

ANALISIS MARKETING MIX PADA PT.WAFDULLAH TAMU MULIA CABANG BENGKULU DALAM MENGHADAPI PERSINGAN PASAR KOTA BENGKULU

Yuni , Eka Sriwahyuni , Aan Shar

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
yuni@mail.uinfabengkulu.ac.id,
ekasricurup@gmail.com
aan.shar@mail.uinfabengkulu.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *marketing mix* dan juga kendala yang dihadapi pada PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu dalam persaingan pasar. Metode penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara dan dokumentasi dan dengan jumlah informan 8 orang yang terdiri dari karyawan dan jamaah. Hasil penelitian ini bahwa PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu telah menerapkan *marketing mix* dalam persaingan pasar yang dapat dilihat pertama, produk yang berfokus menawarkan paket umrah reguler, umrah plus, umrah full Ramadhan, haji furoda dan haji pintar kedua, harga yang ditawarkan itu terjangkau oleh para jamaah ketiga, tempat yang terletak sangat strategis dan mudah untuk di cari yang berada di tengah kota provinsi Bengkulu keempat, promosi sesuai dengan konsep pemasaran mulai dari periklanan dengan media sosial dan juga berinteraksi secara langsung *door to door*. Keterbatasan biaya adalah salah satu kendala dalam persaingan penyelenggara haji dan umroh dimana biaya operasional yang tinggi dapat menjadi kendala dalam meningkatkan kualitas layanan karena setiap jamaah berhak memilih dan menilai suatu penyelenggara haji dan umroh. Sehingga PT.Wafdullah tamu mulia cabang Bengkulu mereka memiliki biaya operasional yang efektif dan efisien untuk meningkatkan kualitas layanan.

Kata Kunci: *Haji Dan Umrah, Marketing Mix, Persaingan Pasar.*

ABSTRACT

This research aims to determine the application of the marketing mix and also the obstacles faced by PT. Wafdullah Tamu Mulia Bengkulu Branch in market competition. This research method is a type of qualitative research. Data collection techniques used were observation, interviews and documentation and the number of informants was 8 people consisting of employees and congregants. The results of this research are that PT. Wafdullah Tamu Mulia Bengkulu Branch has implemented a marketing mix in market competition which can be seen firstly, the product focuses on offering regular Umrah packages, Umrah plus, full Ramadhan Umrah, Furoda Hajj and Smart Hajj secondly, the prices offered are affordable by the third congregation, the place is very strategically located and easy to find in the middle of the fourth city of Bengkulu province, the promotion is in accordance with the marketing concept starting from advertising with social media and also interacting directly door to door. Cost limitations are one of the obstacles in competition for Hajj and Umrah organizers where high operational costs can be an obstacle in improving service quality because every pilgrim has the right to choose and assess a Hajj and Umrah organizer. So that

PT. Wafdullah Guest Mulia's Bengkulu branch has effective and efficient operational costs to improve service quality.

Keywords: *Haji And Umrah, Market Competition, Marketing Mix.*

PENDAHULUAN

Di Indonesia dengan penduduk muslim terbesar di dunia, kepariwisataan bernuansa Islam telah berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan umat akan pelayanan profesional dibidang penyelenggara Ibadah Haji dan Umrah. Menunaikan Ibadah Haji dan Umrah adalah salah satu dari kelima rukun Islam dan setiap umat muslim menginginkan tercapainya kesempurnaan dalam beribadah dengan menjalankan perintah-perintah Allah dan menjauhi segala larangannya, Al-Qur'an dan Al-Hadits adalah pegangan bagi umat muslim yang di dalamnya terdapat perintah dan larangannya yang harus di jalankan oleh umat muslim salah satunya adalah rukun islam dan rukun iman menjadi amalan yang harus di laksanakan.

