan yang sudah lama atau baru saja timbul pasti ada faktor penyebabnya. Perlunya data maupun informasi yang relevan dibutuhkan oleh seseorang untuk menyelesaikan masalah tersebut.

c. Cari Alternatif Pindahan

Dalam memutuskan berarti memilih salah satu dari beberapa alternatif yang tersedia. Alternatif tindakan merupakan salah satu hal yang diperlukan untuk mencapai sebuah keputusan.

d. Analisis alternatif yang fisibel

Setiap alternatif harus dianalisis dan harus dievaluasi dengan baik. Hasil analisis tersebut akan memudahkan pengambilan keputusan dalam memilih alternatif terbaik.

e. Memilih alternatif terbaik

Dalam pengambilan keputusan, pengambilan keputusan harus memilih salah satu diantara banyak alternatif. Pemilihan bisa didasarkan atas kriteria tertentu. Kriteria yang paling baik dapat dijadikan acuan untuk pengambilan keputusan.

f. Laksanakan keputusan dan evaluasi hasilnya.

Pelaksanaan suatu rencana tindakan merupakan tahap akhir dari proses pengambilan keputusan. Dalam hal ini, evaluasi hasil keputusan harus tetap dilakukan. Agar dapat mengetahui apakah ada

kesalahan untuk pengambilan keputusan berikutnya.

C. Umroh

a. Pengertian Umroh

Pengertian ibadah umroh adalah berkunjung ke Baitullah melakukan thawaf dan sa'i dengan cara tertentu dan waktu yang tidak ditentukan. Pengertian umroh secara bahasa artinya berkunjung, sedangkan secara istilah adalah berkunjung ke ka'bah (Baitullah) dengan melaksanakan ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan umroh dalam rangka mendekatkan diri pada Allah. Umroh dapat dilaksanakan sewaktu-waktu sepanjang tahun, baik di dalam bulan haji atau sebelum maupun sesudahnya.³⁹

Menurut Muhammad Taufiq Ali Yahya dalam bukunya Makkah, Manasik Lengkap Umroh dan Haji serta Doa-doanya menyatakan, menurut bahasa umroh berarti ziarah secara umum. Menurut syariat umroh berarti ziarah ke Baitullah Haram untuk menunaikan manasik tertentu seperti thawaf, sa'i dan taqshir.⁴⁰

Dari banyaknya peminat jamaah dalam memilih suatu biro jasa perjalanan haji umroh pun menjadi faktor yang sangat penting, maka untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan promosi yang dapat memberikan

³⁹ Muhammad Taufiq Ali Yahya, *Makkah Manasik Lengkap Umrah dan Haji serta Doa-doanya*, h. 160.

⁴⁰ Muhammad Taufiq Ali Yahya, *Makkah Manasik Lengkap Umrah dan Haji serta Doa-doanya*, h. 151.

kepuasan pelayanan konsumen melalui komunikasi.⁴¹

Dalam artikel Islami Djakarta.or.id menyatakan umroh berarti berkunjung ke Ka'bah untuk melakukan serangkaian ibadah dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan dan disunnahkan bagi muslim yang mampu. Umroh dapat dilakukan kapan saja, kecuali pada hari Arafah yaitu tgl 10 Dzulhijjah dan hari-hari Tasyrik yaitu tanggal 11,12,13 Dzulhijjah. Umroh disebut juga haji kecil, karena beberapa ketentuannya hampir sama dengan haji misalnya tentang syarat-syarat, rukun, atau larangan-larangannya.⁴²

Namun, umroh yang artinya ziarah, hanya wajib bagi orang yang masuk ke Mekah dan ia diwajibkan melakukan beberapa perbuatan ringan termasuk melakukan tawaf mengelilingi rumah Allah dan melaksanakan solat. Melanjutkan perintah pelaksanaan haji dan umroh, berangkat dari masalah ada kemungkinan di sepanjang perjalanan ibadah ini, pihak yang terkait mengalami kesulitan, ayat tersebut menjelaskan sebagian dari hukum untuk mereka agar jelas bahwa kewajiban-kewajiban Allah adalah di dalam batas kemampuan manusia dan Allah Swt tidak menginginkan dari hambanya sesuatu yang ada di luar kemampuannya.

Para ulama fiqih sepakat bahwa ibadah haji dan umroh adalah wajib hukumnya bagi setiap muslim yang mempunyai kemampuan biaya, fisik dan waktu, sesuai dengan nash Al-Qur'an: (QS. Ali Imran : 97)

⁴¹ Muhammad Taufiq Ali Yahya, *Makkah Manasik Lngkap Umrah dan Haji serta Doa-doanya*, h. 140

⁴² Lapak Umrah, *Pengertian Umroh, Syarat, Hukum dan Tata cara Umroh*, dikutip dari <http://www.lapakumroh.com/id.umroh> Pada hari Rabu, Tanggal 25 N0vember, Pukul 12.37 WIB

فِيهِ آيَةٌ بَيِّنَةٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَكِيمٌ

الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ٩٧

Artinya: *Disana terdapat tanda-tanda yang jelas,(di antyaranya) maqom Ibrahim. Barang siapa memsukinya (Baitullah) amanlah dia.dan (diantara) kewajiban manusia terhadap Allahadalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah,yaitu bagiorang-orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Barang siapa yang mengingkari (kewajiban) haji, maka ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam.*

Rasulullah Saw bersabda:

“Ambilah dariku Haji dan Umroh kalian” (HR. Muslim dari Jabir).

Perbedaannya umroh dengan haji, dari arti bahasanya saja dapat kita lihat, haji secara harfiah berarti ziarah. Yaitu menziarahi tempat-tempat suci, yang tidak terbatas hanya kota Makkah, melainkan juga meliputi Arafah, Mina, Muzdalifah dan tempat-tempat lainnya.

Sedangkan umroh berarti meramaikan dalam arti memakmurkan, jadi tidak hanya ramai tetapi juga mensejahterakan atau membuatnya sejahtera. Ramai, makmur ataupun sejahtera dengan kalimat-kalimat Allah, ibadah, do‘a dan senantiasa berzikir atau mengingat Allah.⁴³

1. Syarat Wajib Umroh

Syarat umrah menurut pandangan jamhur fuquha adalah :

- a) Islam
- b) Baligh

⁴³ H. Edi Mulyono & Harun AR, *Paduan Praktis & Terlengkap Ibadah Haji dan Umrah* (Yogyakarta: Safirah, 2013), h. 10.

- c) Berakal sehat
- d) Merdeka (bukan hamba cahaya) dan
- e) Mampu (istitha'ah).

