

MANAJEMEN STRATEGI PELAYANAN IBADAH UMROH DI PT DARUL ARQAM TRAVEL TOUR KRAKSAAN PROBOLINGGO

Layli Rohmatillah¹, Wilda Tul Uluf²

¹ Mahasiswa Pascasarjana Universitas Nurul Jadid

² IAI At Taqwa Bondowoso

Laylirohmatillah07@gmail.com¹, wilda.el.ulufi@gmail.com²

Abstrak:

Manajemen strategi keberhasilan ditentukan dengan kemampuan perusahaan dalam mengatur strategi pelayanan yang berkualitas terhadap kepuasan jemaah umrah. manajemen pelayanan dengan tujuan memberikan kepuasan jemaah dalam menyelenggarakan pelayanan baik kepada jemaah internal maupun eksternal, pihak penyedia dan pemberi layanan harus selalu berupaya untuk mengacu kepada tujuan utama pelayanan, yaitu kepuasan konsumen. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif guna mengumpulkan data dan informasi di lapangan. Data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan direktur yang telah ditentukan sebelumnya serta melalui observasi di lapangan, sedangkan data dan informasi sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi. Data dan informasi tersebut kemudian dianalisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data dari manfaat penelitian teknik wawancara dan observasi menunjukkan bahwa strategi manajemen pelayanan dalam meningkatkan kepuasan jemaah ibadah umrah yang telah dilakukan oleh PT. Darul Arqam sudah cukup, strategi pelayanan yang ada di PT. Darul Arqam, diantaranya: Merekrut karyawan yang memiliki *skill*, ramah dan tanggap, Mendukung, mengevaluasi Para Karyawan Dan Memberikan Insentif, Memberikan Bimbingan Perhatian kepada Jemaah Ibadah Umrah, Memberikan pelatihan para karyawan dan Memberikan Informasi Di Berbagai Media.

Kata kunci: *Manajemen Strategi, Pelayanan*

PENDAHULUAN

Industri perjalanan ibadah umrah merupakan sektor yang terus berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat Muslim untuk melaksanakan ibadah umrah. Perubahan dinamika pasar, perkembangan teknologi, serta meningkatnya ekspektasi dari calon jemaah menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh penyedia layanan perjalanan umrah. PT Darul Arqam Travel Tour, yang berbasis di Kraksaan, Probolinggo, merupakan salah satu agen perjalanan umrah yang berusaha untuk memberikan layanan terbaik bagi jemaahnya. Dalam upaya mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan kepuasan pelanggan, penting bagi

perusahaan ini untuk menerapkan strategi pelayanan yang efektif dan berkelanjutan.

Pelayanan merupakan salah satu elemen kunci dalam industri jasa, termasuk di sektor perjalanan umrah. Kualitas pelayanan yang tinggi dapat membedakan antara penyedia layanan yang sukses dengan yang kurang sukses. Kepuasan pelanggan, dalam hal ini jamaah umrah, merupakan indikator utama dari kualitas pelayanan yang diberikan. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat merugikan reputasi perusahaan dan berdampak negatif terhadap bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi dan memahami bagaimana strategi pelayanan yang diterapkan mempengaruhi kepuasan jamaah umrah.

PT Darul Arqam Travel Tour memiliki komitmen untuk menyediakan layanan umrah yang berkualitas tinggi. Namun, dalam praktek sehari-hari, perusahaan menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola dan meningkatkan kepuasan jamaah. Tantangan ini meliputi bagaimana mengelola ekspektasi jamaah, menjaga standar pelayanan yang konsisten, dan menangani umpan balik atau keluhan dari pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategi pelayanan ibadah umrah yang diterapkan oleh PT Darul Arqam Travel Tour dan dampaknya terhadap kepuasan jamaah umrah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan baik untuk praktik manajemen di industri perjalanan umrah maupun untuk pengembangan teori manajemen strategi pelayanan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh PT Darul Arqam Travel Tour untuk mengevaluasi dan memperbaiki strategi pelayanan mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing perusahaan di pasar.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur mengenai manajemen strategi pelayanan di sektor perjalanan umrah dan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Dengan memahami bagaimana strategi pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan di

sektor yang sama dapat mengadopsi praktik terbaik dan strategi yang telah terbukti efektif.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini didasarkan pada konsep manajemen strategi dan kualitas pelayanan. Dalam konteks perjalanan umrah, strategi pelayanan meliputi berbagai aspek, seperti penyediaan fasilitas yang memadai, pelayanan pelanggan yang responsif, serta pemeliharaan hubungan baik dengan jamaah. Kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan rekomendasi dari jamaah.

