

Strategi Manajemen Dalam Bentuk Pengembangan Pelayanan Travel Smarts Umroh Kota Palembang

Rizki Pebriani^{1*}, Chanda Darmawan², Anang Walian³

^{1,2,3}Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

*E-mail: rizkipebriani290@gmail.com

Article History:

Received: 10 April 2023

Revised: 20 April 2023

Accepted: 21 April 2023

Keywords: Strategi, Manajemen, Pelayanan, jamaah Umrah

Abstract: Penelitian ini dilatar belakangi dengan pelayanan yang ada di travel Smarts umrah kota Palembang seperti, ketika mengadakan bimbingan manasik umrah dilakukan di Masjid bukan di Asrama Haji, sehingga lansia yang melakukan Manasik Umrah terkadang tidak terlalu fokus atau kurang faham saat pembimbingan manasik yang berakibat saat praktek lapangan masih banyak jamaah yang bingung dan juga dalam memberikan perlengkapan Jamaah, penggunaan tas jinjing cabin para jamaah yang kurang efisien, serta promosi paket umrah yang di tawarkan kepada calon jamaah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen dalam mengembangkan pelayanan travel Smart Umrah Kota Palembang serta faktor pendukung dan penghambat travel Smarts umrah dalam mengembangkan pelayanan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan menggali sumber data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan dalam analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa strategi manajemen yang dilakukan oleh travel Smarts umrah tidak lepas dari fungsi manajemen yaitu perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), penggerakan (Actuating) dan pengawasan (Controlling). Pimpinan travel Smarts umrah kota Palembang sudah menerapkan fungsi manajemen dengan baik. Walaupun terdapat beberapa hambatan seperti: jamaah yang lambat mengumpulkan data diri, turun naiknya harga hotel dan pesawat serta regulasi Saudi dari pemerintahan Indonesia.

PENDAHULUAN

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, dirancang untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Strategi sangat penting dilakukan bagi suatu organisasi terutama dalam pemerintahan negara sekalipun, dikarenakan dengan strategi dapat mempermudah penyelenggaraan suatu perusahaan, mencegah munculnya masalah dimasa mendatang, sehingga membuat perusahaan atau organisasi menjadi lebih aktif. Terkait hal ini, salah satu penyelenggaraan yang dilakukan oleh pemerintah yang perlu untuk diperhatikan adalah terkait penyelenggaraan ibadah umrah. Secara khusus, penyelenggaraan umrah merupakan tanggung jawab pemerintah (dalam hal ini Departemen Agama), sebab yang memiliki “payung” undang-undang tentang penyelenggaraan ibadah umrah adalah Departemen Agama.

Secara umum, suksesnya penyelenggaraan ibadah umrah juga merupakan hasil kontribusi dari berbagi pihak, baik instansi pemerintah maupun swasta. Sehingga, kesuksesan dalam penyelenggaraan ibadah umrah merupakan kesuksesan yang bersifat kolektif, dan bukan parsial.³ Penyelenggaraan ibadah umroh merupakan rangkaian kegiatan pengelolaan pelaksanaan ibadah yang meliputi pembinaan, pelayanan dan perlindungan jamaah umroh. Penyelenggaraan ini menjadi tugas nasional dan tanggung jawab utama berada pada pemerintah, sebagaimana yang tertera dalam UU No. 23 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah umrah. Melihat jumlah jamaah umrah khususnya di Indonesia yang sangat besar, Penyelenggaraan ini mengamanatkan pemerintah agar melibatkan berbagai instansi dan lembaga, baik dalam negeri maupun luar negeri, yang berkaitan dengan berbagai aspek, antara lain bimbingan, transportasi, kesehatan, akomodasi, dan keamanan. Di samping itu, penyelenggaraan ibadah umrah dilaksanakan di negara lain dalam waktu yang sangat terbatas yang menyangkut nama baik bangsa Indonesia di luar negeri, khususnya di Arab Saudi. Di sisi lain adanya upaya untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan ibadah haji merupakan tuntutan reformasi dalam penyelenggaraan pemerintahan yang bersih dan tata kelola pemerintahan yang baik. Sehubungan dengan hal tersebut, penyelenggaraan ibadah umroh perlu dikelola secara profesional dan akuntabel dengan mengedepankan kepentingan jamaah umrah dengan prinsip nirlaba (bersifat tidak mengutamakan pemerolehan keuntungan).⁴ Ketentuan dan kebijakan yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang tersebut wajib dijalankan oleh pemerintah secara konsisten, luwes, dan transparan. Atas dasar pemikiran tersebut pemerintah berusaha melakukan peningkatan serta perkembangan yang baik dalam hal penyelenggaraan ibadah umroh, sehingga calon jamaah haji dapat menunaikan ibadah dengan mudah, tertib dan aman.

