

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman dan teknologi yang semakin mutakhir, didukung oleh laju informasi yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, membuat semua hal sangat mudah diakses. Kemudahan ini mengharuskan setiap individu semakin kreatif dan produktif dalam menjalankan kehidupannya. Kemajuan teknologi berdampak dengan berkembangnya media sosial yang digunakan manusia untuk melakukan komunikasi atau bertukar informasi, sehingga semakin banyak yang memudahkan manusia untuk bekerja dan berkomunikasi, salah satunya media sosial. Media sosial adalah media sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi atau memudahkan kerjasama antar pengguna yang menghasilkan konten (user-generated content).<sup>1</sup> Secara umum media sosial berfungsi untuk membagikan pesan. Pesan yg dibagikan dapat berupa berita, gambar, dan juga video. Jika dulu media sosial hanya dapat diakses melalui komputer, tetapi dengan kecanggihan teknologi saat ini, media sosial dapat diakses dimana dan kapan pun yang diinginkan melalui *smartphone*.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia ternyata didominasi oleh pengguna media sosial. Dalam era digital yang kian berkembang, penggunaan media sosial menjadi semakin mendalam dan luas. Terdapat beberapa aplikasi yang paling populer dan banyak diunduh yaitu youtube, whatsapp, dan instagram. Instagram berkembang sangat pesat dan tercatat penggunaanya hingga juli 2023 mencapai 103,3 juta pengguna. Instagram menjadi salah satu platform media sosial populer, telah menjadi wadah yang efektif untuk menyampaikan pesan, nilai-nilai, dan citra diri. Instagram merupakan salah satu media sosial yang membuat para penggunanya dapat berbagi foto atau video dengan sesama pengguna instagram bahkan pengguna lain di media sosial. Hal itu diperkuat dengan pernyataan dari buku *the instagram Handbook* karangan kjell H. Landsverk dimana dikatakan "*Instagram is a social network that is most popularly used to post photos. User upload photos digitally, apply to edit their appearance and share the photos with others*

---

<sup>1</sup> I Gusti Agung Ayu Kade Galuh, "Media Sosial Dan Demokrasi : Transformasi Sebagai Strategi Gerakan Bali Tolak Reklamasi," *Jurnal ILMU KOMUNIKASI* 13, no. 1 (2017): 73–92, <https://doi.org/10.24002/jik.v13i1.602>.

users”<sup>2</sup> (instagram merupakan jejaring sosial yang paling populer digunakan untuk mengunggah foto. Pengguna dapat mengunggah foto secara digital, mengedit penampilan yang mereka miliki dan membagikan foto mereka dengan pengguna yang lain).

Sosial media merupakan sebuah situs *online* dimana seseorang dapat membuat web page pribadi yang telah terhubung pada setiap orang dalam web yang sama untuk saling membagikan informasi pribadi maupun umum juga sebagai alat berkomunikasi. Jadi, media sosial merupakan media teknologi yang memudahkan para pengguna untuk berbagi, mempromosikan, dan bersosialisasi secara online.<sup>3</sup> Di era sekarang ini, perkembangan zaman ditandai dengan adanya sistem teknologi yang berkembang secara pesat. Teknologi tersebut muncul di tengah-tengah masyarakat dengan berupa media sosial. Media sosial memiliki keuntungan bagi masyarakat, terutama bagi para pebisnis untuk mempermosikan bisnisnya agar dikenal banyak orang. Bukan hanya para generasi muda saja yang dapat mengakses sosial media, namun para orang tua pun mayoritas menggunakan instagram agar tetap terlihat eksis walau di usia senja.

Dalam sebuah bisnis tentunya tidak hanya satu atau dua pesaing Menurut Griffin dan Ebert (2007), bisnis adalah setiap aktivitas yang dilakukan oleh seorang individu atau sekelompok individu dengan tujuan menghasilkan uang sesuai dengan tujuan dalam berbagai disiplin ilmu, dengan mempertimbangkan kualitas, kuantitas, dan ketepatan waktu. Dalam dunia bisnis, memperoleh keuntungan merupakan tujuan utama, baik saat ini maupun di masa yang akan datang. Dalam hal ini, keuntungannya adalah keuntungan finansial. Saat ini banyak perusahaan yang bersaing dengan menggunakan konsep-konsep segar dan kreatif dari para pengusaha. Dalam industri ini, bisnis adalah sarana untuk mendapatkan keuntungan finansial. Karena banyaknya saingan yang muncul dari semakin banyaknya usaha maka para pengusaha harus menggunakan strategi pemasaran untuk mengelola usaha tersebut, Strategi pemasaran adalah sebuah bentuk rancangan yang memiliki serangkaian tujuan serta sasaran kebijakan pada bidang pemasaran barang dan jasa. Sebuah strategi pemasaran tentunya perlu memiliki beberapa variabel yang harus dimiliki. Salah satu variabel tersebut adalah bauran pemasaran.

---

<sup>2</sup> Kjell Halvor Landsverk, *The Instagram Handbook: 2014 Edition*, 2014th ed. (london: PrimeHead Limited, 2014), [https://books.google.co.id/books?id=op7IAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=op7IAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false).