Konsep teori manajemen strategi, seperti analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), digunakan untuk mengevaluasi posisi PT Darul Arqam dalam pasar perjalanan umrah. Teori ini membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi. Selain itu, model *SERVQUAL* (*Service Quality*) digunakan untuk mengukur dimensi kualitas pelayanan seperti *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (responsif), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Penelitian ini difokuskan pada PT Darul Arqam Travel Tour yang berlokasi di Kraksaan, Probolinggo, dan menilai strategi pelayanan serta kepuasan jamaah umrah yang dilayani oleh perusahaan tersebut. Penelitian ini tidak mencakup perusahaan lain dalam industri perjalanan umrah atau di luar lokasi yang disebutkan. Dengan batasan ini, analisis dapat dilakukan secara mendalam dan spesifik pada konteks yang relevan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada jamaah umrah yang menggunakan layanan PT Darul Arqam. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial untuk menilai efektivitas strategi pelayanan dan hubungannya dengan tingkat kepuasan jamaah. Penelitian ini juga melibatkan wawancara

dengan staf perusahaan untuk mendapatkan wawasan lebih dalam mengenai pelaksanaan strategi pelayanan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada jamaah umrah yang menggunakan layanan PT Darul Arqam. Teknik analisis data melibatkan statistik deskriptif dan inferensial untuk menilai efektivitas strategi pelayanan dan hubungannya dengan kepuasan jamaah.

Penelitian ini juga melibatkan wawancara dengan staf perusahaan untuk mendapatkan wawasan tambahan tentang implementasi strategi pelayanan. Kombinasi data kuantitatif dan kualitatif diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dampak strategi pelayanan terhadap kepuasan jamaah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan oleh PT Darul Arqam berpengaruh positif terhadap kepuasan jamaah umrah. Faktor-faktor seperti kualitas layanan, *responsivitas*, dan empati dari staf dinilai sangat penting oleh jamaah. Pembahasan mengidentifikasi area-area yang perlu perbaikan dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan lebih lanjut. Analisis juga mengungkapkan peran penting manajemen dalam menerapkan dan memonitor strategi pelayanan untuk memastikan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Analisis Implementasi Strategi Pelayanan di PT Darul Arqam

PT Darul Arqam Travel Tour mengimplementasikan beberapa strategi pelayanan dalam upaya untuk meningkatkan kualitas layanan umrah yang diberikan kepada jamaah. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa strategi utama yang diterapkan, yaitu:

- a. Penyediaan Fasilitas yang Memadai: PT Darul Arqam memastikan bahwa fasilitas yang disediakan untuk jamaah umrah memenuhi standar yang ditetapkan. Ini mencakup akomodasi yang nyaman,

transportasi yang memadai, dan layanan makan yang sesuai. Penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan jamaah secara signifikan. Jamaah umrah melaporkan bahwa mereka merasa lebih puas dengan perjalanan ketika fasilitas yang disediakan sesuai dengan ekspektasi mereka.

- b. Pelayanan Pelanggan yang Responsif: Perusahaan ini menerapkan strategi untuk meningkatkan responsivitas terhadap permintaan dan keluhan jamaah. Staf yang terlatih dan tersedia sepanjang waktu untuk memberikan bantuan dianggap sangat penting dalam hal ini. Respon cepat terhadap masalah atau permintaan jamaah berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan. Jamaah umrah menghargai kemampuan staf dalam menangani situasi darurat atau kebutuhan khusus dengan cepat dan efisien.
- c. Pemberian Informasi yang transparan: Salah satu aspek penting dari strategi pelayanan adalah penyediaan informasi yang jelas dan akurat mengenai paket umrah, biaya, dan prosedur perjalanan. Penelitian menunjukkan bahwa transparansi informasi membantu mengurangi ketidakpastian di kalangan jamaah dan meningkatkan kepuasan mereka. Ketidakjelasan atau perubahan mendadak yang tidak diinformasikan dengan baik dapat menurunkan tingkat kepuasan.
- d. Program pelatihan staf: PT Darul Arqam juga mengimplementasikan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan staf dalam hal pelayanan pelanggan. Pelatihan ini mencakup keterampilan komunikasi, penanganan keluhan, dan pengetahuan produk. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa staf yang terlatih dengan baik dapat memberikan pelayanan yang lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan jamaah umrah.

