

Strategi Manajemen Travel Smarts Umrah Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah di Palembang

¹Robayadi, ²Candra Darmawan 

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Program Studi Manajemen Dakwah Indonesia

 Robayadi076@gmail.com¹

 Candradarmawan_uin@radenfatah.ac.id²

Submitted: 2023-7

Revised: 2023-7

Accepted: 2023-7



ABSTRACT:

This thesis is entitled "Travel Smarts Umrah Management Strategy in Increasing Pilgrims Umrah in Palembang." This research is about how the travel smarts umrah management strategy in increasing pilgrims in the city of Palembang. The purpose of this study was to examine and find out the management strategies used by Travel Smarts Umrah Palembang and the inhibiting factors in implementing management strategies to increase pilgrims. This study uses qualitative methods by conducting field research, using management strategy theory according to Riva'i namely strategy formulation, strategy implementation, evaluation. Data collection techniques used are observation, interviews, documentation. The results of the analysis concluded that the management strategy used by Travel Smarts Umrah Palembang designed a strategic activity by promoting it through social media, prepaid advertisements, broadcasting to places of recitation, distributing brochures, submitting proposals to government agencies and company strategies that were implemented quite well. While the inhibiting factor of the strategy used is the first is the use of artist figures, because travel parties have difficulty paying and cannot be used continuously to use artists as public figures in attracting public interest. Second, there are many companies or agencies that are not interested in working with travel smarts Umrah, because some governments and agencies carry out the Umrah pilgrimage individually, not through a company.

KEYWORDS: Management Strategy, Travel, Umrah.

Copyright holder:
© Robaiyadi. (2023)

Published by:
Scidacplus
Journal website:
<https://journal.scidacplus.com/index.php/sscij/>

E-ISSN:
2656-1050  
This article is under:

How to cite:

Robayadi, Darmawan, C. (2023). Strategi Manajemen Travel Smart Umrah dalam meningkatkan Jmama'ah Umrah Di Palembang. *Social Science and Contemporary Issues Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i3.413>

PENDAHULUAN

Ibadah haji merupakan rukun Islam kelima syahadat, shalat, zakat dan puasa. Umat muslim yang telah memenuhi salah satu syarat yaitu *istita'ah* (mampu), wajib melaksanakan ibadah ini. Mampu dilihat dari segi biaya, fisik dan waktu. Ibadah haji sangatlah istimewa. Bila ibadah lain seperti shalat, puasa, zakat, membaca Al-Quran dan sebagainya bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja sesuai ketentuannya, maka ibadah haji memiliki arti khusus tersendiri, sebab tidak dapat dikerjakan di sembarangan tempat dan waktu. Artinya ibadah haji harus dilakukan di Tahan Suci, Mekah *al-Mukarramah* dan di waktu tertentu

pula, yakni pada bulan haji atau Zulhijah. Haji biasa dilakukan mulai tanggal 8 Zulhijah dan berakhir pada tanggal 12 atau 13 Zulhijah.

Secara bahasa, kata haji berasal dari Bahasa Arab yang mempunyai makna *Al qoshdu ila kulli syai*. Bermaksud menuju sesuatu. Sementara al Zurjani menyebutkan bahwa haji bermakna *Al qoshdu ila kulli syai muadzam* yaitu menuju sesuatu yang diagungkan. Secara istilah syariat, pengertian haji disebutkan dalam kitab *Al Qamus al fiqh* kata haji bermakna proses berwukuf di Arafah pada malam kesepuluh Dzulhijah dan melakukan tawaf di Baitullah sebanyak 7 (tujuh) putaran, bersa'i di antara Shafa dan Marwah yang dilakukan dengan ketentuan khusus.

Islam menggunakan beberapa istilah yang setara dengan manajemen, di antaranya *tadbir*, *siyasa*, dan *idaraha*. Selain itu, dalam Bahasa Arab, manajemen berasal dari kata *nazzama*, yang berarti menata berapa hal dan menggabungkan satu dengan yang lain. Kata *at-tadbir* untuk kata manajemen terdapat dalam surat As-Sajadah: 5.