2. Rukun Umroh

Rukun umrah juga terdapat perbedaan pendapat di kalangan fuqoha, diantaranya adalah :

a) Menurut mahzab syafa'i ada lima yaitu :

- 1) Ihram
- 2) Thawaf
- 3) Sa'i
- 4) Memotong/menggunting rambut
- 5) Tertib

b) Menurut mahzab maliki dan hambali ada tiga yaitu :

- 1) Ihram
- 2) Thawaf
- 3) Sa'i

c) Menurut mahzab hanafi yaitu ada empat putaran thawaf sedangkan yang tiga putaran lainnya wajib.⁴⁴

Wajib umroh ada dua :

- 1) berhram dari miqat
- 2) menghindari dan menjauhi hal-hal yang diharamkan selama berhram

⁴⁴Kementrian Agama RI, *Fikih Haji*, (Jakarta: Kementrian Agama RI Direktorat Jendral Penyelenggaraan Haji dan Umrah) Dt. VII.1/1/B.4.

d) Sunnah umroh berikut hal-hal yang di sunnahkan kepada jamaah umrah

- 1) mandi sunnah sebelum berihram
- 2) shalat sunnah irham sebanyak dua rakaat
- 3) membaca talbiah, solawat nabi dan doa.
- 4) mencium hajar aswad
- 5) sholat sunnah dimakam ibrahim
- 6) sholat sunnah dihjir ismail
- 7) berdoa di multazam
- 8) minum air zam-zam

6). Syarat sah umroh ada lima, yaitu :

1. Islam
2. berakat
3. baliq (tamsyiz)
4. berihram dari miqat makani
5. memenuhi seluruh rukun umrah

D. Faktor-faktor Penyebab Pengambilan Keputusan

Berikut ada lima faktor penyebab pengambilan keputusan:

1. Faktor Fasilitas

Menurut Nirwana fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas

pendukung dalam penyampaianya.⁴⁵

Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan. Menurut Mudie dan Cottam yang dikutip oleh Tjiptono, unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan Pertimbangan dalam menentukan fasilitas jasa adalah :

1) Perencanaan

Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lainlain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai orang atau yang melihatnya.

2) Perencanaan Ruangan

Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

3) Perlengkapan/Perabotan

Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai

⁴⁵ Nirwana Sitopu, *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba 4, 2005), h. 47

sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.

4) Tata Cahaya

Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, dan suasana yang diinginkan.

5) Warna

Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi kecelakaan.

6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu.

Menurut Nirwana “terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, diantaranya: Desain fasilitas, nilai fungsi, estetika, kondisi yang mendukung, peralatan penunjang, seragam pegawai, laporan-laporan, garansi”.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan dimana pun dapat diartikan sama yaitu dengan pelayanan yang maksimal dapat membantu para konsumen untuk mempermudah menggunakan sarana prasarana yang akan digunakan untuk mencapai tujuannya.

Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah fasilitas kendaraan, buku panduan, lokasi hotel, nomor telepon.

2. Pelayanan

Menurut Gasper yang dikutip oleh Mauludin, “pelayanan merupakan aktivitas pada keterkaitan antara pemasok dan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan”. Sedangkan menurut Moenir “pelayanan merupakan serangkaian kegiatan karena merupakan proses, sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan organisasi dan masyarakat”. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan pelayanan merupakan kegiatan yang berlangsung secara rutin pada proses jual beli atau pemakaian jasa pada suatu tempat yang dapat menghasilkan suatu kebutuhan seseorang tertentu. Setiap pemberi jasa perlu mengetahui bagaimana pelayanan yang baik yang dapat memuaskan setiap individu. Menurut Sugiarto pelayanan yang baik menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain. Oleh karena itu produsen perlu menguasai unsur-unsur berikut ini:⁴⁶

a. Kecepatan

Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.

⁴⁶ Hs. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2002), h,

b. Ketepatan

Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para pelanggan. Oleh karena itu ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan.

c. Keamanan

Dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk atau jasanya.

d. Keramah tamahan

Dalam melayani para pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. Oleh karena itu keramah-tamahan sangat penting, apalagi pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa.

e. Kenyamanan

Rasa nyaman timbul jika seseorang merasa dirinya diterima apa adanya. Dengan demikian, perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen.

3. Promosi

Menurut Kotler, promosi mencakup semua alat bauran pemasaran (marketing mix) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk. Basu Swastha mengemukakan, promosi adalah arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran

dalam pemasaran.⁴⁷

Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Berdasarkan pengertian para ahli diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh setiap suatu organisasi atau perusahaan dalam mengenalkan sebuah produk atau jasa pada konsumen untuk mengenal produk atau jasa dalam rangka menarik minat pembeli. Dalam melaksanakan rencana promosi akan melibatkan beberapa tahap, antara lain:⁴⁸

- 1) Menentukan Tujuan
- 2) Mengidentifikasi Pasar yang dituju
- 3) Menyusun Anggaran
- 4) Memilih Berita
- 5) Menentukan Promotional Mix
- 6) Memilih Media Mix
- 7) Mengukur Efektifitas
- 8) Mengendalikan dan Memodifikasi

⁴⁷ Fredy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integratek Marketing Komunikations*, Jakarta: Anggota IKAPI, 2009), h. 49

⁴⁸ Basuh Swatha, *Pengantar Bisnis Moderen*, (Yogyakarta: Liberti Yogyakarta, 2007 h.

Promosi merupakan kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan sebuah perusahaan. Dalam sebuah kegiatan promosi, perusahaan tentunya mempunyai tujuan yang bersangkutan mengenai produknya.

Menurut Fandi Tjiptono, tujuan utama promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Menginformasikan (informing), dapat berupa:
 - a. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
 - b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
 - c. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
 - d. Menjelaskan cara kerja suatu produk
 - e. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
 - f. Meluruskan kesan yang keliru
 - g. Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli
 - h. Membangun citra perusahaan.
- 2) Membujuk pelanggan sasaran (persuading) untuk:
 - a) Membentuk pilihan merek
 - b) Mengalihkan pilihan merek tertentu
 - c) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk

- d) Mendorong pembeli untuk berbelanja saat itu juga
 - e) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan waraniaga (salesman).
- 3) Mengingat (reminding), dapat terdiri atas:
- a) Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat
 - b) Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan
 - c) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye Iklan
 - d) Menjaga ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Dari pemikiran-pemikiran diatas, dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi sangat penting bagi suatu perusahaan untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa. Kegiatan promosi dapat menarik perhatian konsumen secara keseluruhan. Dengan adanya kegiatan promosi yang baik, produktivitas perusahaan akan semakin naik dengan tingkat konsumen yang semakin banyak. Kegiatan promosi saat ini dapat dijangkau oleh berbagai macam media. Namun, kegiatan yang masih berlangsung saat ini kebanyakan menggunakan media cetak atau brosur. Antusias konsumen lebih terapresiasi dengan adanya brosur.

4. Faktor Kenyamanan

Kenyamanan dapat ditimbulkan oleh berbagai macam hal. Kenyamanan hanya dapat dirasakan setiap individu atau secara pribadi.

kenyamanan. Menurut Kotler yang dikutip oleh Bahri, mengatakan bahwa:⁴⁹

“Kunci untuk mencapai sukses dalam bisnis ritel adalah lokasi, lokasi dan lokasi. Kenyamanan menjadi faktor penentu terpenting bagi para konsumen dalam memilih pada suatu tempat. Ada beberapa fungsi yang menyebabkan timbulnya unsur kenyamanan seperti sikap karyawan, desain ruangan, suhu, dekorasi, serta warna-warna yang ada dalam tempat tersebut”. Kenyamanan dapat dirasakan dengan kondisi perasaan.

Kenyamanan dapat diperoleh saat setiap individu mengalami intraksi yang dialami individu itu sendiri. Kita dapat mengetahui tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh orang lain secara langsung maupun pengamatan luar terhadap orang tersebut. Sikap karyawan dalam suatu lembaga sangat memengaruhi konsumen yang akan melakukan transaksi atau bergabung dalam lembaga tersebut. Konsumen akan merasa nyaman jika karyawan bersikap baik dan ramah. Namun, kenyamanan lebih tertuju pada faktor luar dari lembaga atau perusahaan tersebut. Desain ruangan yang enak dipandang dapat memberikan kenyamanan pada konsumen. Jika konsumen merasa nyaman, maka konsumen akan lebih tertarik pada kegiatan yang sedang berlangsung.

