

ABSTRAK

ANALISIS BAURAN PEMASARAN JASA KATERING JAMAAH HAJI DI ASRAMA HAJI PROVINSI BENGKULU

Oleh Rahmat Hidayat, Idwal B, MA, Faisal Muttaqin, SE. M.SM

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

ayatrahmat180601@gmail.com, idwalkincai@gmail.com, Faisalmuttaqin@yahoo.com

Pemasaran jasa katering jamaah haji merupakan bagian dari proses penyelenggaraan ibadah haji yang diselenggarakan oleh pihak asrama haji. Bauran pemasaran, merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasaran. Untuk terlaksananya ibadah haji yang nyaman, lancar, tertib maka diperlukan adanya pemasaran jasa yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang terjadi pada saat pemasaran jasa katering telah dilakukan di asrama haji provinsi Bengkulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang mengungkapkan fakta-fakta yang sudah terjadi melalui lisan-lisan orang yang terlibat. Sedangkan pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah bauran pemasaran jasa katering jamaah haji di asrama haji provinsi Bengkulu yang dilakukan oleh pihak katering maya sari dan pihak panitia asrama haji sudah efektif dan efisien dan diterima dengan baik oleh para jamaah haji. Mulai dari segi menu makanan, harga menu makanan yang ditetapkan, cita rasa menu makanan, dan pelayanan dari panitia penyelenggaraan ibadah haji. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa proses pelaksanaan yang dilakukan oleh panitia penyelenggara ibadah haji provinsi Bengkulu dan bekerja sama dengan pihak katering maya sari sudah terlaksana dengan baik dan bagus. Sehingga tidak ada permasalahan-permasalahan yang signifikan dihadapi.

Kata kunci: Pemasaran, Jasa Katering, Jamaah Haji

PENDAHULUAN

Haji merupakan rukun islam yang ke lima. Secara bahasa, haji berarti menyengaja untuk mengunjungi. Sedangkan secara istilah, haji berarti pergi ke baitullah (ka'bah) untuk melaksanakan ibadah yang telah diperintahkan Allah SWT. Haji diwajibkan atas semua kaum muslim yang mampu satu kali seumur hidup dan apabila lebih dari satu kali maka hukumnya menjadi sunnah. Riwayat Bukhari nomor 8 dan Muslim no 16 menyebutkan bahwa haji adalah rukun islam dan wajib bagi umat islam.

Semakin berkembangnya era globalisasi semakin berkembang pula semua aktivitas manusia termasuk mengembangkan pelayanan kegiatan. Aktivitas ibadah haji selalu saja mengalami peningkatan terus menerus, dari tahun ke tahun. Indonesia menjadi salah satu negara yang juga mengirimkan banyak jamaah haji setiap tahun dari berbagai kota termasuk Bengkulu. Semua pihak penyelenggara terlibat, mulai dari pemasaran, perkembangan, transportasi hingga catering. Selain semuanya harus mengalami kemajuan serta perubahan dari tahun ke tahun.

Bauran pemasaran, bauran pemasaran (marketing mix) merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran.¹

Untuk terlaksananya ibadah haji yang nyaman, lancar dan tertib diperlukan adanya pemasaran jasa yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik, terhadap jamaah agar terlaksananya penyelenggaraan pemasaran catering jamaah haji yang efisien dan efektif sehingga ada rasa puas yang dirasakan oleh jamaah haji.