Agama Islam bertugas mendidik dzahir manusia, mensucikan jiwa manusia, dan membebaskan diri manusia dari hawa nafsu. dengan ibadah yang tulus ikhlas dan aqidah yang murni sesuai kehendak Allah, insya Allah akan menjadi orang yang beruntung. Ibadah dalam agama Islam banyak macamnya. Haji dan Umrah adalah salah satunya. Ibadah Haji yang hanya bisa dilakukan pada waktu tertentu sebagaimana yang telah ditetapkan oleh syariat Islam, ibadah umroh justru dapat dilakukan sewaktu-waktu pada bulan dan jadwal keberangkatan yang diinginkan kecuali pada bulan haji yakni yang dimulai dari awal bulan syawal sampai sepuluh hari pertama bulan zulhijjah. Namun kedua ibadah tersebut tetap memiliki tujuan yang sama yakni untuk meningkatkan iman, ketaqwaan dan nilai-nilai spiritual kepada setiap pelakunya. Ada belasan sektor industri, maupun jasa yang terlibat dalam Muktamar Internasional tahunan umat Islam itu. Maka peluang inilah yang tidak hanya dilirik oleh pemerintah namun juga biro-biro perjalanan ibadah haji dan umrah yang kemudian berkompetisi untuk menarik perhatian para jemaah, dan berlomba-lomba menawarkan produk-produk yang dimiliki oleh setiap biro-biro perjalanan haji dan umrah sesuai dengan marketing nya.

Pada saat ini Biro-biro penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umrah berkembang semakin pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya pertumbuhan di bidang penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umrah oleh karena itu hal ini memicu persaingan antar biro-biro tersebut, dengan demikian biro-biro penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umrah menggunakan berbagai taktik untuk menarik jemaah sebanyak mungkin. Mulai dari harga paket yang murah dan berlanjut ke program yang menyediakan fasilitas dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan jemaahnya. Persaingan dalam dunia bisnis kini hal yang tak asing lagi bagi suatu cara dalam merebut kedudukan dalam memangsakan produknya akan tetapi dalam dunia bisnis pastinya melakukan pemasarannya dengan cara yang halal dan jauh dari unsur kebatilan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), menjelaskan Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginan perusahaan. Proses pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan dalam mempromosikan dan menginformasikan produk kepada konsumen. kegiatan pemasaran sangat berperan penting dalam sebuah usaha karena dengan adanya kegiatan pemasaran akan mendapatkan suatu benefit atau keuntungan.

Dalam menghadapi persaingan pada saat ini perusahaan yang bergerak pada bidang penyelenggara perjalanan ibadah haji perlu menerapkan strategi marketing yang baik, yang akan digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satunya adalah bauran pemasaran yang merupakan sekumpulan alat pemasaran (*marketing mix*) yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan untuk meraih tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.

Rangkaian bauran pemasaran (*marketing mix*) meliputi pertama, produk (*product*,) adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran yang harus memperhatikan *customer needs and wants* (keinginan dan kebutuhan konsumen). Kedua, harga (*price*) merupakan jumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk dengan memperhatikan *cost to the customer* (biaya yang ditanggung konsumen). Ketiga, tempat (*place*) merupakan aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran dengan perhitungkan *convenience* (kemudahan akses) konsumen keempat, promosi (*promotion*) merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen sasaran untuk membelinya dengan melakukan *communication* (komunikasi) pada konsumen. Bauran pemasaran yang dilakukan tentunya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, peningkatan jumlah pelanggan dan kemungkinan membawa keuntungan untuk perusahaan. Dengan demikian, pentingnya *marketing mix* dalam suatu perusahaan tidak dapat diabaikan dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kesuksesan bisnis.

PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu atau yang sering disebut dengan wafdullah travel umrah dan haji yang beralamat Jl.Adam Malik Raya RT.023 RW.008 Kelurahan Cempaka Permai Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu adalah suatu lembaga yang bergerak dibidang jasa yang menangani perjalanan haji dan umrah, serta penyediaan jasa transportasi, hotel, visa, *ctering* dan LA (*land arrangement*), dan didukung oleh tenaga ahli yang berpengalaman dibidang jasa haji dan umrah. Wafdullah travel ini menawarkan solusi bagi masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah Haji dan Umrah dengan pelayanan terbaik dan terpercaya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada PT.Wafdullah tamu mulia cabang Bengkulu pada dasarnya telah menerapkan *marketing mix*. Yang menawarkan produk haji dan umrah dengan berbagai pilihan paket perjalanan haji dan umrah untuk para jamaah, yang terdiri dari paket umrah 13 hari (Rp,41,9 jt) paket 10 hari (Rp.41,7 jt), umrah full Ramadhan (Rp.47,5 jt) dan paket haji pintar (\$1700). Dalam penentuan produk, harga, tempat dan promosi tersebut, yang dimana perusahaan perlu memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pasar, harga kompetitif, tempat penjualan yang strategis dan strategi promosi yang efektif. Dalam penerapan *marketing mix* tentunya terdapat banyak kendala yang akan dihadapi oleh perusahaan baik itu dari internal maupun eksternal, dan juga persaingan yang semakin ketat dikalangan biro penyelenggara haji dan umrah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang mendeskripsikan dan menggambarkan kejadian-kejadian yang ada baik yang bersifat secara alamiah maupun rekayasa manusia yang lebih memperhatikan terhadap karakteristik maupun kualitas kegiatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk memperoleh deskripsi mengenai *marketing mix*

pada PT.Wafdullah tamu mulia cabang Bengkulu dalam menghadapi persaingan pasar kota Bengkulu.Tempat pelaksanaan penelitian ini di PT.Wafdullah tamu mulia cabang bengkulu. Yang beralamatkan di Jl.Adam Malik Raya RT.023 RW.008 Kelurahan Cempaka Permai Kecamatan Gading Cempaka Kota Bengkulu sebagai objek penelitian karena wafdullah travel ini merupakan Penyelenggaraan Haji plus dan Umrah yang terpercaya .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Produk PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu menawarkan produk yang unggul karena adanya pelayanan secara profesional, yang telah menyediakan akomodasi setara hotel bintang 5 yang langsung ke plantaran Masjidil haram. Selain itu jamaah merasa puas yang dapat diukur/nilai dari fasilitas yang diberikan kepada jamaah.

Harga produk PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara maka diketahui bahwa harga yang ditawarkan PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu terjangkau jika dibandingkan dengan produk travel lainnya, selain itu ini tidak terlalu mahal karena PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu menawarkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan di mana sebanding dengan uang yang telah dikeluarkan yang tidak memberatkan jamaah.

Tempat/lokasi PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara maka diketahui bahwa lokasi pada PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu ini mudah diakses yang berada di pinggir jalan protokol dan juga mudah untuk dicari yang terletak langsung di depan Polda Bengkulu, hal ini memberi dampak positif bagi PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu yang membuat lingkungan sekitar pun menjadi aman.

Promosi produk PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara maka diketahui bahwa promosi yang dilakukan PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu menggunakan media periklanan seperti Facebook, Whatsapp, Instagram dan Tik-Tok. Selain media tersebut PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu juga langsung berintegrasi dengan jamaah dengan menggunakan metode *door to door* sebagai wadah memberikan informasi mengenai pendaftaran,fasilitas dan pelayanan secara detail, dan untuk menimbulkan peran atau tanggapan secara baik perusahaan dengan masyarakat PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu mengadakan seminar-seminar haji dan umrah yang terbuka untuk umum. Sedangkan dalam memsarkan produk PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu dalam pemberian diskon/potongan harga untuk jamaahnya itu tergantung pada pihak yang berwenag dalam perusahaan.

PEMBAHASAN

Pemasaran syariah adalah pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai keadilan dan kejujuran dan berpegang teguh pada Al-Qur'an dan hadits shahih. Sehingga segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Dalam

pemasaran syariah perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun turut pula berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang bisa dikendalikan dan juga dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan oleh pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Adapun indikator dari *marketing mix*:

Produk (*product*)

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada masyarakat, memiliki nilai, harga, dan kegunaan bagi orang lain yang membutuhkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu menawarkan produk yang unggul karena adanya pelayanan secara profesional, yang telah menyediakan akomodasi setara hotel bintang 5 yang langsung ke plantaran Masjidil haram. Selain itu jamaah merasa puas yang dapat diukur/nilai dari fasilitas yang diberikan kepada jamaah.