5. Faktor Harga

Menurut Kotler “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau sejumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

⁴⁹ Bahri, ” Analisis Pengaruh Harga Pelayanan Atmosfir Kenyamanan Keragama Produk dan Desain Toko Terhadap Keputusan Pembelian Kpnsumen”, (6 Agustus 2016), h. 33

Sedangkan Kotler dan Keller mengartikan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.⁵⁰

E. Travel

1. Pengertian Travel

Travel adalah pergerakan orang antara lokasi geografis yang relatif jauh, dan dapat melibatkan perjalanan dengan berjalan kaki, sepeda, mobil, kereta api, kapal, pesawat, atau cara lain, dengan atau tanpa bagasi, dan dapat menjadi salah satu cara atau round trip. Travel juga dapat mencakup menginap yang relatif singkat.⁵¹

2. Pengertian Travel Agent

Agent perjalanan wisata memiliki tugas yaitu :

Menjadi perantara pemesanan-pemesanan tiket pengurus dokumen perjalanan. Menjadi perantara pemesanan akomodasi, restaurant, sarana wisata dan lain-lain.

Biro wisata memiliki fungsi yang dapat dibedakan menjadi dua fungsi yaitu :

a) Fungsi umum :

Dalam satu hal ini biro perjalanan wisata merupakan suatu badan usaha yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala

⁵⁰ Kloter, dkk. *Prinsip – Prinsi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 20010, h. 439

⁵¹Travel Harmoni, Definisi Travel, diaskes dari <http://harmonitravel.com/pengertian-travel/>, pada hari jumat, tanggal 7 desember 2018, pukul 16.23 WIB.

sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

b) Fungsi khusus :

Biro perjalanan wisata sebagai perantara. Dalam kegiatannya ia bertindak atas nama perusahaan lain yang menjual jasa-jasa perusahaan yang mewakilinya. Karena itu ia bertindak diantara wisatawan dan industri wisata. Biro perjalanan wisata sebagai badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan tout dengan tanggung jawab sendiri.⁵²

⁵²<https://desianasartika.wordpress.com/travel/pengertian-travel>. Diakses tanggal 4 Juli 2020, pukul 10.41 WIB.

BAB III

GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu

1. Sejarah PT. Andalan Wisata Kota Bengkulu

PT Andalan Wisata Kota Bengkulu berdiri sejak tahun 2014 yang mengkhususkan dalam bidang usaha tour and travel berkantor di daerah sumarecon serpong, dan kami terus melakukan ekspansi bisnis cakupan nasional dan internasional melalui jaringan tour dan travel baik domestik dan internasional. Melihat animo paket perjalanan ibadah umroh yang sangat tinggi, dan sekaligus terus berinovasi memberikan layanan terbaik untuk perjalanan ibadah umroh bagi kaum muslimin dan muslimat seluruh indonesia dengan berbagai pilihan paket umroh, dan tentunya dengan selalu mengedepankan kenyamanan jamaah dalam beribadah.

2. Letak Geografis PT Andalan Wisata Kota Bengkulu

PT Andalan Wisata Kota Bengkulu terletak di jalan panorama kec. Singgaran pati, kota Bengkulu. Adapun batas-batas wilayah pt andalan wisata kota Bengkulu adalah sebagai berikut :

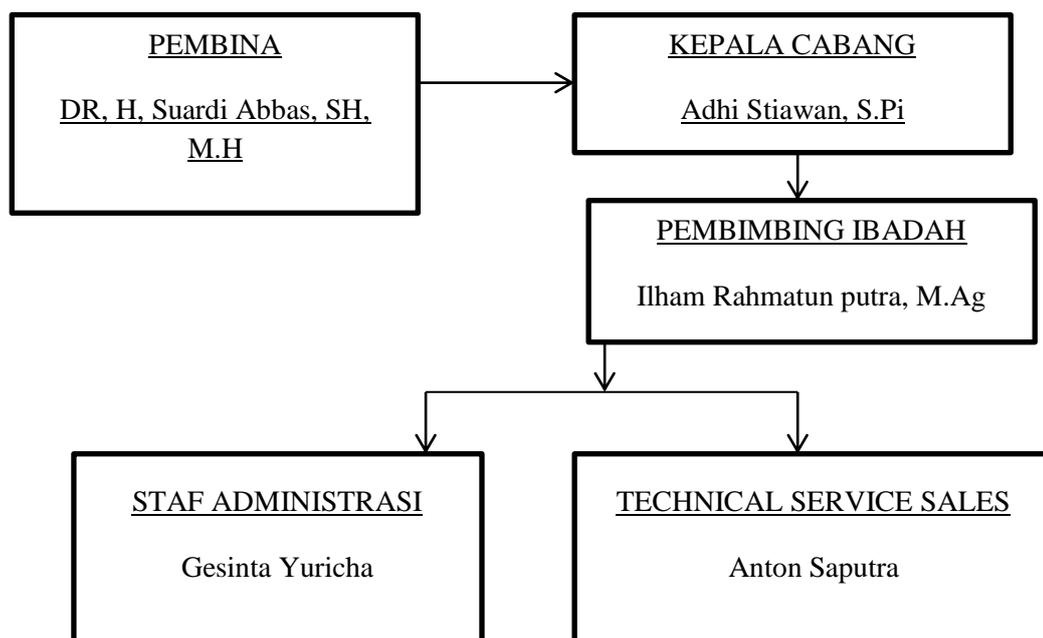
- a. Sebelah timur berbatasan dengan pasar tradisional
- b. Sebelah barat berbatasan dengan jalan raya
- c. Sebelah utara berbatasan dengan rumah penduduk
- d. Sebelah selatan berbatasan dengan pasar tradisional

3. Visi Dan Misi PT Andalan Wisata Kota Bengkulu

Menjadikan PT Andalan Wisata Kota Bengkulu sebagai perusahaan tour and travel yang memiliki standar dan mutu internasional dan berperan aktif dalam meningkatkan mobilitas masyarakat indonesia dan dunia internasional.

- a. Perusahaan yang memiliki standar pelayanan prima tetap mementingkan efisiensi dan efektifitas dalam kegiatan operasional.
- b. Berperan aktif dalam menghadapi masyarakat ekonomi ASEAN dan Asia dengan memberikan kontribusi terhadap mobilitas transportasi, akomodasi dan telekomunikasi sebagai kesatuan utuh
- c. Menjadikan perusahaan yang dapat memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat melalui program pemberdayaan lingkungan (CSR) dan kegiatan lain yang mengedepankan pemberdayaan sumber daya manusia.