Katering didefinisikan sebagai salah satu jasa di bidang makanan yang sudah jadi diantar langsung ke tempat pemesanan pada suatu acara. Katering biasanya dibutuhkan pada berbagai acara seperti pesta pernikahan, seminar, acara keagamaan, ulang tahun, dan sebagainya. Kegiatan-kegiatan tersebut, biasanya pihak penyelenggara menyewa jasa catering untuk menyiapkan makanan sesuai dengan kebutuhan.²

Jamaah haji merupakan semua warga negara yang telah mendapatkan diri mereka untuk menunaikan ibadah haji sesuai dengan persyaratan yang telah dilakukan. Itu artinya jamaah haji telah melalui berbagai administrasi yang telah disepakati dan juga telah dijamin dalam hal apapun baik transportasi maupun makanan. Melalui beberapa proses yang telah dilakukan oleh jamaah haji untuk berangkat ke tanah suci, barang tentu apa yang telah mereka lakukan harus terbayar sesuai dengan apa yang mereka lakukan. Apalagi soal makanan (catering) yang nantinya akan diberikan oleh pihak penyelenggara haji. Tentu, makanan yang diberikan kepada jamaah haruslah makanan yang higienis, bergizi, dan sehat serta tidak mudah basi. Dalam pelayanan pembagian makanan/ catering untuk jamaah haruslah tepat waktu, cepat, agar jamaah tidak kelaparan dan menunggu lama.

Berdasarkan penjelasan di atas maka pokok dari permasalahan dalam penelitian ini adalah "Analisis Bauran pemasaran Jasa (*service marketing mix*)Katering Jamaah Haji di Kementerian Agama Bengkulu Utara". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui "Analisis Bauran Pemasaran Jasa (*Service Marketing Mix*) Katering Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu".

¹ Firman Yulianto dkk, *Analisis Pengaruh Factor Bauran Pemasaran Terhadap Pertimbangan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Medan*, vol. 13 no. 4 (Medan: oktober 2010) hal. 538.

² Rifani. (2015). *Sistem Informasi Pemesanan Makanan Berbasis web di Deneira* .

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti, sedangkan data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya. Adapun untuk lebih memperkuat penelitian ini maka penulis melakukan langkah-langkah berikut :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden yang berupa catatan tertulis dari hasil wawancara dan dokumentasi.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber yang tertulis dan terdapat dalam buku ataupun file.³

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian dengan jenis studi kasus dan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Pada studi kasus ini penelitian terhadap suatu fakta yang ditemukan di lapangan untuk belajar mengenai latar belakang, bagaimana kondisi serta interaksi yang ada. Dilakukan saat suatu program, kegiatan ada di suatu keadaan tertentu. Penelitian dengan menggunakan studi kasus dilakukan jika peneliti merasa dalam sebuah fenomena ada kasus yang berefek besar pada kehidupan masyarakat dan perlu untuk dicari solusinya. Biasanya penelitian studi kasus dilakukan dengan didasari pada kasus yang fenomenal.⁴ Dalam penelitian ini penulis laporan menggunakan metode kualitatif yang berisi kutipan-kutipan atau fakta-fakta yang di ungkap dalam lapangan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan dalam laporannya. Penelitian ini mendeskripsikan objek, fenomena, sosial yang akan dibuat dalam bentuk tulisan bersifat naratif. Fakta-fakta yang diperoleh kemudian dihimpun menjadi bentuk kata atau gambar daripada angka.⁵

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu yang diperlukan dari proses wawancara sampai akhir penelitian ini adalah 1(satu) bulan. Lokasi penelitian di asrama haji provinsi Bengkulu yang beralamatkan di .Penelitian selanjutnya diarahkan ke Katering Maya Sari yang beralamatkan di Jl. Letkol Santoso no. 17 Bengkulu.

³ Sugiono.2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.

⁴ Fitria Widiyani Roosinda. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta

⁵ Albi Anggito & Johan Setiawan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung

3. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang sudah berpengalaman lama dan terlibat langsung dengan masalah-masalah yang ada dilapangan. Informan juga harus memberikan pandangan tentang nilai-nilai sikap, proses dan kebiasaan yang menjadi latar penelitian setempat:⁶

- a. Karyawan Katering Maya Sari
- b. Staff honor di Asrama Haji

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Primer

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu dengan observasi, dokumentasi, dan melakukan wawancara (interview) dengan beberapa informan unuk mendapatkan data primer tersebut.

b. Sumber Sekunder

Data sekunder adalah yang dikumpulkan dari tangan kedua atau sumber-sumber lain yang tersedia sebelum penelitian dilakukan. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan cara untuk mengumpulkan data dengan menggunakan dan mempelajari literatur buku-buku kepustakaan yang ada untuk mencari konsepsi-konsepsi dan teori-teori yang berkaitan erat dengan permasalahan. Studi kepustakaan bersumber dari pada laporan-laporan,skripsi,buku,surat kabar dan dokumen-dokumen, web, dan lain-lain, yang berkaitan erat dengan permasalahan yang diteliti.

5. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kasus (Case Studies). Studi kasus sebagai suatu penelitian satu/beberapa kasus dengan menggali informasi dari beberapa sumber. Dalam metode penelitian ini sangat cocok digunakan saat seorang peneliti ingin mengungkapkan sesuatu dengan bertolak pada pertanyaan “How” atau “Why”. Dilihat dari sudut kegunaannya, studi kasus dapat dipakai untuk penelitian kebijakan,ilmu politik, dan admistrasi umum, Pendidikan, psikologi, dan ssosiologi, studi organisasi dan manajemen, lingkungan dan agama, dan sebagainya.

Dari pengertian menurut beberapa ahli tentang teknik analisis data study kasus , maka peneliti menggunakan teknik analisis data study kasus dalam Menyusun hasil penelitian ini.

⁶ Sugiono,memahami penelitian kualitatif, bandung : alfabeta,2010.

PEMBAHASAN

1. Analisis Proses Bauran Pemasaran Jasa (Service Marketing Mix) Katering Jamaah Haji Provinsi Bengkulu

Dilihat dari hasil observasi penulis langsung mewawancarai langsung ketempat penelitian dan juga berdasarkan data-data fakta yang penulis peroleh selama melakukan penelitian mengenai analisis bauran pemasaran jasa (service marketing mix) katering jamaah haji. Selanjutnya penulis menganalisis antara teori dengan praktik yang terjadi dilapangan.

Dalam proses bauran pemasaran jasa katering jamaah haji yang diberikan pihak katering maya sari kepada jamaah haji di asrama haji tahun 2022 kemarin sudah bagus dan berjalan dengan lancar. Di dalam proses bauran pemasaran katering banyak tahapan-tahapan yang dilakukan oleh pihak penyedia katering dan berhasil mereka lalui, adapun tahapan-tahapan proses itu antara lain yaitu:

1) Pemeriksaan oleh KKP (Kantor Kesehatan Pelabuhan)

Kami sebagai pihak penyedia jasa katering terlebih dahulu dilakukan pemeriksaan dan pengawasan di dalam setiap kegiatan pemasaran katering yang kami lakukan. Adapun pemeriksaan yang dilakukan yaitu, pemeriksaan kelayakan produk, pemeriksaan kelayakan lokasi atau tempat, pemeriksaan orang-orang yang terlibat dalam proses pemasaran katering , mulai dari luar sampai dalam dilakukan pemeriksaan medis. Tujuan dari pemeriksaan tersebut agar tidak ada permasalahan-permasalahan yang terjadi saat proses bauran pemasaran baik itu di makanan,tempat, dan orang-orang yang terlibat, sehingga dapat merugikan dari semua pihak baik itu jamaah atau penyedia katering”.

2) Rekomendasi KKP kepada Kanwil.

Rekomendasi ini dilakukan oleh KKP (Kantor Kesehatan Pelabuhan) kepada Kanwil , atas dasar hasil pemeriksaan yang telah dilakukan sebelum direkomendasikan. Jika pihak Kanwil sudah menyetujui semuanya maka selanjutnya di tindak lanjuti oleh pihak Kanwil itu sendiri.

3) Pernjanjian atau Tanda Tangan Kontrak

Pihak Kanwil dengan hasil rekomendasi pihak KKP(Kantror Kesehatan Pelabuhan) akan bekerja sama dengan pihak Katering yaitu Katering Maya Sari. Dimana didalam kontrak tersebut dilakukan dalam satu tahun sekali yaitu hanya untuk tahun 2022 saja. Nanti untuk tahun berikutnya jika masih ingin bekerjasama lagi maka harus ada rekomendasi dari KKP baru ditindak lanjuti lagi.