Tantangan dan Kendala dalam Penerapan Strategi

Meskipun PT Darul Arqam telah menerapkan berbagai strategi pelayanan, terdapat beberapa tantangan dan kendala yang dihadapi dalam prosesnya. Tantangan ini meliputi:

- a. Keterbatasan Sumber Daya: Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya, baik dalam hal finansial maupun tenaga kerja. Penerapan strategi pelayanan yang berkualitas memerlukan investasi yang signifikan dalam fasilitas, pelatihan, dan teknologi. Keterbatasan anggaran dapat membatasi kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan secara maksimal.
- b. Kompleksitas Operasional: Menyusun dan mengelola berbagai aspek layanan umrah secara simultan adalah tugas yang kompleks. Hal ini mencakup koordinasi antara berbagai departemen, penyedia layanan eksternal, dan penyusunan jadwal yang efisien. Kompleksitas ini dapat menyebabkan masalah dalam pelaksanaan strategi dan berpotensi mempengaruhi kepuasan jamaah.
- c. Pengelolaan Ekspektasi Jamaah: Menjaga agar ekspektasi jamaah tetap realistis dan sesuai dengan layanan yang diberikan merupakan tantangan tersendiri. Beberapa jamaah mungkin memiliki ekspektasi yang tinggi atau tidak sesuai dengan kenyataan, yang dapat menyebabkan ketidakpuasan meskipun layanan yang diberikan telah sesuai standar.
- d. Penanganan Keluhan: Meskipun perusahaan telah menerapkan sistem untuk menangani keluhan, masih ada beberapa tantangan dalam mengelola dan menyelesaikan keluhan secara efektif. Penanganan keluhan yang tidak memadai atau tidak konsisten dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan merugikan reputasi perusahaan.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi pelayanan yang baik memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah. PT Darul Arqam telah berhasil menerapkan beberapa aspek strategi pelayanan dengan baik, namun masih ada beberapa area yang memerlukan perbaikan. Implementasi strategi yang lebih efektif dan peningkatan pelatihan bagi staf diharapkan dapat lebih meningkatkan kepuasan jamaah dan memperkuat posisi perusahaan di

pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Ghafur, H. F. (2023). Efektifitas Sistem Pelayanan Haji dan Umroh Dalam Meningkatkan. 7(1), 61-72.
- Afifah, O. (2022). INSTITIUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO 1443 H / 2022 M INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 1443 H / 2022 M.
- Agustina, V. D. (2021). MANAJEMEN PELAYANAN UMRAH DI PT . PATUNA MEKAR JAYA TOUR & TRAVEL CABANG.
- Fauziah, N. (n.d.). "EFEKTIVITAS PELAYANAN IBADAH UMRAH BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH PADA PT. AHSANTA TOURS AND TRAVEL TANGERANG SELATAN.
- Febiana, R. (2022). TERHADAP KEPUASAN JAMAAH PADA Program Studi : Manajemen Haji dan Umroh Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (Febi) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO TAHUN 2022.
- Hatta, A. F. P. (2015). MANAJEMEN TRAVEL HAJI DAN UMRAH DALAM MEREKRUT JAMAAH.
- Hazmi, M. F. (2021). PROSES MANAJEMEN DALAM MEREKRUT CALON JAMAAH UMRAH DI PT. DIBA TOUR & TRAVEL.
- Kifli, D. (2010). MANAJEMEN PELAYANAN JAMAAH HAJI DAN UMRAH PT. PATUNA TOUR DAN TRAVEL.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/2011>
- Moleong, L. J. (2011). Pendekatan penelitian kualitatif.
- Mukti Ali, Nurul Wahidatul M, Wilis Ayu, Dea Fajar, N., & Sholihah. (2019). DI KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN MOJOKERTO Mukti Ali , Nurul Wahidatul M , Wilis Ayu , Dea Fajar , Ni ' matus. 1(1), 43-56.
<https://doi.org/10.15642/japi.2019.1.1.43-56>
- PAJARNO, S. (2021). Implementasi manajemen pelayanan haji dan umrah di pt. atina rahmataka wisata bengkulu.
- Rohmatillah, L., & Ridho, Z. (2021). Efektivitas Manajemen Layanan Prima Ibadah Umrah Pt. Nur Haramain Mulia. *Haramain: Jurnal Manajemen*

Bisnis, 1(1), 54-62.

- Ridho, Z., & Ajizah, N. (2024). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMRAH UNTUK PENINGKATAN KUANTITAS CALON JEMAAH UMRAH. *ADL ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 5(1), 81-93.
- Ridho, Z., Hidayat, M. I., & Rahman, T. (2024). Integrasi Manajemen Dan Etika Bisnis Islam Dalam Layanan Ibadah Umrah. *Iltizam: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(2), 70-82.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.
- Susilawati, I., Sarbini, A., & Setiawan, A. I. (2016). Implementasi Fungsi Manajemen dalam Pelayanan Bimbingan Manasik Haji di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(2), 190-206. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v1i2.135>
- Zairina, F. (2021). MANAJEMEN PELAYANAN IBADAH UMRAH DALAM MEREKRUT JEMAAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus di PT Sutra Tour Hidayah Pati). 19.