Pada perkembangannya, persaingan perusahaan saat ini semakin menjadi terlebih di bidang jasa, di dalam persaingan jasa sendiri saat ini sudah tidak ada batasan di dalamnya. Misalnya dalam pelaksanaan ibadah khususnya ibadah umroh. terlebih saat ini kesadaran masyarakat tentang pentingnya ibadah umroh sangat banyak dan terus meningkat. Saat ini banyak sekali kemudahan-kemudahan yang dilakukan lembaga jasa dalam membantu masyarakat untuk melaksanakan ibadah umroh atau membantu mensukseskan penyelenggaraan ibadah umroh. Pihak yang terlibat langsung secara proaktif dalam menunjang kesuksesan penyelenggaraan ibadah umroh adalah Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (yang selanjutnya akan disebut KBIH) dan travel agent haji dan umroh. Kedua badan hukum ini bekerja secara khusus untuk melayani dan membantu para jamaah umroh agar memperoleh kemudahan, kelancaran, ketenangan dan kekhusyukan dalam menunaikan ibadah, agar tujuan pelaksanaan ibadah umroh selalu sukses dan mencapai target yang ingin dicapai, maka perlu adanya strategi dibidang pelayanan, sehingga apa yang menjadi cita-cita jamaah dalam menunaikan ibadah umroh bisa diperoleh secara sempurna dan memuaskan. Menciptakan pelayanan yang terbaik kepada jamaah dalam organisasi pada akhirnya akan

mencapai tiga tujuan:

1. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas pelayanan yang harus disediakan pemerintah kepada masyarakat (jamaah).
2. Meningkatkan pelayanan akan memberikan kepuasan dan kemudahan kepada masyarakat sehingga akan menumbuhkan citra yang baik terhadap organisasi pemerintah.
3. Pelayanan yang efisien dan efektif akan mengebangkan minat aktivitas masyarakat terutama dalam bidang ekonomi.⁵

Terlaksananya ketiga tujuan tersebut tergantung pada strategi pengelolaan yang dikembangkan, kemampuan adaptasi dan berkembang seirama dengan lingkungan yang senantiasa berubah, serta konsistensi dalam manajemen terapan secara menyeluruh. Ciri-ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada jamaah adalah memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan, bertanggung jawab kepada setiap jamaah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas dan memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada jamaaah.⁶

Kesempatan atau peluang inilah yang dilirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggaraan berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. kesemuanya itu berlomba-lomba menawarkan dan memberikan pelayanan, pembinaan dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas dan pengelolaan yang tentunya berbeda – beda untuk sebuah popularitas. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik pada jamaah akan memberikan kepuasan para jamaahnya yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas jamaah pada pengelola (travel) yang bersangkutan. Bila pelayanan atas jasa tinggi maka kualitas dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya bila pelayanan atau jasa diterima rendah dari yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk.