<sup>3</sup> Cahyaning Raheni, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa,” *Jurnal Sinar Manajemen* 5, no. 2 (2018): 82–85.

Bauran pemasaran menggabungkan produk, penetapan harga, lokasi, dan promosi. Dengan menggabungkan unsur-unsur tersebut, bauran pemasaran bertujuan untuk menunjang pemasaran perusahaan<sup>4</sup>. Bauran pemasaran ini dapat menentukan sebuah perencanaan perusahaan serta menghasilkan pelayanan produk yang memuaskan segmen pasar yang dijadikan sebagai sasaran pasar yang dapat menarik konsumen.<sup>5</sup> Strategi pemasaran melalui media sosial yaitu dengan cara memanfaatkan *web page* seperti Instagram. Instagram dijadikan sebagai media promosi suatu barang dan jasa secara online. Bentuk promosi melalui Instagram dapat dikatakan sangat efektif di era perkembangan zaman ini, seperti lebih luasnya jangkauan, dapat berkomunikasi dua arah atau lebih, tidak terikat dengan waktu, dan memiliki jenis konten pemasaran lebih beragam yang dapat menarik konsumen.

Sebagai umat islam kita tentunya tahu bahwa ibadah adalah hal yang wajib dijalankan oleh muslim yang telah baligh. Rukun islam merupakan patokan umat muslim yang telah mencapai usia tersebut, Salah satu rukun islam yang tidak diwajibkan bagi seluruh umat adalah haji, karena rukun islam yang ke-5 ini hanya diberikan kepada orang-orang yang mampu. Mampu disini dapat diartikan mampu secara perekonomian juga mampu secara rohani dan jasmani sebab ibadah haji adalah ibadah yang memerlukan fisik yang kuat dalam pelaksanaannya.<sup>6</sup>

Ulama sepakat bahwa ibadah haji hukumnya wajib ‘ain bagi yang mampu. Allah *Ta’ala* berfirman,

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ  
اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya: “Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barang siapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya

<sup>4</sup> Kholishna Fatihatur Rohmah, “STRATEGI ANALISIS BRANDING FASHION MUSLIM ( Studi Analisis La Sabelle ),” *Researchgate*, no. June (2023): 0–13, [https://www.researchgate.net/publication/371530529\\_STRATEGI\\_ANALISIS\\_BRANDING\\_FASHION\\_MUSLIM\\_Studi\\_Analisis\\_La\\_sabelle](https://www.researchgate.net/publication/371530529_STRATEGI_ANALISIS_BRANDING_FASHION_MUSLIM_Studi_Analisis_La_sabelle).

<sup>5</sup> Dewi Untari and Dewi endah Fajariana, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur\_Batik),” *Widya Cipta Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 2, no. 2 (2018): 372, <https://doi.org/10.2307/2757514>.

<sup>6</sup> Muhammad Noor, “Haji Dan Umrah,” *Jurnal Humaniora Teknologi* 4, no. 1 (2018): 38–42, <https://doi.org/10.34128/jht.v4i1.42>.

(tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam” (QS. Ali Imran: 97).

Pada tahun 2023 dikutip dari artikel detikcom bahwa para jamaah haji yang mendaftar ditahun ini akan diberangkatkan antara 11 tahun sampai dengan 47 tahun. Karena antrian ini lah sebagian orang banyak yang lebih memilih untuk melaksanakan umroh ataupun haji plus dari pada mengantri pemberangkatan haji. yaitu dengan menunaikan ibadah umrah di Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIH) kemudian menunaikan ibadah haji plus di Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK). Biaya haji tambahan lebih mahal dibandingkan haji standar, namun haji khusus menawarkan manfaat daftar tunggu yang lebih pendek.

Perjalanan umroh dapat dilaksanakan setiap bulannya karena itu kaum muslimin yang berkunjung ke baitullah lebih banyak memilih umroh dibanding haji sebab pelaksanaanya yang cepat dan tidak akan memakan waktu lama, Oleh karena itu, sekarang ini terdapat banyak sekali peluang bagi perusahaan biro haji dan umrah untuk bersaing satu sama lain dalam bisnis mendatangkan jemaah ke *baitullah*. Hal ini terlihat dari banyaknya biro perjalanan haji dan umrah di berbagai daerah, termasuk di kota-kota besar bahkan di desa-desa yang terpencil. Masyarakat dapat memilih biro mana yang dirasa memiliki kenyamanan yang tepat bagi masing-masing jamaah.

