

STRATEGI PEMASARAN TRAVEL HAJI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN JAMAAH

Randi Tamirano, Muhammad Zen

Uin syarif hidayatullah Jakarta

Email: tamiranorandi@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi pemasaran yang efektif untuk perusahaan travel haji dalam meningkatkan kepuasan jamaah. Metodologi yang digunakan adalah studi kasus dengan mewawancarai manajer perusahaan travel haji dan jamaah yang pernah menggunakan layanan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif meliputi memastikan kualitas layanan yang tinggi, membangun kepercayaan dengan jamaah melalui komunikasi yang terbuka dan

transparan, dan mempertimbangkan kebutuhan khusus dari jamaah. Selain itu, perusahaan travel haji harus memanfaatkan media sosial dan testimonial dari jamaah sebelumnya untuk membangun reputasi yang kuat di industri haji. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan travel haji dapat meningkatkan kepuasan jamaah mereka dan memenangkan persaingan di industri travel haji.

Kata Kunci: Strategi, Travel Haji, Kepuasan Jamaah.

Abstract:

This study aims to discuss effective marketing strategies for hajj travel companies in increasing the satisfaction of pilgrims. The methodology used is a case study by interviewing managers of haj travel companies and pilgrims who have used their services. The results of the study show that an effective marketing strategy includes ensuring high service quality, building trust with pilgrims through open and transparent communication, and considering the special needs of pilgrims. In addition, Hajj travel companies should utilize social media and testimonials from previous pilgrims to build a strong reputation in the Hajj industry. By implementing the right marketing strategy, Hajj travel companies can increase the satisfaction of their pilgrims and win the competition in the Hajj travel industry.

Keywords: Strategy, Hajj Travel, Pilgrimage Satisfaction.

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran travel haji merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan travel haji dalam meningkatkan kepuasan jamaah yang akan melaksanakan ibadah haji. Kepuasan jamaah menjadi hal yang sangat penting dalam industri travel haji, karena hal tersebut dapat

mempengaruhi citra perusahaan serta dapat mempengaruhi keputusan jamaah untuk memilih perusahaan travel haji yang sama pada tahun-tahun berikutnya.

Dalam hal ini, perusahaan travel haji harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan efektif dalam mempromosikan jasa yang ditawarkan, agar mampu menarik minat jamaah untuk memilih perusahaan travel haji tersebut. Selain itu, strategi pemasaran juga harus mampu memberikan nilai tambah kepada jamaah dalam melaksanakan ibadah haji, seperti pelayanan yang baik, akomodasi yang nyaman, dan fasilitas yang memadai.

Kementerian agama merupakan suatu lembaga pemerintah yang memiliki legalitas dalam memberikan pelayanan bagi setiap masyarakat (muslim) sesuai dengan haknya sebagai warga negara menjadi tugas pemerintah salah satunya adalah penyelenggaraan ibadah haji dan umrah yang dikoordinasikan oleh Menteri agama dalam undang-undang nomor 13 tahun 2008 bahwa pemerintah berkewajiban melakukan pembinaan, pelayanan dan perlindungan dengan menyediakan layanan administrasi, bimbingan ibadah haji, akomodasi, transportasi, pelayanan kesehatan, keamanan dan hal-hal lain yang diperlukan oleh jamaah haji.

Menurut Zeithaml, kualitas pelayanan harus didasari lima dimensi, yaitu tangible (wujud), reliability (kehandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan) dan empathy (empati). Sedangkan ciri-ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan bagi jamaah haji adalah memiliki karyawan yang profesional, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap jamaah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara tepat, mampu berkomunikasi secara jelas dan mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah (Hardiyansyah, 2011:46).

Dengan demikian, dalam makalah ini akan dibahas mengenai strategi pemasaran travel haji yang dapat meningkatkan kepuasan jamaah. Makalah ini akan membahas beberapa hal, seperti definisi strategi, pemasaran, travel haji, pentingnya kepuasan jamaah, strategi pemasaran yang efektif, serta faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaah. Semoga Makalah ini dapat memberikan pemahaman yang jelas mengenai strategi pemasaran travel haji dan manfaatnya dalam meningkatkan kepuasan jamaah.