4. Struktur PT Andalan Wisata Kota Bengkulu



5. Paket Umrah PT Andalan Kota Bengkulu

- a. Paket silver 12 hari Rp. 25.900.00 all in perlengkapan sebagai berikut:
(Mekkah meridien tower/setaraf madinah durat andalus/setaraf)
- b. Paket gold 12 hari Rp. 27.900.00 all in perlengkapan sebagai berikut:
(Mekkah elaf masaer/setaraf madinah nozol/setaraf)
- c. Paket diamond 12 hari Rp.30.900.00 all in perlengkapan sebagai berikut:
(Mekkah royal/sofwa/setaraf/madinah nozol/setaraf)

6. Persyaratan Umrah di Travel Andalan Kota Bengkulu

- a. Mengisi formulir pendaftaran dan membyar DP 3 Jt/jamaah
- b. Menyerahkan paspor asli tiga suku kata (berlaku minimal 1 tahun)
- c. Poto berwarna 4x6 = 6 lembar dan 3x4 6 lembar
- d. KK Dan buku nikah asli (bagi suami istri)
- e. Akte lahir bagi anak dibawah 17 tahun
- f. Dokumen asli dikumpulkan satu bulan sebelum keberangkatan
- g. Pelunasan paling lambat dua bulan sebelum keberangkatan

BAB 1V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Informan

Berikut Data Jama'ah PT Andalan Wisata Kota Bengkulu pada tahun

2019-2020:

NO	G	NAMA	MAHRAM
1	MRS	HERIYANTI BURMAN SALEH	ISTRI NARSITO
2	MRS	NANI SARTINI SISWARNO	IBU EFRINA
3	MRS	EFRINA DWI ANGGRAII	ANAK NANI
4	MRS	DOLENA SOLEMAN ALIAWAN	SELF
5	MRS	MARYAM SADAR WASIMAN	SELF
6	MRS	LULIANA MRATUNAN MINAM	SELF
7	MRS	JAMILA MATNUR YUNUS	SELF
8	MRS	WAGINEM MULYADI W	TL
9	MRS	ELIANI LEGIMAN SUGIMAN	ISTRI SEGIMIN
10	MRS	ASNAWATI SABAN AHMAD	SELF
11	MRS	SUPARJI MARTO SUWARNO	TL
12	MRS	ARILENA MANSYUR YAHYA	SELF
13	MRS	HOLIJAWATI ROSMAN M	ISTRI ZULFIKRI
14	MRS	MILURIA HASRI MUWIF	SELF
15	MRS	SITI WARSINI MUSO	ISTRI SIRUN
16	MRS	MISNATIK MISNAK	SELF
17	MRS	SRIKA SIJO SAMIDI	ISTRI KLIMIN
18	MRS	WIWIK KRIANTI KLIMIN	ANAK KLIMIN
19	MRS	MALAWATI MANSI	SELF
20	MRS	SIMPEN MARNON ABDULLAH	SELF
21	MRS	ANIS TRI ASTUTI MANSURMAN	SELF
22	MRS	JULISIAR SARBAINI USMAN	ISTRI
23	MRS	ANI SUSILA WATI KADIR	SELF
24	MRS	ELVA MILIANA COLIL	ISTRI WIRA
25	MR	NARSITO WIRIO SUHARJO	SUAMI HERIANTI
26	MR	KLIMIN KLIWON SANMULYA	SUAMI SRIKA
27	MR	SAGIMIN RAKIMIN RONO T	SUAMI WAGINEM
28	MR	AFRIZA ARIADI EDI SUYANTO	SELF
28	MR	ZULFIKRI JAMALUDDIN K	SUAMI ARILENA
30	MR	KASIM MARSIDI K	SUAMI JUMINA
31	MR	HARIZAL SAMANDIHI	SUAMI JULISIAR
32	MR	WIRAYUDHA SARDAWI	SUAMI ELVA
33	MR	HIDAYATULLAH USWAN	SELF
34	MR	MURSALIN SARKOWI LATIF	SELF

35	MR	JUNAIIDI MUSTOFA IDRIS	SELF
36	MR	DIRUN KROMOMADI MATAL	SUAMI SITI
37	MR	ABDUL HAJANI ALI UKIR	ISTRI ASNAINI
38	MR	NING TAJAM UBAT	SELF
39	MR	WALUYO AJO WIYOTO	SUAMI MARYAM
40	MRS	ASNAINI ROSALI HAMALA	ISTRI ABDULLAH
41	MRS	SAMINA OTONG JIA	SELF
42	MRS	MARYAM DIRJO MARMAN	ISTRI WALUYO
43	MRS	RATNA WATI ISHAK	SELF
44	MRS	HERNI ZAKARIA ABAD	TL
45	MRS	NURLELA IDRIS ABDULLAH	SELF
46	MRS	WASITA ARMAWARDI A	TL
47	MRS	JUMINA SURADI SULAIMAN	ISTRI KASIM
48	MRS	MURYANTI WALID M	SELF
49	MRS	KOBRO SEMAIR AGUS	SELF
50	MRS	MEGAWATI	SELF
51	MRS	JAMILA PUTRI	SELF
52	MRS	NURLENA	SELF
53	MRS	NENGSIH	SELF
54	MR	JUNAIIDI	SELF
55	MR	BUDIONO	SELF
56	MRS	SUSI SUSILAWATI	SELF
57	MR	YANTO	SELF
58	MR	TRISNA	SELF
59	MRS	NURLELA	SELF
60	MRS	RAHMAWATI	SELF
61	MRS	ROSDIANA	SELF
62	MRS	PRATIWI	SELF
63	MS	BUDIAMAN	SELF
64	MR	JULIANTO	SELF
65	MRS	MARTINI	SELF
66	MRS	DESI SAPUTRI	SELF
67	MR	BUDIYONO	SELF
68	MRS	SOFIATUN	SELF
69	MR	JULIANDA	SELF
70	MRS	YOLANDA	SELF
71	MRS	LUSI PUSPITA DEWI	SELF
72	MRS	ADE SAFITRI	SELF
73	MR	MIKI YANTO	SUAMI SINTA
74	MR	AKBAR	SELF
75	MR	WAWAN EKO PUTRA	SELF
75	MR	SABIL PRATAMA	SELF
76	MR	DINDI	SELF
77	MRS	AYU INDIRA	SELF

78	MRS	MARENTESA	SELF
79	MR	NUGRAHA	SELF
80	MRS	SINDI DWI PUTRI	SELF
81	MR	REZA SYAFUTRA	SELF
82	MR	HARTONO	SELF
83	MR	FEBRIANTONI	SELF
84	MRS	SINTA SARI	ISTRI MIKI
85	MR	SURYONO	SELF
86	MR	HERMANTONI	SELF
87	MR	AGUSTIN	SELF
88	MR	BUSTOMI	SELF
89	MR	ANTON	SELF
90	MR	YOGI FRANS SUBEKTI	SELF
91	MRS	RIA PUSPITA	SELF
92	MRS	ZURIAH	ISTRI ZUBAHRI
93	MR	ZULBAHRI	SUAMI ZURIAH
94	MR	SUANDI	SUAMI KALIMATUL AINI
95	MRS	KALIMATUL AINI	ISTRI SUANDI
96	MRS	SAFITRI	SELF
97	MR	ADI PRAYOGA	SELF
98	MR	FIRDAUS	SELF
99	MR	ZUL ALIANDA	SELF
100	MR	SUTAN PRABOWO	SELF
101	MRS	AGUSTINA	SELF
102	MRS	PUJIATI	SELF
103	MR	MIRI ARDIAN	SELF
104	MR	SUDIRO	SELF
105	MR	BUDIMAN	SELF
106	MR	RIAN PRATAMA	SELF
107	MR	VICKY PRASETYO	SELF
108	MRS	NURAINI	SELF
109	MRS	IDA SUSANTI	ISTRI BUYUNG
110	MR	BUYUNG	SUAMI IDA SUSANTI
111	MR	RIAN FEBRIANTO	SELF
112	MR	YOPI KALAPIA	SELF
113	MRS	ROHANI	SELF
114	MR	ROPI RAMADAHAN	SELF
115	MRS	MITA YULIANA	SELF
116	MR	ZULKARNAIN	SELF
117	MR	ALDO PUTRA JAYA	SELF
118	MR	SUWARDI	SELF
119	MR	RANGGA ADI PURA	SELF
120	MR	MARTIN ANGGARA	SELF