4) Pengajuan anggaran biaya dalam proses bauran pemasaran jasa katering

Dalam hal ini penyedia katering maya sari melakukan rancangan anggaran biaya untuk proses bauran pemasaran jasa katering jamaah haji nantinya, jika anggaran biaya sudah disetujui maka pihak penyedia katering akan langsung memulai proses kegiatan pemasaran katering tersebut.

Biasanya lebih kurang sebulan sampai 3 bulanan dalam persiapan proses bauran pemasaran catering ini, dari mulai pemeriksaan sampai tanda tangan kontrak.

5) Proses pembuatan menu makanan, dan persiapan lainnya.

Proses pembuatan sampai dengan pengantaran menu pihak KKP selalu mengawasi pihak penyedia catering Maya Sari sampai dengan makanan dibagikan ke jamaah haji pada hari h-1. Sebelum makanan dibagikanpun makanan yang sudah jadi dikirim kepada pihak KKP untuk dilakukan pemeriksaan lanjutan, jika sudah dinyatakan aman baru dibagikan dengan jamaah haji.⁷

Dalam proses bauran pemasaran yang sudah dilalui oleh pihak catering maya sari menunjukkan bahwa dalam proses bauran pemasaran jasa catering jamaah haji butuh persiapan khusus dan teliti. Maka dari itu, penyediaan catering untuk jamaah haji harus sesuai dengan kebutuhan gizi, protein dan hal-hal yang harus terpenuhi kepada jamaah haji. Untuk mengalami penyempurnaan dengan penamaan variabel titik Hal ini didasari oleh sifat yang dimiliki jasa yaitu dapat dipisahkan. Sifat tersebut melibatkan interaksi secara langsung antara penyedia jasa dan konsumen, yaitu sebagai berikut:

a. Produk

Suatu produk adalah barang yang dibangun atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk dapat berwujud atau tidak berwujud karena dapat berupa barang atau layanan (jasa). Adapun produk yang terdapat dalam penelitian ini adalah produk yang memenuhi kebutuhan gizi dan protein para jamaah haji untuk melaksanakan ibadah haji. Produknya adalah nasi kotak (nasi putih, telur, ayam, daging, bubur, sedangkan minumannya kami menyediakan berupa air mineral, teh, juice, dan kopi.

b. Harga

jumlah yang dibayar pelanggan untuk setiap produk atau jasa yang anda berikan. Harga adalah komponen yang sangat penting dari definisi bauran pemasaran. Ini juga merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan anda. Dalam penelitian ini harga yang ditetapkan oleh pihak penyedia jasa catering adalah senilai RP.150.000;/ jamaah.

c. Lokasi atau tempat

Penempatan atau distribusi adalah bagian yang sangat penting dari definisi bauran produk. Anda harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang dapat diakses oleh calon pembeli. Dalam penelitian ini lokasi yang digunakan dalam proses bauran pemasaran jasa

⁷Selamet Hariyanto, Karyawan Catering Maya Sari Bengkulu Kota Bengkulu, Wawancara Sabtu Tanggal 7 Januari Pukul 10.00 WIB

katering haji adalah rumah pribadi di katering Maya Sari dan di asrama haji provinsi Bengkulu sebagai pihak penyelenggara ibadah haji dan umrah.

d. Promosi

Promosi adalah komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan pengenalan merek dan penjualan. Promosi terdiri dari berbagai elemen seperti, organisasi penjualan, hubungan masyarakat, iklan, promosi penjualan. Dalam penelitian ini promosi yang digunakan adalah dalam bentuk promosi secara langsung (dari mulut ke mulut) dan promosi secara tidak langsung atau melalui media sosial seperti, FB, Instagram, dan brousur.