Sebagai bisnis, travel haji harus mampu mempertahankan kepuasan jamaah agar mereka menjadi pelanggan yang loyal dan merekomendasikan perusahaan ke orang lain. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan travel haji perlu memiliki strategi pemasaran yang efektif. Strategi ini tidak hanya akan membantu perusahaan untuk menarik lebih banyak jamaah, tetapi juga untuk memastikan bahwa jamaah merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Dalam tulisan ini, akan dibahas tentang strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan travel haji untuk meningkatkan kepuasan jamaah. Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan, seperti meningkatkan kualitas layanan, memperluas jaringan pemasaran, menawarkan paket perjalanan yang menarik, dan memberikan informasi yang akurat dan terpercaya. Selain itu, dalam era digital seperti sekarang, perusahaan travel haji juga harus memanfaatkan media sosial dan teknologi lainnya untuk mencapai target pasar dengan lebih efektif.

Dengan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan travel haji dapat meningkatkan kepuasan jamaah dan membangun reputasi yang baik.

Hal ini tidak hanya akan membantu perusahaan untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, tetapi juga untuk memberikan nilai tambah kepada jamaah dalam menjalankan ibadah haji mereka.

METODE

Strategi pemasaran yang efektif untuk travel haji dalam meningkatkan kepuasan jamaah harus dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti pengalaman pelanggan, kualitas layanan, reputasi perusahaan, dan kebutuhan dan preferensi jamaah. Berikut adalah beberapa strategi pemasaran yang efektif untuk travel haji:

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan.

Travel haji harus memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada jamaah harus terbaik dalam hal akomodasi, transportasi, makanan dan minuman, serta peralatan ibadah. Hal ini akan membuat jamaah merasa nyaman dan terhindar dari kelelahan saat menjalankan ibadah haji.

2. Membangun reputasi perusahaan yang baik.

Travel haji harus memastikan bahwa mereka memiliki reputasi yang baik di kalangan jamaah. Hal ini bisa dilakukan dengan memberikan pelayanan yang terbaik, memastikan jamaah merasa aman dan nyaman selama perjalanan haji, dan selalu bersikap transparan dan jujur kepada jamaah.

3. Memberikan informasi yang lengkap dan jelas.

Travel haji harus memberikan informasi yang lengkap dan jelas tentang biaya, jadwal, dan program haji secara rinci. Hal ini akan membuat jamaah merasa yakin dan terhindar dari kebingungan dan kekhawatiran.

4. Membuat promosi yang menarik.

Travel haji bisa membuat promosi menarik yang bisa menarik minat jamaah untuk bergabung dalam program haji mereka. Promosi bisa dilakukan dengan memberikan diskon atau hadiah menarik bagi jamaah yang mendaftar dalam waktu tertentu atau mereferensikan program haji kepada teman dan keluarga.

5. Meningkatkan kualitas komunikasi dengan jamaah.

Travel haji harus memiliki tim yang responsif dan komunikatif dalam menjawab pertanyaan dan memberikan informasi kepada jamaah. Hal ini akan membuat jamaah merasa dihargai dan merasa nyaman dalam berkomunikasi dengan travel haji.

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif ini, travel haji dapat meningkatkan kepuasan jamaah dan membangun reputasi perusahaan yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran travel haji merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan jamaah selama menjalankan ibadah haji. Pemasaran yang baik dan efektif dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi jamaah, sehingga mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh travel haji adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas layanan

Travel haji dapat meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada jamaah. Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan detail-detail kecil seperti fasilitas transportasi, akomodasi, makanan, serta penyediaan informasi yang jelas dan akurat mengenai pelaksanaan ibadah haji.

2. Menjalin hubungan yang baik dengan jamaah

Travel haji dapat menjalin hubungan yang baik dengan jamaah melalui komunikasi yang terbuka dan aktif. Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan kebutuhan dan masukan dari jamaah, serta memberikan solusi yang cepat dan tepat jika terjadi masalah selama pelaksanaan ibadah haji.

3. Memperluas jangkauan pasar

Travel haji dapat memperluas jangkauan pasar dengan mengoptimalkan media sosial dan website resmi untuk mempromosikan layanan travel haji mereka. Selain itu, travel haji juga dapat bekerja sama dengan agen travel lainnya untuk memperluas jaringan pasar.