121	MRS	WENI SAFITRI	SELF
122	MRS	DESI SUSANTI	SELF
123	MRS	FENTI	SELF
124	MR	FERI SETIAWAN	SELF
125	MR	HIDAYAT VAUSAL	SELF
126	MR	BENNY APRIANTO	SELF
127	MR	RIZKI PRATAMA	SELF
128	MR	RAMADAN PUTRA.S	SELF
129	MRS	SUSANTI	SELF
130	MRS	AMBIA	ISTRI SAIFULLAH
131	MR	SAFULLAH	SUAMI AMBIA
132	MR	HANIFA	ANAK AMBIA DAN SAIFULLAH
133	MRS	DEWI PUTRI	SELF
134	MR	JONI	SELF
135	MR	ALNOVIAN	SELF
136	MRS	RIZKA UTAMI	SELF
137	MRS	SOFIATUN	SELF
138	MR	ERIK SUGANDA	SELF
139	MR	ABDULLAH	SELF
140	MR	ASWIMI	SELF
141	MRS	MEGAWATI	SELF
142	MR	ZUL ALIANDA	SELF
143	MRS	MONA	SELF
144	MRS	MUTIARA RAMADONA	SELF
145	MRS	WIDYA FEBRI YANTI	IBU ALDA
146	MRS	ALDA OKTAVIA	ANAK IBU WIDYA
147	MRS	SRI HARTATI	SELF
148	MR	BIMA RADITYA	SELF
149	MRS	NENGSIH	SELF

Data jamaah pada tabel diatas merupakan data jamaah yang telah berangkat ditravel Andalan Wisata Kota Bengkulu selama 1 tahun berdiri, setiap pembangkitannya perbulan memberangkatkan sekitar 20-25 jamaah.

B. Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan hasil penelitian yang berupa informasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi jamaah umrah di travel andalan wisata kota bengkulu. Dalam penelitian ini informan yang

diambil sebanyak 6 orang. Keseluruhan informan yang dipilih adalah mereka yang mengetahui tentang Faktor-faktor Penyebab Jamaah Umrah Memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu.

Berikut ini hasil wawancara peneliti dengan pimpinan travel, administrasi travel, jamaah travel andalan wisata kota Bengkulu. Faktor-faktor Penyebab jamaah umrah memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu.

1. Penerapan pelayanan di Travel Andalan Wisata di Kota Bengkulu

Travel adalah pergerakan orang antara lokasi geografis yang relatif jauh, dan dapat melibatkan perjalanan dengan berjalan kaki, sepeda, mobil, kereta api, kapal, pesawat, atau cara lain, dengan atau tanpa bagasi, dan dapat menjadi salah satu cara atau round trip. Travel juga dapat mencakup menginap yang relatif singkat. Pada travel andalan wisata ini ada beberapa pelayanan yang diberikan. Pelayanan merupakan aktivitas pada keterkaitan antara pemasok dan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan. Peneliti menggali informasi dari informan Adi setiawan S.pi dan yesinta yudistika selaku pempinan travel dan administrasi travel andalan wisata kota Bengkulu.

“Untuk pelayanan sudah kami lakukan yang terbaik sesuai paket yang dipilih jamaah, pelayanan yang kami berikan berupa tour leader disetiap bus nya, kemudian untuk di mekkah dan madinah kami memberikan satu muttawif atau tourguide setiap kloter jamaah”⁵³

⁵³Adi Setiawan, pimpinan kantor, Wawancara pada tanggal 30 Agustus 2020.

Hal senada juga diungkapkan oleh Yesika Yudistika, ia mengatakan bahwa:

“Kami memberikan tour leader dan mutawif kepada setiap bus dan kloter jamaah sehingga mempermudah proses ibadah dan perjalanan jamaah umrah dari kota Bengkulu menuju kota suci Mekkah”.⁵⁴

Untuk memperkuat jawaban dari pihak travel, peneliti melakukan wawancara kepada jamaah umroh travel andalan wisata Kota Bengkulu, Ibu Nengsi mengatakan bahwa:

“iya, pelayanan yang diberikan pihak travel andalan wisata Kota Bengkulu sudah baik sesuai dengan paket yang kami pilih, saya kemarin memilih paket silver salah satunya pelayanan yang saya dapatkan tour guide dari Bengkulu dan mutawif di Mekkah dan Madinah”

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Nurlela, ia mengatakan bahwa:

“saya mendapatkan pelayanan yang baik juga pada travel andalan wisata Kota Bengkulu ini, seperti tour guide yang berasal dari Bengkulu sehingga saya lebih mudah memahami apa yang dijelaskan dalam perjalanan umroh dan saya tidak segan untuk bertanya apa yang kurang jelas dalam perjalanan umroh, dalam hal ini tour guide sangat berperan aktif dalam menjelaskan apa saja yang belum saya ketahui tentang umroh selama perjalanan menuju ke kota suci Mekkah”.

“Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Junaidi Mustofa, ia mengatakan bahwa:

“saya juga mendapatkan pelayanan yang sangat baik pada travel andalan wisata Kota Bengkulu ini, seperti mutawif yang diberikan pada saat memandu atau memimbing ibadah umroh di tanah suci dalam hal ini saya sangat memahami apa yang dijelaskan pada mutawif saat saya menunaikan ibadah umrah”.

⁵⁴ Yesika Yudistika, admin, Wawancara pada tanggal 31 Agustus 2020.

Hal senada juga diungkapkan oleh ibu leni ia mengatakan bahwa:

“saya juga mendapatkan pelayanan yang sangat baik juga oleh trevel andalan kota wisata pelayanan yang diberikan kepada saya sangat membantu saya saat perjalanan menuju ke tanah suci seperti toutguide dan muttawib pada saat menunaikan ibadah umrah sebelum dan sampai di tanah suci”.

2. Faktor yang menyebabkan jamaah umroh memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu

a. Faktor Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan yang berlangsung secara rutin pada proses jual beli atau pemakaian jasa pada suatu tempat yang dapat menghasilkan suatu kebutuhan seseorang tertentu. Menurut Sugiarto pelayanan yang baik menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan. Peneliti mengali informasi dari informan Adi setiawan S.pi selaku pimpinan travel dan administrasi travel andalan wisata kota Bengkulu.

“Kami memberikan pelayanan yang baik kepada jamaah yang menggunakan jasa travel kami, pelayanan yang kami berikan berupa manasik 2 kali sebelum berangkat, tourgade berasal dari Bengkulu sehingga jamaah benar-benar kami layani sebelum berangkat hingga pulang lagi ke tanah air”.

Hal senada juga diungkapkan oleh Yesika Yudistika, ia mengatakan bahwa:

“Benar sekali, kami melayani jamaah yang menggunakan jasa travel kami dengan baik. kami mengadakan manasik 2 kali sebelum berangkat, semua keperluan jamaah kami layani dengan baik dari sebelum berangkat hingga pulang ke tanah air”.