e. Orang

Orang berkaitan dengan sumber daya manusia atau orang yang menyediakan jasa titik kualitas jasa di berbanding lurus dengan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. People adalah penggabungan target pasar atau orang-orang yang terkait langsung dengan bisnis. Dalam penelitian ini orang yang terlibat dalam proses bauran pemasaran jasa katering jamaah haji yaitu karyawan katering Maya Sari dan sekaligus panitia penyelenggara ibadah haji dan umrah di asrama haji Provinsi Bengkulu.

f. Proses

Sistem dan proses organisasi memengaruhi pelaksanaan layanan. Jadi, anda harus memastikan bahwa anda memiliki proses yang dirancang khusus untuk meminimalkan biaya. Dalam penelitian ini proses yang dilalui oleh pihak katering maya sari yaitu mulai dari pemeriksaan oleh KKP (kantor kesehatan pelabuhan), Rekomendasi KKP kepada Kanwil, Pernjanjian atau Tanda Tangan Kontrak, Pengajuan anggaran biaya dalam proses bauran pemasaran jasa katering, Proses pembuatan menu makanan, pengemasan makanan, dan pengantaran makanan.

2. Faktor penghambat dalam proses bauran pemasaran jasa katering jamaah haji di asrama haji tahun 2022/1444 H

Dalam proses bauran pemasaran jasa katering yang dilakukan oleh katering maya sari tidak ada permasalahan-permasalahan yang terlalu besar dihadapi saat proses bauran pemasaran jasa katering kepada jamaah haji. Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan penulis, dengan beberapa narasumber yaitu karyawan katering Maya Sari, panitia penyelenggara ibadah haji dan umroh, dan para jamaah haji tahun 2022 , terkait dengan permasalahan yang terjadi pada saat proses bauran pemasaran jasa yaitu tidak ada permasalahan yang begitu besar yang menghambat proses pemasaran jasa katering, berdasarkan hasil penelitian dengan beberapa narasumber secara keseluruhan proses bauran pemasaran jasa katering jamaah haji di asrama haji sudah bagus dan berjalan dengan baik dan jamaah puas.⁸ Berdasarkan permasalahan di atas, penulis mencoba

⁸ Selamat Hariyanto, *Karyawan Katering Maya Sari Bengkulu*, Wawancara Sabtu Tanggal 7 Januari Pukul 10.00 WIB

menganalisis hasil penelitian dengan teori. Untuk menghasilkan jasa/produk yang berkualitas, maka harus memperhatikan dimensi-dimensi jasa, ada beberapa dimensi kualitas jasa antara lain, yaitu:

- 1) Realibility (keajegan), berkenaan dengan sejauh mana perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen tanpa harus melakukan kesalahan-kesalahan yang bisa membuat pelanggan kecewa. Keajegan juga menunjukkan sejauh mana suatu perusahaan handal dan kompeten dengan konsekuensi-konsekuensi dalam pemasaran jasa yang mungkin terjadi.
- 2) Responsiviness (tanggap), dimensi ini berkaitan dengan kemampuan staf atau karyawan dalam merespon atau menanggapi kebutuhan para konsumen. Maka dari itu setiap karyawan harus memiliki dimensi kualitas jasa yang tanggap dalam melayani konsumen atau dalam hal ini yaitu jamaah haji.
- 3) Assurance (jaminan), dimensi ini berkaitan dengan jaminan layanan yang diberikan oleh karyawan atau staf kepada pelanggan atau jamaah haji. Jaminan dapat juga dimaknai dengan pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan komunikasi staf atau karyawan kepada pelanggan atau jamaah haji. Kemampuan dalam layanan menunjukkan kualitas dari suatu perusahaan atau dalam hal ini adalah katering.
- 4) Empaty(empati), dimensi ini yaitu menekankan bahwasannya elemen perusahaannya harus memahami pelanggan dan bertindak demi kepentingan dan kebutuhan pelanggan serta memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan.
- 5) Intangible (bukti fisik), dimensi ini menekankan bagaimana perusahaan harus mewujudkan kualitas jasa yang dapat merespon dan direspon oleh pelanggan atau dalam hal ini yaitu jamaah haji. Bukti fisik dalam kualitas ini bisa berupa keramahan, kesopanan, kebersihan dan kerapian para staff/karyawan, hal yang seperti ini menunjukkan bukti kualitas dari pelayanan yang diberikan perusahaan atau penyedia katering.⁹