Menerapkan strategi pelayanan haji dan umrah merupakan usaha peningkatan pelayanan konsumen untuk menambah jumlah pelanggan serta mengukur keberhasilan suatu organisasi perusahaan, yaitu dengan berusaha memenuhi harapan jamaah, adanya penerapan strategi yang paling efektif akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan, pada tahap ini dibutuhkan suatu aktifitas yang luas dan membutuhkan komitmen serta kerjasama dari seluruh unit tingkat dan petugas jika suatu organisasi ingin berhasil.

Ada beberapa langkah ketika mengkonsumsi pelayanan jasa pariwisata, khususnya ticketing, konsumen mengadakan penilaian. Adapun aspek yang dinilai termasuk fasilitas dan layanan yang diberikan pada konsumen. Setelah konsumen menilai dan merasakan adanya kepuasan, mereka akan bercerita tentang fasilitas dan layanan yang diterima kepada tetangga, kolega atau saudaranya, demikian pula apabila merasakan adanya kekecewaan.⁷

Oleh karena itu sebisa mungkin pelayanan yang diberikan harus dapat memenuhi harapan pelanggan, agar mereka merasa puas. Karena kepuasan itu penting, konsumen yang puas biasanya bersedia untuk memberitahukan kepuasan yang mereka nikmati kepada orang lain, masyarakat dalam hal ini membeli, pada umumnya mendasarkan pada dua sumber informasi, sebagai bantuan dalam hal memutuskan pembelian, yaitu sumber personal dan sumber impersonal. Sumber impersonal meliputi televisi, koran, majalah, internet, dan mass media lainnya. Sumber personal termasuk informasi dari mulut ke mulut, dari seorang teman,

kenalan, atau dalam asosiasi bisnis yang lain.

Agar ibadah Umrah dapat berjalan dengan baik dan sempurna serta menjadikan ibadah yang mabrur dan mabrurah, maka harus membutuhkan pelayanan dan bimbingan yang maksimal sehingga dapat tercapainya tujuan yang di inginkan. Untuk itu dibutuhkan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang travel Umroh. Salah satunya yaitu PT. Al Shafwah Wisata Mandiri yang hadir untuk memberikan solusi “Langsung Berangkat Tanpa Tunggu” dengan banyak pilihan keberangkatan yang akan dengan mudah menyesuaikan jadwal anda. Perjalanan nyaman dengan Maskapai terbaik non transit, hotel terbaik fasilitas makan fullboard. Pelayanan sebelum keberangkatan, pelayanan selama umrah, hingga jamaah kembali ke Indonesia kami layani dengan sepenuh hati selama 24 jam oleh tim yang profesional dan berkopetensi dibidangnya. PT. Al-Shafwah Wisata Mandiri (Smart Umrah) adalah anggota. Selain itu, Smarts Umroh juga telah berizin resmi, yaitu izin Kemenag RI No. 901 tahun 2019 dan izin kemenag SUMSEL No. 361 tahun 2019.⁸PT Al- Shafwah Wisata Mandiri (Smart Dream Tour/ Smart Umroh) cabang Kota Palembang yang beralamatkan di Jl. Angkatan 66 No. 429 Kel. Pipa Reja Kec. Kemuning, Palembang.

Dalam observasi yang telah peneliti lakukan ditemukan problematika yang terjadi di Travel Smart Umrah Kota Palembang dalam mengembangkan Pelayanan Travel nya masih kurang Strategi contoh dalam melakukan Manasik Umrah, dimana Manasik Umrah hanya dilakukan di Masjid bukan di Asrama Haji, sehingga lansia yang melakukan Manasik Umrah terkadang tidak terlalu fokus atau kurangfaham saat pembimbingan manasik yang berakibat saat praktek lapangan masih banyak jamaah yang bingung. Masalah kedua yaitu dalam memberikan perlengkapan Jamaah, penggunaan tas jinjing cabin para jamaah yang kurang efisien. Permasalahan ketiga yaitu dengan promosi paket umrah yang di tawarkan kepada calon jamaah, paket yang mereka tawarkan ada paket ekonomis, paket Exclusive dan paket VIP. Perbedaan dari ketiga paket itu terletak di hotel, yang mana paket Exclusive dan paket VIP sama tempat Penginapannya yang membedakannya hotel ketika jamaah berada di Mekkah. Paket Exclusive ketika dimekka hotelnya bintang 5 sama dengan paket VIP, Paket Exclusive ketika dimekka hotelnya Azka Al Shafa, Paket VIP hotelnya di Shafwan Royal Orchid, ketika jamaah berada di Madinah hotelnya sama, sama-sama di Nozol Royal Inn hotel bintang 4. Perbedaan harganya mencapai 30%, hal itu juga kendala di *crowded* hotel madinah/mekah.