Untuk memperkuat pendapat dari pihak travel peneliti melakukan wawancara oleh jamaah, Ibu leni mengatakan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan oleh pihak PT Andalan Wisata sangat prima seperti sebelum berangkat umrah melaksanakan dua kali manasik, kemudian betul-betul dilayani dari berangkat sampai ketanah air.”⁵⁵

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Nengsi, ia mengatakan bahwa:

“Sebelum berangkat umroh kami melaksanakan dua kali manasik dan keberangkatan kami ditata secara teratur serta kami mendapatkan pelayanan yang baik dari berangkat hingga pulang ke tanah air.”⁵⁶

Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu Nurlena, ia mengatakan bahwa:

“Saya sangat senang dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Andalan Wisata Kota Bengkulu kepada kami jamaah umrah dengan pelayanan yang baik maka perjalanan umrah kami juga terasa khusyuk.”⁵⁷

Hal ini juga diungkapkan oleh Bapak junaidi mustofa idris, ia mengatakan bahwa:

“Menurut saya pelayanan yang diberikan oleh PT Andalan Wisata Kota Bengkulu sangatlah memuaskan selain dari segi pelayanan, fasilitas, promosi, kenyamanan dan harga juga sangat memuaskan.”⁵⁸

b. Faktor Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada

⁵⁵ Leni, jamaah, Wawancara pada tanggal 2 september 2020.

⁵⁶ Nengsih, jamaah, Wawancara pada tanggal 3 september 2020.

⁵⁷ Nurlela, jamaah, Wawancara pada tanggal 5 september 2020.

⁵⁸ Junaidi idris mustofa, jamaah, Wawancara pada tanggal 6 september 2020.

pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaian. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan. Peneliti menggali informasi dari informan Adi Setiawan S.Pi selaku pimpinan travel dan administrasi travel andalan wisata kota Bengkulu.

“fasilitas yang kami berikan sesuai dengan paket yang jamaah pilih yang terdiri dari paket silver, gold dan diamond, didalam masing-masing paket bus executive dan jarak hotel yang dekat dengan masjid sehingga jamaah lebih mudah untuk beribadah”

Hal senada juga diungkapkan oleh Yesika Yudistika, ia mengatakan bahwa:

“fasilitas yang kami berikan selain jarak hotel dekat dengan masjid, kami memberikan makan 3 kali sehari menu Indonesia. Untuk hotel dan makanan yang kami berikan sesuai dengan paket yang dipilih jamaah”.

Untuk memperkuat pendapat dari pihak travel peneliti melakukan wawancara oleh jamaah, Ibu Leni mengatakan bahwa:

“Kalau dari saya pribadi saya sangat merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan PT Andalan Wisata Kota Bengkulu salah satunya yaitu posisi hotel yang berada di Kota Madinah berdekatan dengan masjidnya sehingga mempermudah untuk beribadah.”⁵⁹

Kemudian Ibu Nengsih juga menjelaskan, ia mengatakan bahwa:

“Jika ditanya nyaman atau tidaknya saya merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan PT Andalan Wisata Kota Bengkulu salah satu kenyamanan yang saya rasakan berupa pelayanan yang ramah serta tour

⁵⁹Leni, jamaah, Wawancara pada tanggal 02 September 2020.

leader dan tourgetnya yang bersal dari Kota Bengkulu sehingga saya merasa nyaman ketika membutuhkan sesuatu dan bertanya kepada mereka.”⁶⁰

Hal senada juga dijelaskan oleh Ibu nurlela, ia mengatakan :

“Saya sangat setuju dengan yang dikatakan oleh ibu lena ibu nengsih bahwa tuor leader dam tuorget asli dari Kota Bengkulu lalu karyawan di PT Andalan Wisata Kota Bengkulu juga ramah serta mereka mempromosikan paket-paket pilihan yang menarik untuk jamaah umrah serta letak hotel dengan masjid di kota madinah sangat dekat begitu juga di kota mekkah.”⁶¹

Bapak junaidi mustofa idris juga menjelaskan, ia mengatakan:

“Saya juga merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan PT Andalan Wisata Kota Bengkulu karena bagi saya kenyamanan dan pelayanan yang ramah merupakan point penting untuk menarik minat konsumen menjadi jamaah umrah.”⁶²

c. Faktor Promosi

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan. Peneliti mengali informasi dari informan Adi setiawan S.pi selaku pempinan travel dan administrasi travel andalan wisata kota Bengkulu.

⁶⁰Nengsih, jamaah, Wawancara pada tanggal 03 septemer 2020.

⁶¹Leni, jamaah, Wawancara pada tanggal 05 september 2020.

⁶²Junaidi mustofa idris, jamaah, Wawancara pada tanggal6 september 2020.

“Di PT Andalan wisata kota bengkulu salah satu cara kami untuk menarik konsumen menjadi jamaah yaitu seperti promo-promo dan tentunya bisa mendapat shalat jumat 2 kali di tanah suci.”⁶³

Hal senada juga diungkapkan oleh Yesika Yudistika, ia mengatakan bahwa:

“Untuk menarik konsumen menjadi jamaah seperti yang dijelaskan oleh bapak adi setiawan bahwa kami memberikan promo-promo dan shalat 2 kali jumat di tanah suci”⁶⁴.

Untuk memperkuat pendapat dari pihak travel peneliti melakukan wawancara oleh jamaah, Ibu leni mengatakan bahwa:

“Jarak hotel yang dekat dengan masjidil haram dan juga dekat dengan masjid nabawi dengan biaya dua puluh lima juta dengan perjanjian umrahnya sepuluh hari dan hal itu sangat menarik bagi saya sebagai jamaah umrah.”⁶⁵

Hal ini juga dijelaskan oleh ibu nengsih, ia juga mengatakan:

“Promosi yang saya dapatkan dari PT Andalan Wisata Kota Bengkulu yaitu promo-promo paket yang menarik dan juga tour leadernya dihadirkan asli orang Bengkulu.”⁶⁶

Hal ini juga dijelaskan oleh ibu nurlela, ia mengatakan:

“Menurut saya promosi dari PT Andalan Wisata Kota Bengkulu yang menarik minat saya adalah fasilitasnya yang nyaman, pilihan paket yang luar biasa dan juga mendapat shalat jum’at dua kali di tanah suci mekkah.”⁶⁷

Hal ini juga dijelaskan oleh bapak junaidi mustofa idris, ia mengatakan:

⁶³ Adi Setiawan, pimpinan kantor, Wawancara pada tanggal 30 Agustus 2020.

⁶⁴ Yesika Yudistika, admin, Wawancara pada tanggal 31 Agustus 2020.

⁶⁵ Leni, jamaah, Wawancara pada tanggal 2 september 2020.

⁶⁶ Nengsih, jamaah, Wawancara pada tanggal 3 september 2020.

⁶⁷ Nurlela, jamaah, Wawancara pada tanggal 5 septembr 2020.

“Menurut saya promosi yang diberikan oleh PT Andalan Wisata sangat memuaskan, kemudian fasilitas yang bagus, pelayanan yang baik dan ramah serta harga yang terjangkau.”⁶⁸

d. Faktor Kenyamanan

Kenyamanan dapat diperoleh saat setiap individu mengalami intraksi yang dialami individu itu sendiri. Kita dapat mengetahui tingkat kenyamanan yang dirasakan oleh orang lain secara langsung maupun pengamatan luar terhadap orang tersebut. Sikap karyawan dalam suatu lembaga sangat memengaruhi konsumen yang akan melakukan transaksi atau bergabung dalam lembaga tersebut. Konsumen akan merasa nyaman jika karyawan bersikap baik dan ramah.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan. Peneliti menggali informasi dari informan Adi Setiawan S.Pi selaku pimpinan travel dan administrasi travel Andalan Wisata Kota Bengkulu.