Maka dari itu kualitas dari layanan katering maya sari secara keseluruhan sudah sempurna, begitu juga dengan pihak panitia penyelenggara ibadah haji yaitu pihak asrama haji secara keseluruhan sudah sempurna dan bagus. Mulai dari kesiapan gedung, penataan tempat pemasaran dan pelayanan terhadap jamaah sudah bagus dan jamaah puas dengan hal tersebut.

3. Tindakan dan respon dari permasalahan-permasalahan yang terjadi di dalam proses bauran pemasaran jasa katering jamaah haji di asrama haji provinsi Bengkulu

⁹ Elmira Siska. Monograf penilaian kualitas pelayanan maskapai penerbangan pendekatan quality function deployment (QFD).

Terkait dengan tindakan dan respon atas permasalahan-permasalahan yang terjadi dilapangan, tentunya tindak responsive yang dilakukan pihak catering maya sari dan asrama haji. Tindakan responsif dilakukan agar kelangsungan acara dapat berjalan dengan lancar dan terib. Tindakan yang diambil oleh pihak catering Amaya sarai dan pihak panitia penyelenggara ibadah haji tentunya mempertahankan kualitas dan kuantitas produk, harga, lokasi, orang, promosi, proses, dari penyelenggaraan ibadah haji di asrama haji kedepannya khususnya terkait dengan catering jamaah haji.

4. Elemen produk bauran pemasaran jasa (service marketing mix) catering dalam perspektif islam

Islam sangat menganjurkan segala kegiatan yang baik yang kita lakukan di dunia ini harus memiliki nilai-nilai ibadah dan bisa bermanfaat bagi orang lain. Khususnya dalam kegiatan Bauran Pemasaran (service marketing mix) tentunya banyak meliputi elemen-elemen bauran pemasaran yaitu: produk, harga, promosi, proses, orang, tempat, bukti fisik. Diantara elemen-elemen itu manajemen pemasaran yang secara konvensional bisa dilakukan pada perdagangan kekinian, penelitian ini mencoba melandaskan argument pada sudut pandang islam tentang produk yang halal dan thoyiban seperti Dalam Surah AL-Baqarah Ayat :268 yang berbunyi.

الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُمْ بِالْفَحْشَاءِ ۗ وَاللَّهُ يَعِدُكُم مَّغْفِرَةً مِّنْهُ وَفَضْلًا ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “*syaitan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir); sedang Allah menjadikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui (Al-Baqarah:268)*

Selain itu dijelaskan juga dalam surah lain yang membahas mengenai makanan yang halal dan baik, yang dirisalahkan pada QS An-Nahl114:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنتُمْ لِيَآئِهِ تَعْبُدُونَ

Artinya: “*maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah*”(An-Nahl 114).¹⁰

Produk adalah bagian dari elemen *marketing mix*. Secara eksplisit produk yang dilarang dalam Al-Quran dan Sunah nabi adalah bangkai, daging babi, darah hewan, minuman beralkohol, perjudian, prostitusi, dan penggunaan bunga dalam praktik keuangan dan perbankan. Dalam perspektif *islam marketing* produk harus memenuhi ketentuan halal, tidak masyir, bermoral, produk harus dalam kepemilikan yang sah, produk harus diserahterimakan dengan jelas karena penjualan produk fiktif tidak dapat dibenarkan (contoh penjualan ikan di sungai) dan produk harus tepat secara kuantitas dan kualitasnya. Dalam pemasaran islam, produk harus murni dan diperbolehkan (halal). Ini termasuk fakta

¹⁰ Departemen Agama RI, (Al-Quran dan terjemahannya),...,h. 45

bahwa tidak boleh ada bahan yang berbahaya dalam produk yang dapat mempengaruhi konsumen dan masyarakat secara negatif.