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا تَعُدُّونَ

Artinya: "Dia mengatur segala urusan dari langit ke bumi, yang kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya (lamanya) adalah seribu tahun menurut perhitunganmu." (Q.s As-Sajadah: 5)

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah yang maha mengurus, maha mengatur, semua yang ada di dunia ini. Semua berada dalam ketetapan Allah yang maha mengatur segala makhluknya. Pengaturan Allah dimulai dari langit hingga sampai kebumi, kemudian urusan itu naik kepadanya. Sebagai seorang muslim yang menekuni ilmu manajemen, senantiasa menjadikan Allah SWT sebagai pengatur terbaik, oleh karena itu, aturan, perintah, dan anjuran Allah yang tertuang dalam Al-Qur'an harus menjadi pedoman dalam melaksanakan pengelolaan, pengaturan dan pelaksanaan aktivitas organisasi.

Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan staf, kepemimpinan, dan pengawasan dalam organisasi yang dilakukan secara sistematis guna mencapai tujuan tertentu. Dalam organisasi, peranan manajemen sangat dibutuhkan. Karena dengan manajemen yang baik secara keseluruhan akan mendukung fungsi dari pada organisasi tersebut didirikan. Secara sederhana, manajemen merupakan suatu proses tindakan atau seni rencana, mengatur pengarahan dan pengawasan yang dinamis yang menggerakkan organisasi mencapai tujuannya.

PT Al-Shafwah Wisata Mandiri Smarts Dream Tour/Smarts Umrah cabang Kota Palembang bergerak dibidang jasa pelayanan Haji dan Umrah pasti memiliki strategi manajemen dalam menawarkan jasa serta layanan yang akan diberikan kepada konsumen calon jamaah Haji dan Umrah. Biro perjalanan Travel Smarts Umrah merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang berusaha memberikan pelayanan yang amanah dan standar oprasional yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

METODE

Penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang melakukan sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan. Adapun alasan menggunakan penelitian ini bahwa peneliti berusaha menggambarkan

mengenai Strategi Manajemen Travel Smarts Umrah Dalam Meningkatkan Jamaah di Palembang secara jelas yang terjadi dilapangan kemudian menganalisanya untuk mendapatkan hasil berdasarkan tujuan peneliti.

Tekni pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian. Untuk memudahkan dalam pengambilan data dilapangan, maka terdapat beberapa metode pengumpulan data yang digunakan:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui kebenaran objek, situasi, konteks, dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai Nonpartisipan.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana Wawancara merupakan metode tanya jawab yang dilakukan oleh dua orang atau lebih guna mendapatkan informasi terkait dengan suatu peristiwa, fakta ataupun realita yang terjadi dilokasi penelian. Terhadap dua pihak dengan kedudukan yang berbeda dalam proses wawancara. Pihak pertama berfungsi sebagai penanya, sedangkan pihak kedua berfungsi sebagai pemberi informasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang berdasarkan dokumen-dokumen yang ada kaitan dan relevansinya dengan objek yang diteliti. Dokumentasi yang digunakan untuk melengkapi data dari hasil observasi dan wawancara, dokumentasi merupakan sumber data yang stabil dimana menunjukkan suatu fakta yang telah berlangsung.

Tekni Teknik Analisis Data yang peneliti gunakan adalah :

1. Reduksi data

Pada proses pereduksian data, peneliti melakukan penyederhanaan dari hasil observasi, wawancara serta dokumentasi yang diperlukan dalam penelitian ini yang berkaitan dengan strategi manajemen Travel Smart Umrah dalam meningkatkan jamaah umrah di Palembang.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklarifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan yang diawali dengan pengkodean pada setiap subpokok permasalahan. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasi, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

3. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Manajemen Travel Smarts Umrah Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah di Palembang

Berikut ini hasil dari penelitian dan pembahasan mengenai strategi manajemen Travel Smarts Umrah meningkatkan jamaah di Palembang menurut Riva'I melaksanakan tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Perumusan Strategi