Harga (*price*)

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu terjangkau jika dibandingkan dengan produk travel lainnya, selain itu ini tidak terlalu mahal karena PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu menawarkan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan di mana sebanding dengan uang yang telah dikeluarkan yang tidak memberatkan jamaah.

Tempat (*place*)

Tempat adalah lokasi perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu ini mudah diakses yang berada di pinggir jalan protokol dan juga mudah untuk dicari yang terletak langsung di depan Polda Bengkulu, hal ini memberi dampak positif bagi PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu yang membuat lingkungan sekitar pun menjadi aman.

Promosi (*promotion*)

Promosi adalah bentuk periklanan, publik relation, promosi penjualan, dan penjualan tatap muka. Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi utama untuk sebuah perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu menggunakan media periklanan seperti Facebook, Whatsapp, Instagram dan Tik-Tok. Selain media tersebut PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu juga langsung berintegrasi dengan jamaah dengan menggunakan metode *door to door* sebagai wadah memberikan informasi mengenai pendaftaran, fasilitas dan pelayanan secara detail, dan untuk menimbulkan peran atau tanggapan secara baik perusahaan dengan masyarakat PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu mengadakan seminar-seminar haji dan umrah yang terbuka untuk umum. Sedangkan dalam memasarkan produk PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang

Bengkulu dalam pemberian diskon/potongan harga untuk jamaahnya itu tergantung pada pihak yang berwenang dalam perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu, peneliti dapat menyimpulkan dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut:a. PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu telah menerapkan *marketing mix* dalam persaingan pasar yang dapat dilihat pertama, produk yang berfokus menawarkan paket umrah reguler,umrah plus,umrah full Ramadhan,haji furoda dan haji pintar kedua, harga yang ditawarkan itu terjangkau oleh para jamaah ketiga, tempat yang terletak sangat strategis dan mudah untuk di cari yang berada di tengah kota provinsi Bengkulu keempat, promosi sesuai dengan konsep pemasaran mulai dari periklanan dengan media sosial dan juga berinteraksi secara langsung *door to door*. b.Keterbatasan biaya adalah salah satu kendala dalam persaingan penyelenggara haji dan umroh dimana biaya operasional yang tinggi dapat menjadi kendala dalam meningkatkan kualitas layanan karena setiap jamaah berhak memilih dan menilai suatu penyelenggara haji dan umroh. Sehingga PT.Wafdullah tamu mulia cabang Bengkulu mereka memiliki biaya operasional yang efektif dan efisien untuk meningkatkan kualitas layanan.

Saran

Adapun saran dari peneliti setelah melakukan penelitian pada PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu yaitu sebagai berikut :

- a. PT.Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu
Baiknya perusahaan memperkuat lagi dalam promosikan umrah plus,karna dengan adanya umrah plus dapat menarik minat jamaah umrah sekalian keliling negara luar.
- b. Peneliti
Agar menjadi bahan referensi untuk penelitian kedepannya dengan objek yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Huriyati Ratih.(2005).*Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: CV Alfabeta)
- I Gst.B Ngr.P.Putra dkk.(2021). *Kewirausahaan*, (Bandung : Nilacakra)
- Indrasari Meithiana.(2019).*Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya:Unitomo Press)
- Kotler Philip. Armstrong.(2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi Keduabelas*. (Jakarta: Erlangga)
- Mohamad, R., Ekonomi, D., Pascasarjana, S., Sultan, I., & Gorontalo, A. (2021).. *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah Endang Rahim 2 Mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana Iain Sultan Amai Gorontalo 2 Ema*. 15–25.
- Rohmah, K., & Badi', A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Pada Toko Roti Merah Delima Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 218–236. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1450>

- Samirudin.(2023). *Manajemen Pemasaran Dan Nilai Pelanggan*, (Yogyakarta : PT Nas Media Indonesia)
- Veithzal Rivai.(2012). *Islamic Marketing: Membangun Dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw*, (Jakarta: Gramedia)
- Widjajanta Bambang.dkk.(200).*Mengasah Kemampuan Ekonomi*. (Bandung : CV Citra Praya)