Al Bayt Tours and travel adalah salah satu agen perjalanan untuk ibadah haji dan umroh yang ada di indonesia, perusahaan ini memiliki banyak sekali cabang yang telah tersebar pada hampir diseluruh provinsi di indonesia, tak luput pada provinsi jawa tengah dengan pusat cabangnya berada pada kabupaten Demak. Al Bayt Tours ini mengimplementasikan manajemen media sosial sebagai strategi pemasaran. Manajemen terdapat beberapa fungsi yang nantinya akan diterapkan pada proses strategi pemasaran melalui media sosial instagram, diantaranya perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), serta pengawasan (*controlling*).<sup>7</sup> Pembuatan Manajemen media sosial diawali dengan pembuatan *content planner* yang nantinya akan dijadikan sebagai promosi, edukasi, dan trend pada Al Bayt Tours Oleh karenanya diperlukan pengelolaan konten sosial media yang dimiliki para hayalak umum salah satu nya ialah instagram untuk membantu dalam memasarkan serta mendapatkan informasi

---

<sup>7</sup> Rohmah, “STRATEGI ANALISIS BRANDING FASHION MUSLIM ( Studi Analisis La Sabelle ).”

mengenai para pelanggan serta mengenalkan biro haji dan umroh albayt kepada khayalak umum.

Sebelum menggunakan pemasaran melalui instagram biro haji albayt tours and travel demak, melakukan pemasaran dengan cara melalui agen-agen biro yang tersebar dikabupaten demak dimana pemasaran yang dilakukan melalui mulut ke mulut sampai kepada calon jama'ah, biro haji albayt juga melakukan pemasaran dengan pemasangan iklan dijalan raya berupa banner sebagai medianya, namun sebagai cara untuk meyakinkan masyarakat dalam memilih biro haji umroh yang sesuai dengan yang diinginkan calon jamaah maka albayt tours and travel membuat halaman intagram sebagai bukti dan testimoni kegiatan yang ada ditanah suci mulai dari pendaftaran sampai pada pemulangan jamaah umroh. Keuntungan lain yang didapatkan perusahaan adalah pemasaran yang luas namun tidak mengeluarkan biaya, tidak seperti iklan maupun banner yang memerlukan biaya dalam pembuatannya, karena hal tersebutlah maka biro haji albayt menggunakan pemasaran sosial media Instagram sebagai medianya

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat mendorong penulis untuk menyusun penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Biro Haji dan Umroh Melalui Sosial Media (Implemntasi Teori Manajemen Sebagai Alat Bantu)”**.

Alasan peneliti meneliti judul tersebut karena sekarang ini biro haji dan umroh perlu mengembangkan dirinya dengan memanfaatkan sosial media sebagai salah satu opsi dari pemarkan. Memanfaatkan sosial media di era digitalisasi diperlukan agar hayalak umum dapat tau dan mengenal biro haji dan umroh albayt demak, dan ketika semua orang sudah mengethuinya diharapkan akan tertarik melakukan ibadah umroh maupun haji di albayt demak, bukan hanya itu secara kebetulan penulis menemukan hal tersebut pada biro haji dan umroh albayt tours and travel demak yang memanfaatkan sosial media sebagai bagain dari pemasarnnya.

Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana admin dari instagram albayt membuat konten, apa saja yang perlu disiapkan dan bagaimana hal tersebut dilaksanakan dan hasil yang diperoleh dari pembuatan konten sebagai bentuk dari strategi pemasaran melalui sosial media instagram dengan memanfaatkan teori manajaemen sebagai bantuan mempermudah dalam pengelolaan instgram.

## B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran media sosial pada Biro Haji dan Umroh Al Bayt Tours and travel Demak?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran yang ada pada biro haji Albayt Tours and travel Demak?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, terdapat beberapa tujuan dalam penelitian yang dilakukan penulis, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran pada biro haji albayt tour & travel.
- b. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat yang ada pada strategi pemasaran biro haji dan umroh di albayt tours and travel.

### 2. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk berbagai kalangan yakni:

- a. Bagi mahasiswa  
 Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan, ide, dan informasi khususnya pada bidang pemasaran ibadah haji dan umrah. Agar dapat menghasilkan karya penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada Biro Haji dan Umrah, harapan kedepannya bagi peneliti selanjutnya dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai sumber rujukan ilmiah dan penelitian pembanding.
- b. Bagi masyarakat  
 Diharapkan masyarakat luas dapat memahami dan dapat dijadikan sebagai bahan dari Strategi pemasaran melalui sosial media terutama insagram. Selain hal tersebut peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi contoh untuk para agen biro perjalanan lain dalam sistem pemasaran haji dan umroh.

## D. Sistematika Penulisan

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan terdiri dari tiga bagian dan masing-masing bagian terdiri dari sub bab sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Pada bagian awal terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persetujuan

- pembimbing, halaman pengesahan, halaman kata pengantar, abstrak dan daftar isi.
2. Bagian Isi, terdiri dari:
    - BAB I: PENDAHULUAN**  
Bab ini memuat latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penelitian.
    - BAB II: KAJIAN PUSTAKA**  
Terdiri dari kajian teori terkait judul, penelitian terdahulu, kerangka berfikir.
    - BAB III : METODE PENELITIAN**  
Pada bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, teknis analisis data.
    - BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
Pada bab ini terdiri dari gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.
    - BAB V: PENUTUP**  
Pada bab ini merupakan runtutan bagian isi penutup dalam penulisan skripsi yang terdiri dari: kesimpulan dan saran.
  3. Bagian Akhir  
Pada bagian akhir terdiri dari atas daftar pustaka serta lampiran-lampiran.