Sebelum perumusan strategi dilakukan analisis terlebih dahulu dengan melihat faktor-faktor internal antara lain, karyawan, pemasaran dan eksternal antara lain, pesaing antar travel, politik, ekonomi dan teknologi. Berikut adalah analisis tentang Travel Smarts Umrah Palembang:

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan suatu istilah yang dimiliki suatu lembaga yang menjadi penunjang keberhasilan dalam suatu usaha yang dijalankan, setelah melakukan penelitian penulis menemukan beberapa kekuatan yang dimiliki Travel Smarts Umrah Palembang antara lain:

- 1) Karyawan Travel Smarts Umrah Palembang memiliki kompetensi dan profesional, serta ramah dan tanggap seperti memiliki wawasan mengenai produk, memberikan pelayanan sesuai dengan permintaan jamaah, melayani secara tepat, memiliki kemampuan dalam menghadapi keluhan-keluhan konsumen dan melakukan pendataan dengan baik. Karyawan yang bekerja memiliki motivasi kerja sangat tinggi. Karena itu bisnis umrah ini, bukan bisnis tentang keuntungan saja tetapi juga tentang pelayanan, tentang pengabdian pelayanan kita terhadap tamu-tamu Allah maka dari itu kita memiliki motivasi tinggi untuk melayani jamaah. Keberhasilan perusahaan dalam menjalankan organisasi tentu tidak lepas dari adanya tim marketing yang mana divisi inilah yang bekerja dan bertanggung jawab dalam mengatur segala sesuatu mengenai penjualan.
- 2) Travel Smarts Umrah Palembang berusaha menjadi biro perjalanan ibadah umrah yang memberikan pelayanan jasa berkualitas demi mencapai kemabruran dalam beribadah, baik pada saat perjalanan maupun pelayanan lainnya. Travel Smarts Umrah Palembang memberikan pelayanan, keamanan, maupun kenyamanan bagi jamaah dan memberikan fasilitas yang memadai. Karena Smarts Umrah itu visi dan misi awalnya memastikan bahwa jamaah menjadi jamaah umrah yang mabrur.

- 3) Memiliki enam kantor cabang di Palembang untuk melakukan pemasaran paket umrah yaitu Sungai kedukan Jakabaring, Cabang Bulit, Jalan Ogan No 15, Jalan Angkatan 66, Sako, Jalan Swadaya No. 642, Talang Aman, Kec. Kemuning, Jalan MP Mangku Negara 8 Ilir, Kec. Kalidoni.
- 4) Memiliki tiga macam produk umrah yang ditawarkan mulai dari 9 hari, 12 hari, 13 hari. Produk unggulan travel smarts umrah yaitu 13 hari serta tour muslim misalnya umrah Plus Turki umrah Plus Dubai.

b. Faktor Eksternal

Hasil penelitian yang penulis lakukan juga terdapat hambatan terhadap perkembangan Travel Smarts Umrah Palembang hal tersebut antara lain :

- 1) Bertambahnya Biro penyelenggaraan ibadah umrah di beberapa daerah serta banyaknya Biro penyelenggaraan ibadah umrah di setiap kota itu mengurangi peluang pada Travel Smarts Umrah untuk mendapatkan jamaah yang lebih banyak.
- 2) Harga Dollar yang semakin tinggi menyebabkan kurangnya minat masyarakat yang akan melaksanakan ibadah umrah bukan hanya pada Travel Smarts Umrah tapi juga pada Biro lain.

Selain analisis internal dan eksternal juga mengacu pada visi misi dan tujuan dari Travel Smarts Umrah Palembang. Dalam perumusan strategi melibatkan seluruh tim internal, agen serta mahasiswa untuk memberikan saran dan masukan. Setelah dilaksanakan seluruh kegiatan diatas travel smarts umrah Palembang membuat strategi.