Maka upaya yang dilakukan travel Smart Umroh Kota Palembang terhadap peningkatan Pelayanan Travel Smart Umrah dengan memberikanberbagai macam pelayanan terbaik. Organisasi perusahaan mengatur strategi dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen serta melakukan promosi. Bagi perusahaan yang ingin tetap bertahan ditengah-tengah persaingan yang ketat maka harus dapat memberikan pelayanan yang baik. serta memuaskan kepada konsumen atau pelanggan. secara umum, para pelanggan menginginkan hal-hal sederhana sebagaimana berikut ini :

1. Produk atau jasa yang berkualitas,
2. Aksesibilitas yang mudah,
3. Pelayanan pelanggan yang baik. Mereka diperlakukan secara hormat, dan setiap proses transaksi berjalan secara lancar dan efisien.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Strategi manajemen dalam bentuk pengembangan pelayanan Travel Smart Umrah kota Palembang**”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ini di Kantor Smart Umroh Kota Palembang. Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer berasal dari wawancara dengan ketua regional travel smarts umrah Kota Palembang. Data sekunder berasal dari dokumen perusahaan, buku-buku. Teknik pengumpulan data penelitian ini yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menurut Menurut Miles dan Huberman, kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus hingga selesai. Data karenanya jenuh. Menurut Miles dan Huberman, analisis lapangan mengikuti banyak langkah, yang dijelaskan lebih rinci pada bagian di bawah ini:

- a. Reduksi data
- b. Penyajian Data
- c. Verifikasi Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

- A. Strategi manajemen yang dilakukan oleh travel Smarts umrah sudah berjalan cukup baik dalam upaya mengembangkan pelayanan yang terdiri dari fungsi perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), penggerakan (*Actuating*) dan pengawasan (*Controlling*) sebagai proses yang berkelanjutan dapat dikatakan dengan cukup maksimal. Adapun implementasi strategi manajemen yang dilakukan travel Smarts umrah dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut: Pertama, implementasi fungsi perencanaan travel Smarts umrah memiliki perencanaan yang matang untuk meningkatkan penjualan dan memperhatikan kualitas pelayanan yang dibutuhkan baik jamaah dan calon jamaahnya. Kedua, implementasi fungsi pengorganisasian travel Smarts umrah sudah meningkatkan kinerja yang baik dalam merumuskan dan menentukan tugas serta tanggung jawab struktur organisasi kantor Smarts umrah. Ketiga, travel Smarts umrah sudah menjadi penggerak yang baik dalam pelaksanaan umrah, terdapat beberapa langkah yang dilakukan oleh travel Smarts umrah seperti: pemberian motivasi, memberikan bimbingan, perjalinan hubungan dan menjalin komunikasi. Keempat, dalam mengimplementasikan fungsi pengawasan yang dilakukan oleh travel Smarts umrah ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya fungsi pengawasan akan membuat pimpinan travel Smarts umrah tahu adanya kesalahan, kekurangan, tantangan dan kegagalan dalam mencapai sebuah tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan travel Smarts umrah kota Palembang.
- B. Didalam proses strategi manajemen travel Smarts umrah upaya meningkatkan kualitas pelayanan terdapat faktor pendukung dan penghambat, kalau faktor pendukungnya seperti: terdapat banyak agent- agent Smarts umrah dari berbagai daerah di Sumatera Selatan, sarana dan prasarana yang memadai dan letak kantor travel Smarts umrah yang strategis. Sedangkan faktor yang menghambat travel Smarts umrah dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu: jamaah yang lambat mengumpulkan data diri, turun naiknya harga hotel dan pesawat serta regulasi Saudi dari pemerintahan Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi manajemen yang dilakukan oleh travel Smarts umrah tidk lepas dari fungsi manajemen yaitu