Berkenaan dengan produk Rasulullah Saw memberi peringatan melalui sabdanya:

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Yahya bin Ayyub dan Qutaibah serta Ibnu Hujr semuanya dari Ismail bin Ja'far, Ibnu Ayyub berkata: Telah menceritakan kepada kami. Ismail berkata: Telah mengabarkan kepadaku al-Ala' dari bapaknya Abu Hurairah bahwa Rasulullah Saw melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukkan tangannya kedalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, makapun beliau bertanya: Ap aini wabai penjual? Sang penjual menjawab: Makanan tersebut terkena air hujan wabai Rasulullah. Beliau bersabda: Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya. Barangsiapa menipu maka dia bukan dari golongan kami. (HR. Muslim)

Menurut para ulama salaf memberitahukan cacat barang yang dijual kepada calon pembeli perlu dilakukan karena hal itu merupakan kejujuran. Dalam hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh sahabat Jabir bin Abdullah ra. Yang selalu memperlihatkan kekurangan barang yang dijualnya kepada konsumen, dengan berkata, "jika mau ambillah", jika tidak, "tinggalkanlah". Seorang konsumen berkomentar, "jika kamu berbuat demikian, niscaya tidak ada seorangpun yang akan membeli barang daganganmu". Jabir berkata, "Aku telah berbaiat kepada Rasulullah Saw untuk berlaku jujur dengan setiap muslim terutama konsumenku".¹¹ Dalam kaitannya dengan bauran pemasaran syariah, harus menerapkan kejujuran dan tidak curang.

PENUTUP

Dari hasil penelitian dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, serta setelah dilakukan Analisa dengan memperhatikan pokok-pokok permasalahan yang diangkat dengan judul Analisis Bauran Pemasaran Jasa (service marketing mix) Katering Jamaah Haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu Tahun 2022.

Maka kesimpulan yang diperoleh adalah :

1. Proses pelaksanaan yang dilakukan oleh asrama haji provinsi Bengkulu dan bekerja sama dengan pihak Katering Maya Sari sudah terlaksana dengan baik. Mulai dari tanda tangan kontrak, penetapan anggaran biaya, penetapan produk (menu katering), harga, lokasi, orang-orang yang terlibat, sampai dengan proses. Baik itu proses persiapan, pembuatan, pemeriksaan, dan pengantaran katering jamaah haji ke Asrama haji Provinsi Bengkulu. Semua elemen dari marketing mix juga sudah dijelaskan dalam proses pelaksanaan bauran pemasaran jasa katering yaitu terkait dengan produk yang digunakan, harga yang ditetapkan dalam setiap produknya, lokasi yang digunakan, promosi yang digunakan, dan orang-orang yang terlibat dalam proses bauran pemasaran jasa katering jamaah haji.

¹¹ Mohamad Zaenal Arifin dkk, *Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah*, Madani Syariah, Vol. 5 No. 2, Agustus 2022, Hal 90.