Adapun strategi manajemen Travel Smarts Umrah Palembang untuk meningkatkan jamaah adalah :

- a) Travel smarts umrah menjual paket *middle up* (menengah keatas).
- b) Menjual paket umrah yang tidak biasa travel lain gunakan.
- c) Memberikan fasilitas yang lebih kepada para jamaah seperti penggunaan receiver pada saat melaksanakan ibadah umrah.
- d) Membuka kantor cabang di wilayah Palembang Pertama berada di Jalan Opi Raya, Sungai kedukan Jakabaring. Kedua, Cabang Bulit, Jalan Ogan No 15. Ketiga, Jalan Angkatan 66. Keempat, Jalan Pucung V No. 289 Sako. Kelima, Jalan Swadaya No. 642, Talang Aman, Kec. Kemuning. Keenam, Jalan MP Mangku Negara 8 Ilir, Kec. Kalidoni.
- e) Kerja sama dengan perusahaan, instansi, kemudian melakukan sosialisasi mengenai ibadah umrah.
- f) Penyebaran proposal.
- g) Memanfaatkan media sosial Instagram, Facebook kemudian memasang iklan perbayar.
- h) Syiar ketempat tempat majelis kemudian menyebarkan brosur-brosur dalam hal ini tokoh agama seperti ustadz-ustadz, habaib-habaib.
- i) Menggunakan figur artis.

2. Implementasi Strategi

Implementasi adalah tahapan lanjutan dari perumusan strategi yang ditetapkan. Dalam penerapan strategi memerlukan suatu keputusan untuk menetapkan tujuan, dengan menyusun kebijakan, memotivasi karyawan serta mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dijalankan. Implementasi yang sangat baik dapat berpengaruh pada kemajuan pada peningkatan jamaah.

Sembilan strategi yang dipilih oleh Travel Smarts Umrah Palembang kesemuanya digunakan namun frekuensi yang seringkali dijalankan Travel Smarts Umrah Palembang dalam pelayanan untuk peningkatan jamaah adalah melakukan promosi melalui sosial media, iklan prabayar, syiar ke tempat pengajian, penyebaran brosur, memasukan proposal kepada instansi pemerintah dan perusahaan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi ini seolah tidak dapat dibendung lagi dalam sisi kehidupan manusia untuk kemajuan ekonomi dan bisnis.

Proses implementasi strategi yang dilakukan Travel Smarts Umrah Palembang dengan menciptakan struktur organisasi yang efektif, melibatkan seluruh karyawan untuk mempromosikan paket umrah baik secara online maupun offline. Strategi manajemen yang digunakan rata-rata untuk jangka panjang sudah mampu dijalankan dengan baik, karena dalam proses implementasi strategi adanya kerja sama yang baik dari seluruh karyawan travel smarts umrah.

3. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahapan akhir setelah perumusan strategi dan implementasi selanjutnya evaluasi. Evaluasi strategi dilakukan untuk melihat pencapaian hasil dari kegiatan dan program yang telah ditetapkan untuk peningkatan jamaah. Muhammad David selaku pimpinan regional Travel Smarts Umrah Palembang selalu mengawasi strategi yang digunakan dengan cara menilai dan mencermati strategi yang telah dirumuskan apakah sudah berjalan dengan baik atau tidak. Evaluasi yang dilakukan Travel Smarts Umrah Palembang pada satu bulan sekali untuk mengetahui apa yang harus dilakukan kedepan. Dari proses evaluasi yang dilakukan terdapat strategi yang efektif dan efisien yaitu dengan memanfaatkan sosial media.

Adapun penelitian yang sudah dilakukan oleh Lalu Garuda Wira Bakti sejalan dengan peneliti lakukan untuk meningkatkan jamaah dengan melakukan proses manajemen strategi dimulai dari analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi.

B. Hambatan Strategi Manajemen Travel Smarts Umrah Dalam Meningkatkan Jamaah Di Palembang

Strategi manajemen yang digunakan Travel Smarts Umrah Palembang dalam meningkatkan jamaah. Dalam penerapan strategi yang telah direncanakan tidak

terlepas dari kendala yang dihadapi oleh perusahaan. Kendala merupakan segala sesuatu yang memiliki sifat menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu untuk terlaksananya program yang telah direncanakan.