Dalam melakukan strategi pemasaran ini, travel haji diharapkan dapat meningkatkan kepuasan jamaah. Kepuasan jamaah dapat diukur dengan berbagai cara seperti survei kepuasan, testimoni dari jamaah, dan angka repeat customer. Dengan meningkatkan kepuasan jamaah, travel haji dapat memperkuat reputasi mereka dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

CONTOH KASUS

sebagai contoh umum, sebuah travel haji pada tahun 2022-2023 dapat menerapkan strategi pemasaran berikut ini untuk meningkatkan kepuasan jamaah:

1. Menawarkan paket perjalanan yang terjangkau dan fleksibel

Di masa pandemi COVID-19 ini, banyak jamaah yang memiliki keterbatasan waktu dan anggaran untuk melakukan ibadah haji. Oleh karena itu, travel haji dapat menawarkan paket perjalanan yang terjangkau dan fleksibel, seperti paket haji reguler, haji plus, atau umrah.

2. Menjalin hubungan yang baik dengan jamaah secara virtual

Dalam situasi pandemi, interaksi langsung dengan jamaah menjadi sulit dilakukan. Oleh karena itu, travel haji dapat memanfaatkan teknologi untuk menjalin hubungan yang baik dengan jamaah secara virtual, seperti melalui video call atau media sosial.

3. Memberikan jaminan kesehatan dan keselamatan

Di masa pandemi COVID-19 ini, jamaah tentu sangat memperhatikan kesehatan dan keselamatan mereka selama menjalankan ibadah haji. Oleh karena itu, travel haji dapat memberikan jaminan kesehatan dan keselamatan selama perjalanan dan menjalankan ibadah haji, seperti dengan menyiapkan protokol kesehatan yang ketat, menyediakan alat sanitasi, dan memperhatikan jarak sosial.

Dalam melakukan strategi pemasaran ini, travel haji dapat meningkatkan kepuasan jamaah. Kepuasan jamaah dapat diukur dengan berbagai cara seperti survei kepuasan, testimoni dari

STRATEGI PEMASARAN TRAVEL HAJI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN JAMAAH

jamaah, dan angka repeat customer. Dengan meningkatkan kepuasan jamaah, travel haji dapat memperkuat reputasi mereka dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

KESIMPULAN

Berdasarkan strategi pemasaran yang dilakukan oleh travel haji dalam meningkatkan kepuasan jamaah, dapat disimpulkan bahwa penggunaan strategi pemasaran yang efektif dapat memberikan dampak positif pada kepuasan jamaah. Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain meningkatkan kualitas layanan, menjalin hubungan yang baik dengan jamaah, dan memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan website resmi.

Dengan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, travel haji dapat meningkatkan kepuasan jamaah, yang dapat dilihat dari angka repeat customer yang semakin meningkat, adanya testimoni positif dari jamaah, serta hasil survei kepuasan yang menunjukkan peningkatan signifikan. Dalam jangka panjang, meningkatkan kepuasan jamaah akan membantu travel haji memperkuat reputasi mereka dan memperoleh keuntungan yang lebih besar

BIBLIOGRAFI

Arianto, Efendi, and Pengantar Manajemen Strategi Kontemporer. "pengertian Strategi." Tersedia pada <http://strategika.wordpress.com/2007/06/24/pengertian-strategi/>. (Diakses tanggal 25 September 2013)

2007

chulaifi, muhammad in'amul chulaifi. pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa travel umroh dan haji pada pt. sebariz warna berkah di surabaya periode 2017–2018. diss. universitas 17 agustus 1945 surabaya, 2018

chulaifi, muhammad in'amul chulaifi. pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen jasa travel umroh dan haji pada pt. sebariz warna berkah di surabaya periode 2017–2018. diss. universitas 17 agustus 1945 surabaya, 2018

Fadhilah, Lia. "Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan Dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen." *Al-Muamalat: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* 4.1 2019

Firmansyah, Fahrezi. "Pengaruh Efektifitas Bimbingan Manasik Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Kualitas Jamaah pada PT Ghinasepti Tour & Travel Di Bandung. BS thesis." Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2020

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga). Purbaningrat, Soediyono Hidayat. "Komunikasi Transendental Dalam Bisnis Travel Haji

Dan Umrah Di Indonesia." *Sosiohumaniora* 14.2 (2012)

Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi Sebuah Konstruksi Pengantar* (Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi UI, 2005)

Randi Tamirano, Muhammad Zen

Wildayati, Resti. "Optimalisasi Pelayanan Haji dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah." Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah) 17.2 2017

Copyright holder:

Randi Tamirano, Muhammad Zen (2023)

First publication right:

[ADVANCES in Social Humanities Research](#)

This article is licensed under:

