

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menempati nomor dua dengan negara yang memiliki jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga minat untuk melaksanakan ibadah umroh di kalangan masyarakat Indonesia sangat tinggi. Setiap tahunnya, ratusan ribu hingga jutaan jamaah umroh Indonesia berangkat ke tanah suci Makkah. Untuk memfasilitasi masyarakat dalam menunaikan umroh, di Indonesia terdapat banyak biro perjalanan atau travel umroh yang menawarkan paket-paket perjalanan umroh.

Negara Dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbanyak (Juta Jiwa)



Gambar 1.1 Grafik Jumlah Penduduk Muslim Terbanyak

(Sumber : cnbcindonesia, 2024)

Dengan banyaknya populasi umat muslim di Indonesia, dikutip dari *website* Kementerian Agama Republik Indonesia, menyatakan “biro perjalanan umroh ini bertugas untuk mengurus segala keperluan jamaah, seperti pengurusan visa, tiket pesawat, akomodasi, transportasi darat, pembimbing/muthowif, dan lain-lain. Tingginya antusias masyarakat Indonesia untuk umroh ini juga membawa dampak positif bagi perekonomian negara, khususnya di sektor pariwisata, penerbangan, serta berbagai usaha lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan umroh. Umrah sendiri adalah ibadah yang berupa ziarah dan bukanlah sebuah kewajiban bagi umat Islam. Umrah berbeda dengan haji karena ia tidak dilakukan pada bulan tertentu, maka umrah dapat dilaksanakan oleh umat islam secara berulang-ulang sesuai dengan kemampuan fisik dan finansial seorang muslim”.

Berdasarkan data terbaru dari Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag), jumlah Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di Indonesia mengalami peningkatan signifikan. Pada tahun 2021, terdapat sekitar 1.600 PPIU yang terdaftar. Namun, hingga saat ini jumlah tersebut telah meningkat 30% menjadi 2.180 PPIU yang tersebar di seluruh provinsi di Indonesia. Peningkatan jumlah PPIU ini menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam industri perjalanan umrah pasca-pandemi. Sebelum pandemi, jumlah biro perjalanan umrah berizin hanya sekitar 700. Namun, saat ini, terdapat lebih dari 2.700 biro umrah berizin, yang mencerminkan pasar umrah di Indonesia semakin kompetitif.

Industri perjalanan ibadah, khususnya haji dan umrah, sangat bergantung pada citra dan kepercayaan. Citra yang positif dari biro perjalanan tidak hanya menarik calon jamaah, tetapi juga menciptakan kepercayaan yang esensial dalam proses pemilihan layanan. Prihanto dan Damayanti (2022) mengungkapkan bahwa citra, promosi, dan kepercayaan calon jamaah berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan biro jasa perjalanan haji dan umrah. Citra yang baik membuat jamaah merasa lebih aman dan nyaman, sekaligus mendorong keputusan untuk memilih biro tertentu.

Namun di sisi lain, fenomena positif ini juga disertai dengan munculnya sejumlah masalah, seperti praktik penipuan biro perjalanan umrah yang mengumpulkan dana jamaah tanpa memberangkatkan mereka. Kasus-kasus seperti ini telah banyak terjadi dan merugikan banyak calon jamaah umroh. Untuk mengantisipasi hal tersebut, (dalam *website* Kemenag pemerintah Indonesia melalui Kementerian Agama) telah mengeluarkan sejumlah regulasi dan pembentukan badan khusus seperti BPIU (Badan Penyelenggara Ibadah Umroh) guna melindungi kepentingan jamaah dan mengawasi kinerja travel umroh. Selain itu, edukasi kepada masyarakat tentang bagaimana memilih travel umroh yang legal, aman, dan terpercaya juga terus digalakkan agar tidak terjadi lagi kasus penipuan yang merugikan calon jamaah umroh.

Penipuan travel umroh telah menjadi masalah yang sering terjadi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Jumlah calon jama'ah umroh di Indonesia yang cukup besar setiap tahunnya menjadi sasaran yang empuk bagi para

oknum – oknum yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penipuan. Pada *website* BBC Indonesia “Modus penipuan travel umroh ini sangat beragam, mulai dari travel fiktif yang tidak memiliki izin resmi, mengumpulkan dana jama’ah dengan fasilitas yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan”. Dikutip dari *website* Kompas “Dengan banyak terjadinya kasus penipuan pada travel umroh di Indonesia yang menyebabkan kurang adanya rasa aman dan percaya kepada masyarakat Indonesia dalam memilih biro perjalanan Umroh, salah satu contoh kasus umroh terbesar di Indonesia yaitu First Travel, yang didirikan dan mulai beroperasi pada tahun 2015, namun permasalahan muncul pada akhir 2017 ketika First Travel tidak dapat memberangkatkan ribuan jamaah umroh yang telah membayar sejumlah uang. Karena hal ini, mengakibatkan pemerintah Saudi Arabia melarang sementara keberangkatan jamaah umroh dari Indonesia pada November 2017 dan merugikan hingga 63.510 calon jamaah dengan total kerugian hingga lebih dari 900 Miliar”. Kasus penipuan First Travel memicu kemarahan masyarakat dan turut menyoroti lemahnya pengawasan pemerintah terhadap travel penyelenggara umroh di Indonesia. Banyak jamaah yang kehilangan dana hingga puluhan juta rupiah untuk biaya umroh.

Kepercayaan adalah elemen kunci dalam hubungan antara biro perjalanan dan pelanggan. Rendahnya pengawasan terhadap biro perjalanan menyebabkan munculnya penipuan, yang pada akhirnya merusak kepercayaan masyarakat terhadap biro-biro tersebut. Kasus First Travel menunjukkan betapa fatalnya ketika biro perjalanan kehilangan integritas yang dampaknya bukan saja terhadap lembaga itu sendiri, tetapi juga terhadap persepsi publik mengenai industri secara keseluruhan. Dengan merebaknya penipuan, kepercayaan terhadap biro perjalanan haji dan umrah semakin menurun, yang dapat berakibat pada dampak negatif terhadap calon jamaah dan industri perjalanan itu sendiri (Samosir, 2023).

Selain itu, kasus penipuan biro travel masih marak terjadi sampai saat ini. Kasus terbaru pada Januari 2025 yang dilansir pada *website* TimesIndonesia, dikutip Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta (Polda DIY) mengungkap kasus penipuan yang melibatkan agen travel umrah PT HMS. Kasus ini menambah deretan panjang penipuan berkedok perjalanan ibadah di Indonesia. Sebanyak 164 orang menjadi korban dengan total kerugian mencapai Rp5,62 miliar. Modus

operandi PT HMS adalah menawarkan paket umrah dengan harga kompetitif dan fasilitas menarik untuk menarik minat calon jemaah. Namun, setelah pembayaran dilakukan, keberangkatan yang dijanjikan tidak pernah terealisasi. Kasus ini mencerminkan pentingnya kewaspadaan dalam memilih agen travel umrah dan haji, serta memastikan legalitas dan rekam jejak perusahaan tersebut sebelum melakukan transaksi.

Dengan maraknya kasus penipuan di Indonesia, pemerintah Indonesia telah menerbitkan beberapa aturan baru terkait dengan Badan Penyelenggara Ibadah Umroh (BPIU) dalam upaya mengawasi dan mengatur biro perjalanan/travel umroh. “Peraturan ini mengatur tentang penyelenggaraan perjalanan ibadah umroh, termasuk persyaratan, mekanisme perizinan dan pengawasan terhadap biro perjalanan umroh, yang diatur pada Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomer 8 Tahun 2018” Kementerian Agama Republik Indonesia. Kasus penipuan First Travel memicu kemarahan masyarakat dan turut menyoroti lemahnya pengawasan pemerintah terhadap travel penyelenggara umroh di Indonesia.

Kasus penipuan ini dapat menjadikan citra yang buruk pada sektor biro perjalanan umroh dan membuat kurangnya kepercayaan pada usaha travel umroh. Sebab yang ditimbulkan ini membuat biro perjalanan yang telah mendapatkan izin Kementerian Agama harus berbentuk badan hukum, baik berupa PT atau sekurang-kurangnya CV. Selanjutnya, biro perjalanan umroh tersebut melakukan pendaftaran sebagai biro perjalanan umroh dan haji khusus dengan memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh pemerintah. Penyelenggaraan umroh selama ini dinilai kurang efektif dan efisien, terutama dalam hal pelayanan yang semestinya didapatkan oleh para jemaah, ada beberapa biro perjalanan haji dan umrah yang dinilai masih belum bisa memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh Kementerian Agama. Maka itu setiap travel umroh memiliki caranya sendiri untuk melakukan pelayanan terbaik guna membangun citra dan kepercayaan para calon jemaahnya.

Pemberian pelayanan yang baik pada jemaah akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi para jemaahnya yang pada akhirnya akan menciptakan kesetiaan jemaah terhadap lembaga travel yang bersangkutan dan dapat

meningkatkan jumlah jamaah. Bila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya jika pelayananyang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Kasmir, 2009). Banyaknya travel biro perjalanan umroh yang ikut serta dalam mengurus pelaksanaan ibadah umroh, yang dimana dapat menimbulkan persaingan antara satu dengan lainnya, sehingga membuat para jamaah bingung mencari lembaga mana yang baik dalam memberikan pelayanan dari segala bidangnya sehingga pelaksanaan ibadah umroh bisa menuai hasil yang memuaskan. Sebagai biro perjalanan umroh PT. Khaira Berkah Mandiri mempunyai tugas untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi tamu-tamu Allah yang akan melaksanakan ibadah ke Baitullah. Pelayanan yang terbaik salah satunya adalah dengan menyediakan fasilitas, keamanan dan kenyamanan ketika berada di tanah suci.

Setelah mengalami krisis pada masa covid, jamaah umroh yang berasal dari Indonesia terus mengalami kenaikan yang pesat. Hal ini dibuktikan dengan jumlah okupansi hotel untuk jamaah umroh indonesia yang melonjak berkali – kali lipat. Data Direktorat Jenderal PHU Kementerian Agama menyebut jumlah jamaah umroh sepanjang Januari – Agustus 2023 mencapai 808.301 orang. Angka ini menunjukkan sekitar 84% dibanding jumlah jamaah umroh tahun 2022 yang sebesar 957. 016 orang. Yang diperkirakan akan kembali bertambah pada kuartal keempat tahun kedepan. Setiap tahunnya pertumbuhan jemaah haji di Indonesia terus meningkat. Terkait dengan peningkatan yang didapatkan dari Data Direktorat Jenderal PHU Kementrian Agama, penulis mencantumkan data kenaikan umroh pada PT. Khaira Berkah Mandiri.

Penyajian dan usaha untuk meraih peminat dari konsumen dan masyarakat tidak terlepas dari usaha strategi yang mengkomunikasikan dan melakukan publikasi kelebihan pada produk yang di tawarkan oleh perusahaan dengan sebaik – baiknya. Hal ini dilakukan agar mendapatkan kesan baik dan dapat diterima oleh masyarakat luas. Baik strategi dibidang pelayanan, penyuluhan, dan kebutuhan lainnya. Sehingga apa yang menjadi tujuan dalam membangun citra dan kepercayaan calon jamaah umroh dapat tercapai dengan baik. Jumlah jamaah umrah PT. Khaira Berkah Mandiri mulai dari tahun 2020 – 2023 ini terjadi peningkatan

setelah mengalami krisis covid-19, hal ini dapat dilihat sebagaimana tabel berikut :

Tabel 1.1 Data Jamaah Umroh PT Khaira Berkah Mandiri Tahun 2020 - 2023

PT. Khaira Berkah Mandiri	
Tahun	Jumlah Jamaah
2020	245 Jamaah
2021	183 Jamaah
2022	230 Jamaah
2023	278 Jamaah

Sumber : (Arsip PT. Khaira Berkah Mandiri)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan jumlah jamaah umroh pada PT. Khaira Berkah Mandiri. Peningkatan tersebut disebabkan karena berbagai faktor yang salah satunya menurut penulis karena citra perusahaan di mata masyarakat cukup bagus karena pelayanan yang memuaskan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Namun pada tahun 2021 terjadi penurunan jumlah jamaah yang lumayan signifikan, karena banyaknya persaingan dan banyak dari jamaah perusahaan namun menggagalkan keberangkatannya dengan alasan tertentu. Maka hal ini lah yang menjadi permasalahan yang dimana perusahaan melakukan perubahan dan melakukan segala cara dalam menggaet calon konsumen mereka kembali. Dengan meningkatkan strategi yang dilakukan, terbukti pada tahun 2023 terjadi peningkatan kembali pada perjalanan umroh di PT. Khaira Berkah Mandiri.

Dengan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana cara PT Khaira Berkah Mandiri dalam mengangani dan menyikapi dari banyaknya citra buruk dan hilangnya kepercayaan pada perusahaan biro perjalanan travel umroh dengan menggunakan strategi *public relations* yang di miliki perusahaan PT Khaira Berkah Mandiri. PT. Khaira Berkah Mandiri adalah salah satu biro perjalanan umroh yang sudah memiliki izin resmi Kementerian Agama untuk memberangkatkan jamaah umroh. Dengan kepemilikan izin resmi ini perusahaan

harus benar – benar dapat menjaga amanah yang diberikan kepada mereka dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada calon jamaah yang sudah mendaftar kepada perusahaan mereka. Karena tidak menutup kemungkinan izin resmi ini dapat dicabut jika dirasa lembaga tersebut tidak memberikan pelayanan yang semestinya kepada para calon konsumennya atau jamaah umroh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi *Public relations* PT. Khaira Berkah Mandiri membangun Citra dan Kepercayaan calon jamaah?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami Strategi *Public relations* PT. Khaira Berkah Mandiri dalam membangun citra perusahaan dan kepercayaan para calon jamaah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu dalam bidang *Public relations* pada umumnya dan diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan menjadi rujukan bagi peneliti yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat. Selain itu juga dapat memberikan masukan dan saran kepada PT. Khaira Berkah Mandiri untuk lebih mengembangkan strategi *public relations* guna membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan serta kepercayaan para calon jamaah.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I penelitian ini berisikan latar belakang masalah terkait dengan strategi *public relations* yang digunakan PT Khaira Berkah Mandiri dalam membangun citra dan kepercayaan calon jamaah, serta Rumusan Masalah pada penelitian ini, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian ini dan Sistematika Penulisan dari penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada BAB II ini terdiri dari Penelitian Terdahulu yang relevan sebagai acuan dari penelitian ini, penjabaran mengenai Kajian Kepustakaan dari penelitian ini, Kerangka Teori yang digunakan, dan Kerangka Pemikiran penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB III berisikan penguraian tentang Pendekatan Penelitian, Penentuan Informan yang dapat membantu peneliti dalam mendapatkan informasi, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Pengolahan dan Analisis Data, serta Jadwal dan Lokasi Penelitian ini berlangsung.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada BAB IV penulis memaparkan hasil temuan dari penelitian secara mendalam yang telah di analisis oleh penulis. Memaparkan data seperti deskripsi objek dan subjek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan berdasarkan pengolahan data dan informasi yang didapat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V berisikan penjelasan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah diuraikan oleh penulis, penulis juga memberikan saran teoritis dan saran praktis.