Begitu pun halnya pada Travel Smarts Umrah Palembang tentunya mengalami kendala atau hambatan dalam menjalankan strategi yang telah ditetapkan untuk peningkatan jamaah. Semua strategi yang sudah ditetapkan sebelumnya terdapat beberapa hambatan yang pertama terletak pada figure artis, karena dalam hal pihak Travel Smarts Umrah Palembang tentunya cukup kesulitan dalam membayar dan tidak bisa dilakukan secara terus menerus untuk menggunakan artis sebagai publik figure dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan travel smarts umrah. Kedua tidak semua perusahaan atau instansi tertarik untuk bekerja sama dengan Travel Smarts Umrah Palembang, karena sebagian pemerintah maupun instansi dalam melaksanakan ibadah umrah dilaksanakan secara individu tidak melalui perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang sudah dijelaskan peneliti di bab-bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan proses manajemen strategi dimulai dari analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi. Adapun strategi manajemen Travel Smarts Umrah Palembang sebagai berikut :

1. Strategi manajemen yang dijalankan Travel Smarts Umrah Palembang dalam meningkatkan jamaah yaitu :
 - a. Menentukan penjual paket *middle up* (menengah keatas).
 - b. Menjual paket umrah yang tidak biasa travel lain gunakan.
 - c. Memberikan fasilitas yang lebih kepada para jamaah seperti penggunaan receiver pada saat melaksanakan ibadah umrah.
 - d. Membuka enam kantor cabang di wilayah Palembang.
 - e. Kerja sama dengan perusahaan, instansi, melakukan sosialisasi mengenai ibadah umrah.
 - f. Penyebaran proposal.
 - g. Memanfaatkan media sosial Instagram, Facebook serta pemasangan iklan perbayar.
 - h. Syiar ketempat tempat majelis kemudian menyebarkan brosur-brosur dalam hal ini terlibat tokoh agama seperti ustadz-ustadz, dan habaib-habaib.
 - i. menggunakan figur artis.
2. Kendala strategi travel smarts umrah Palembang dalam peningkatan jamaah umrah yang pertama terletak pada figure artis, karena pihak travel kesulitan dalam membayar dan tidak bisa dilakukan secara terus menerus untuk menggunakan artis sebagai publik figure dalam menarik minat masyarakat. Kedua banyak perusahaan atau instansi yang tidak tertarik untuk bekerja sama dengan travel smarts umrah, karena sebagian pemerintah maupun instansi dalam melaksanakan haji dan umrah dilaksanakan secara individu tidak melalui perusahaan.

REFERENSI

- Dapartemen Agama RI (2011). Al-Qur'an dan Tafsir. Jakarta: Widya Cahaya.
- Djama'an Satori dan Aan Komarish. Metode penelitian kualitatif. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Halik Lubis. Tuntunan Lengkap Wajib Dan Sunnah Haji Dan Umrah. Tenggerang: Mulia. 2019
- Imam Gunawan. Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Margono. Metodologi Penelitian. Jakarta: Rosdakarya. 2007.
- Mega Lia. Admin Smarts Umrah, Wawancara, di Kantor Smart Umrah Palembang. 2022
- Mohammad Maksan. Pengantar manajemen. Malang: Polinema prees. 2019
- Murni Yusuf. Metologi Penelitian Kualitatif, Kuantatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Premedia Group. 2014.
- Suryati, Sistem Manajemen Pembelajaran Online, Melalui E-Learning. <http://jurnal.radenfatah.ac.id>
- Tiara Maharani, Nuraida, Dalinur M.Nur, Hasril Atieq Pohan, Implementasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di Ms Glow Palembang. Jurnal. Yönetim, Vol.5 No.1. <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/yonetim/article/view/13072>.
- Waway Qodratulloh S. Panduan Haji dan Umrah Untuk Wanita. Tenggerang: Mulia. 2019.
- Zaedun Nai'im. Manajemen Pendidikan Islam. Bandung: Median Sains Indonesia. 2021.