2. Faktor penghambat dari pemasaran jasa katering jamaah haji di Asrama Haji Provinsi Bengkulu Tahun 2023 ini ialah proses pengantaran Katering untuk sampai ke jamaah. Dikarenakan banyaknya keluarga dari jamaah disekitar area acara, sehingga pihak penyedia katering sedikit kesusahan dalam membagikan Katering kepada Jamaah Haji. Secara keseluruhan katering maya sari telah memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap jamaah haji baik sopan santun, kerapian, dan cepat tanggap merespon jamaah haji.
3. Pada permasalahan seperti yang dipaparkan oleh peneliti, tindakan yang dilakukan oleh pihak penyelenggara ibadah haji dalam hal ini Asrama Haji Provinsi Bengkulu dan pihak penyedia Katering adalah mereka melakukan steril area agar para keluarga jamaah yang ada disekitar acara agar dapat memberi jarak agar proses pemasaran katering jamaah haji bisa dengan cepat dilakukan. Karena jika tidak dilakukan dengan cepat maka makanan akan berkemungkinan besar basi.
4. Bauran pemasaran jasa (service marketing mix)katering jamaah haji khususnya, dalam perspektif islam bauran pemasaran syariah yang baik adalah segala elemen-elemen pemasaran harus berlandaskan dengan Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad Saw. Dalam penelitian ini peneliti mengambil satu contoh elemen pemasaran yaitu produk, produk yang kita pasarkan harus halal dan toyibah atau baik, berkaitan dengan hasil penelitian ini makanan yang digunakan dalam bauran pemasaran katering jamaah haji di asrama haji sudah jelas halal dan baik, karena sudah dilakukan pemeriksaan oleh KKP (Kantor Kesehatan Pelabuhan) sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- (eipvm).Noudettuosoitteesta <http://hes.unida.gontor.ac.id/pelayanan-jasa-dalam-perspektif-islam/>
- Agil, S. (2003). *Fikih Haji Menuntut Jamaah Mencapai Haji Mabruur*. Jakarta : Ciputat Press.
- Agus Surya Bharmawan, N. H. (2022). *Strategi, Mengukur kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka .
- Budiyanto, A. (2021). *Pemasaran Jasa Pengertian dan Pengembangan*. Cipta Media Nusantara.
- Didin Ftihudin, A. F. (2019). *Strategi, Mengukur Kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- dkk, I. (ei pvm). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Jasa Boga pada Katering Infood21 Pontianak. hal 8.

- dkk, M. Z. (2022). pemasaran syariah dalam perspektif hadits dan aplikasinya pada perbankan syariah . *Madani Syariah*, 83-97.
- Febrina, F. F. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Produk Umrah Dalam Menghadapi Fluktasi Nilai Tukar Rupiah Pada PT. Dua Ribu Wisata Jakarta Pusat. *Skripsi* , 1-8.
- Greenberg. (2010). *CRM at the speed of light: Social CRM Strategis*. New York : Mc-Hill.
- Hakim, A. R. (2019, september 24). *Pelayanan Jasa Dalam Perspektif Islam*. Dipetik Agustus 13, 2022, dari unida gontor: <http://hes.unida.gontor.ac.id/pelayanan-jasa-dalam-perspektif-islam/>
- Hbsyi, A. (1999). *Fikih Praktis*. Bandung.
- Istianah. (2016). Prosesi Haji dan Maknanya. *Jurnal Akhlak Tasawuf*, vol 1 hal 31 .
- Lelyana, D. (2015). Pengaruh Service Marketing Mix (Bauran Pemasaran Jasa) Terhadap Citra Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Administrasi Bisnis*, 2-3.
- Noor, M. (2018). Haji dan Umrah. *Humaniora dan teknologi*, 38-42.
- redaksi. (kamis. July 2022). *Trans89.com*. Noudettu osoitteesta Trans89.com: <https://www.google.com/amp/s/trans89.com/2022/07/07/belum-memuaskan-komisi-viii-dpr-ri-soroti-pelayanan-katering-jamaah-haji-di-arab-saudi/amp>
- Retno Widayani, M. P. (2010). *Panduan Ibadah Haji dan Umrah*. Cirebon: Swagati Press.
- Rifani. (2015). *Sistem Informasi Pemesanan Makanan Berbasis web di Deneira* .
- Sbbiq, S. (2008). *Fikih Sunnah tiga*. Jakarta : Cakrawala Publishing .
- T, C. A.;& Panjaitan, T. W. (2017). *Pemasaran Jasa*. Jakad Media Publishing.
- Wulandari, A. (2020). *Resep Kaya Raya Dengan Bisnis Katering*. Yogyakarta: Laksana.
- Z, Z. (2008). *Fiqih Ibadah*. Jakarta: Universitas Islam.