“Menurut kami faktor yang membuat jamaah tertarik menjadi konsumen di travel Andalan Wisata ini adalah kenyamanan karena dari pihak jamaah yang berbisa bahwa ketika melaksanakan ibadah umrah mereka merasa dirangkul oleh pihak PT Andalan Wisata kemudian mereka diberikan kajian-kajian untuk menambah ilmu pengetahuan mereka.”⁶⁹

Yesika Yudistika juga menjelaskan bahwa:

“Dari kelima faktor yang disebutkan kami memilih kenyamanan sesuai dengan penjelasan Adi Setiawan karena bagi kami kenyamanan seorang konsumen adalah paling penting untuk menarik minat konsumen lainnya.”⁷⁰

⁶⁸ Junaidi Idris Mustofa, jamaah, Wawancara pada tanggal 6 September 2020.

⁶⁹ Adi Setiawan, pimpinan kantor, Wawancara pada tanggal 30 Agustus 2020.

⁷⁰ Yesika Yudistika, admin, Wawancara pada tanggal 31 Agustus 2020.

Untuk memperkuat pendapat dari pihak travel peneliti melakukan wawancara oleh jamaah, Ibu leni mengatakan bahwa:

“Menurut saya dari kelima faktor ini yang banyak mempengaruhi konsumen menjadi jamaah yaitu pelayanan dan kenyamanan, karena menurut saya jika dilihat dari fasilitas, promosi maupun harga itu sudah hampir sama pada setiap travel lainnya.”⁷¹

Ibu nengsih juga menjelaskan bahwa:

“Kalau dari saya pribadi saya lebih memilih kepada kenyamanan dan promosi dengan kenyamanan yang saya rasakan dan juga banyak promosi yang ditawarkan itu merupakan faktor yang banyak mempengaruhi konsumen menjadi jamaah umrah.”⁷²

Ibu nurlela juga menjelaskan, ia mengatakan bahwa:

“Saya lebih setuju faktor yang banyak mempengaruhi konsumen menjadi jamaah ada di pelayanan dan kenyamanan karena bagi saya jika pelayanannya bagus maka kita akan merasa nyaman saat melaksanakan umrah.”⁷³

Bapak junaidi mustofa idris juga menjelaskan, ia mengatakan bahwa:

“Saya sangat senang pelayanan dari pt andalan wisata kota bengkulu menurut saya pelayanan disini sudah sangat baik dan menurut saya hal tersebut menjadi faktor yang banyak mempengaruhi konsumen menjadi jamaah umrah di pt andalan wisata kota bengkulu.”⁷⁴

e. Faktor Harga

harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan,

⁷¹ Leni, jammah, Wawancara pada tanggal 2 september 2020.

⁷² Nengsih, jammah, Wawancara pada tanggal 3 september 2020.

⁷³ Nurlela, jamaah, Wawancara pada tanggal 5 september 2020.

⁷⁴ Junaidi mustofa idris, jamaah, Wawancara pada tanggal 6 september 2020.

fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang peneliti lakukan. Peneliti mengali informasi dari informan Adi setiawan S.pi selaku peminan travel dan administrasi travel andalan wisata kota Bengkulu.

“harga yang kami tawarkan dengan jamaah sesuai dengan paket yang mereka pilih, paket silver dengan harga Rp.25.900.000, paket gold dengan harga Rp.27.900.000 dan paket diamond dengan harga Rp.30.900.00.

Yesika yudistika juga menjelaskan bahwa:

“harga yang kami tawarkan dengan jamaah sesuai dengan paket yang mereka pilih, paket silver dengan harga Rp.25.900.000, paket gold dengan harga Rp.27.900.000 dan paket diamond dengan harga Rp.30.900.00.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan pelayanan di Travel Andalan Wisata di Kota Bengkulu

Bagi mereka pelayanan dari pihak PT baik dan mereka merasa nyaman saat melaksanakan ibadah umrah. Fasilitas yang sesuai dengan paket pilihan serta banyak promosi pada setiap paket, fasilitas yang nyaman dengan penempatan hotel bintang tiga, empat, dan lima, kemudian letak masjid yang berdekatan disetiap kota madina dan makkah dan pelayanan yang baik dan ramah serta menghadirkan tour leader dan tourget yang berasal dari kota bengkulu sehingga para jama'ah merasa senang dan nyaman sehingga jama'ah tidak akan merasa canggung apabila tour

leadernya sama-sama dari kota Bengkulu. Pelayanannya juga ramah dan baik karena bagi setiap jama'ah pelayanan dari karyawan itu adalah hal yang utama jika pelayanannya baik maka jama'ah akan merasa nyaman saat melaksanakan ibadah umroh, dan pelayanan yang lainnya yaitu seperti sebelum menunaikan ibadah umroh para jama'ah melaksanakan dua kali manasik haji dan juga jama'ah dapat merasakan ibadah umrah dengan 2 kali sholat jum'at di tanah suci makkah serta dapat pelayanan yang baik dari berangkat hingga balik ke tanah air. Sesuai penjelasan para jama'ah PT Andalan Wisata Kota Bengkulu ini sudah mampu bersaing dengan PT Tarvel lainnya yang ada di kota Bengkulu. Dengan kelebihan fasilitas dan kenyamanan ini lah yang mampu banyak menarik minat konsumen menjadi jama'ah umroh PT Andalan Wisata Kota Bengkulu

2. Faktor yang menyebabkan jamaah umroh memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu

Sebagaimana kita ketahui bahwa dalam memilih travel untuk perjalanan umrah ada beberapa faktor yang menyebabkan jamaah untuk membuat keputusan menjadi jamaah umrah pada travel yang dipilihnya salah satunya pada Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu. Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.⁷⁵

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan jamaah umroh

⁷⁵<https://kbbi.web.id/faktor> diakses 5 mei 2017 pukul 11:43

memilih travel andalan wisata kota bengkulu ada lima yakni, pelayanan, kenyamanan, promosi, harga, fasilitas.

a. Fasilitas

Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa fasilitas yang diberikan oleh PT Andalan Wisata Kota Bengkulu kepada jamaah umrah yaitu paket pilihan serta banyak promosi pada setiap paket, fasilitas yang nyaman dengan penempatan hotel bintang tiga, empat, dan lima, kemudian letak masjid yang berdekatan disetiap kota madinah dan makkah.

b. Pelayanan

Menurut Sugiarto pelayanan yang baik menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak PT Andalan Wisata Kota Bengkulu berupa pelayanan yang ramah dan baik karena bagi setiap jama'ah pelayanan dari karyawan itu adalah hal yang utama jika pelayanannya baik maka jama'ah akan merasa nyaman saat melaksanakan ibadah umroh, dan pelayanan yang lainnya yaitu seperti sebelum menunaikan ibadah umroh

para jama'ah melaksanakan dua kali manasik haji dan juga jama'ah dapat merasakan ibadah umroh dengan 2 kali sholat jum'at di tanah suci makkah serta dapat pelayanan yang baik dari berangkat hingga balik ke tanah air.

c. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan sebuah perusahaan. Dalam sebuah kegiatan promosi, perusahaan tentunya mempunyai tujuan yang bersangkutan mengenai produknya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa promosi yang diberikan oleh pihak PT Andalan Wisata Kota Bengkulu berupa promo paket yang menarik dan tour leader yang dihadirkan berasal dari Kota Bengkulu. Kemudian, promosi mengenai jarak hotel yang dekat dengan masjidil haram dan masjid nabawi dengan biaya yang terjangkau yaitu dua puluh lima juta dengan perjalanan umroh sepuluh hari yang cukup menarik minat konsumen untuk memilih PT Andalan Wisata Kota Bengkulu.

d. Kenyamanan

Kenyamanan menjadi faktor penentu terpenting bagi para konsumen dalam memilih pada suatu tempat. Ada beberapa fungsi yang menyebabkan timbulnya unsur kenyamanan seperti sikap karyawan, desain ruangan, suhu, dekorasi, serta warna-warna yang ada dalam tempat tersebut".Kenyamanan dapat dirasakan dengan kondisi perasaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kenyamanan yang diberikan oleh pihak PT Andalan Wisata Kota Bengkulu berupa pelayanan yang baik dan ramah serta menghadirkan tour leader dan tourget yang berasal dari kota Bengkulu sehingga para jama'ah merasa senang dan nyaman sehingga jama'ah tidak akan merasa canggung apabila tour leadernya sama-sama dari Kota Bengkulu.

e. Harga

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa harga yang diberikan oleh pihak PT Andalan Wisata Kota Bengkulu berupa bentuk paket yang dipilih dari mulai paket silver, gold dan diamond. Harga yang diberikan sesuai dengan paket yang dipilih dimulai dari 26 juta-31 juta.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Penerapan pelayanan di Travel Andalan Wisata di Kota Bengkulu

Pelayanan dari pihak PT baik dan mereka merasa nyaman saat melaksanakan ibadah umroh. Fasilitas yang sesuai dengan paket pilihan serta banyak promosi pada setiap paket, fasilitas yang nyaman dengan penempatan hotel bintang tiga, empat, dan lima, kemudian letak masjid yang berdekatan disetiap kota madina dan makkah dan pelayanan yang baik dan ramah serta menghadirkan tour leader dan tourget yang berasal dari kota bengkulu sehingga para jama'ah merasa senang dan nyaman sehingga jama'ah tidak akan merasa canggung apabila tour leadernya sama-sama dari kota bengkulu.

2. Faktor yang menyebabkan jamaah umrah memilih Travel Andalan Wisata Kota Bengkulu

Faktor-faktor yang menyebabkan jama'ah umrah memilih travel andalan kota bengkulu ada lima yaitu: kenyamanan, pelayanan, fasilitas, harga, dan promosi. Dari kelima faktor ini kenyamanan adalah hal utama yang wajib dirasakan oleh para jama'ah lalu kenyamanan ini dapat diperoleh dari adanya pelayanan karena pelayanan yang baik dan ramah serta etika dan perilaku para karyawan PT Andalan Wisata Kota Bengkulu baik maka para jama'ah akan merasakan kenyamanan itu. Dari segi fasilitas yaitu memiliki hotel berbintang tiga, empat, dan lima, hal itu dapat di

rasakan sesuai dengan promo dan paket yang di promosikan, lalu pada paket di promosi PT Andalan Wisata Kota Bengkulu mempunyai empat paket yaitu paket hemat, silver, gold, dan paket diamond. Sehingga para konsumen bebas untuk memilih paket umrah dan mendapatkan fasilitas dan nyaman pada setiap paketnya.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari observasi dan penelitian diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

- b. Untuk PT Andalan Wisata Kota Bengkulu diharapkan untuk menghadirkan promo-promo paket yang lebih menarik minat konsumen lebih banyak.
- c. Untuk Konsumen Jama'ah Umroh, sudah pandai dalam memilih PT Tarvel untuk Umroh tetapi harus lebih pandai dalam memilih paket yang sesuai dengan keperluan masing-masing.
- d. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi jama'ah memilih PT Andalan Wisata Kota Bengkulu agar dapat mengkaji lebih dalam serta dapat mencari referensi dan sumber yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Namira, www.abunamira.wordpress.com/2011/10/19/27-pengertian al-jama'ah/diakses pada hari senin 23 november 2020 pukul 13.00.
- Admin, WWW.Islamimurni.blogspot.com/2011/06/definisi-jama'ah.html diakses pada hari Senin 23 2020 pukul 13.00
- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Al-Habsi, Muhammad Baqir. 1999. *Fiqih Praktis*, Bandung: Mizan.
- Aminah, Siti. 2019. *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jamaah Umrah*. Medan: PT. Annajwa Islamic Tour and Travel Medan.
- Aminudin, Hilmi. 2008. *Menghilangkan Trauma Persepsi*, Jakarta; Arah Press.
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak
- Bahri. 2016. *Analisis Pengaruh Harga Pelayanan Atmosfir Kenyamanan Keragama Produk dan Desain Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Basyaib, Fahmi. 2006. *Teori Pembuatan Keputusan*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Dadan, Umar. 2001. *Komputerisasi Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Emzir. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Enastika, Nanda Danu. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Nilai pelanggan Serta Implikasinya Pada Kepuasan (Survei Pada Jama'ah Umrah PT. Armada Safari Suci Kota Bandung)*. Universitas Pasundan Bandung.
- Fahmi, Irham 2016. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Fakhriana, Mazia. 2010. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Jamaah Umrah PT. Arwaniyyah Tour dan Travel di Kudus Jawa Tengah*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Hs. Moenir. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Erlangga

<http://www.lapakumroh.com/id.umroh>

<https://desianasartika.wordpress.com/travel/pengertian-travel>.

Islamiyah, Diana Ikhwatul. 2018. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Jama'ah haji Dalam Pengambilan Keputusan Bergabung di KBIH Multazam Surabaya*. Program Studi Manajemen dakwah Fakultas dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Kasmir. 2012. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Kementrian Agama RI. *Fikih Haj*. Jakarta: Kementrian Agama RI Direktorat Jendral Penyelenggaraan Haji dan Umrah

Khaldun, Ibnu. 2011. *Mukaddimah*. Jakarta; Pustaka al-Kautsar.

Koentjaraningrat, *pengantar ilmu Antropologi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, h. 146.

Latif, Lita Asyriatih dkk. 2018. *Sistem Pendukung Keputusan Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Budi Utama

M. Quraish Shibab. 2008. *Lentera Al-Quran; Kisah dan Hikmah Kehidupan*, Bandung; Mizan.

Moloeng, Lexy J. 2013. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rodaskarya

Mukminin Furqon. 2015. *Manajemen Pelayanan Biro Layanan Haji dan Umrah*. Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo

Nasikun 2009. *Sistem Sosial Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.

Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Rangkuti, Fredy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integratek Marketing Communications*, Jakarta: Anggota IKAPI.
- Sari, Febrina. 2018. *Metode dalam Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Sitopul Nirwana. 2005. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba
- Sudaryono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenadia Grup.
- Sugiyono. 2018. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran edisi kedua*. Jakarta: Wacana Media.
- Suyanto, Bagong. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Swatha, Basuh. 2007. *Pengantar Bisnis Moderen*. Yogyakarta: Liberti Yogyakarta