perencanaan (Planning), pengorganisasian (Organizing), penggerakan (Actuating) dan pengawasan (Controlling). Pimpinan travel Smarts umrah kota Palembang sudah menerapkan fungsi manajemen dengan baik. Walaupun terdapat beberapa hambatan seperti: jamaah yang lambat mengumpulkan data diri, turun naiknya harga hotel dan pesawat serta regulasi Saudi dari pemerintahan Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Anggito, Albi. Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Abdul Sanie. (1992). *Manajemen Organisasi*, Jakarta: Bina Aksara.
- Abdurahman. Maria. U. (2021). *Analisis Usability Sistem Komputerisasi Haji Terpadu Palembang Menggunakan Metode Sistem Usability Scale*. Palembang : Jurnal Pengembangan Sistem dan Informatika.
- Agustinus Sri Wahyudi. (1996). *Manajemen Strategik* (Jakarta; Binarupa Aksara).
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public, dan Ilmu Sosial*. Jakarta : Kencana.
- Cholid Narbuko dan Abu Achmadi. (2017). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Paramita, D. (2021). “*Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Haji Di Kementerian Agama Kabupaten Banyuasin*” Skripsi . Palembang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah.
- Darmadi Durianto dan Sugiarto. (2004). *Brand Equiry Ten Strategi Memimpin Pasar*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Depag, RI. (2003). *Hikmah Ibadah Haji*. Jakarta: Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Ibadah Haji.
- Departemen Agama RI. (2010). *Pelayanan Penyelesaian Dokumen Perjalanan Haji*, Jakarta: Direktorat Jendral Pelayanan Haji dan Umroh Kementerian Agama RI.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Pelayanan*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Gage, Susan M. (2006). *Strategi Pelayanan Pelanggan*, Yogyakarta, ARGO Publisher.
- Gunawan H. (2019). *Manajemen Strategi dalam Peningkatan Mutu Pelayanan Umrah di Travel Barokah Bandar Lampung*. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung
- Hardani. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik; Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya*, Yogyakarta: Gava Media.
- Hariadi, Bambang. (2003). *Strategi Manajemen: Strategi memenangkan perang bisnis*, Malang: Bayumedia Publshing.
- Hary D. (201). *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta, Gava Media.
- Hayat. (2017). *Manajemen Pelayanan Publik*, Jakarta: PT RajagrafindoPersada.
- H.A.S. Moenir. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara).
- Hunger, David dan Thomas Wheelen. (2003). *Manajemn Strategis*, diterjemahkan oleh Julianto Agung, Yogyakarta.
- Imam Syaukani. (2009). *Manajemen Pelayanan Haji di Indonesia*, (Jakarta; CV.PRASASTI).
- Kartika, Ketua Cabang Smart Umroh, *Wawancara*, 19 September 2022, di Kantor Smart Umroh Palembang.

- Mangkuprawira, sjafr. (2011). *Strategi Efektif Mengelola Karyawan*. Bogor:PIB Press.
- Moenir. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum Diindonesia*. Jakarta : bumiAksara.
- Muhajirin, Neon. (1998). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: RekaSarasin.
- Muhadjir. (2010). *Metedologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rakesarasin). Poltak Sinambela, Lijan. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rukin. 2019. *Metodologi Peneltian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2015. *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Siyoto, Sandu. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Supratikno, Hendrawan dkk. (2003). *Advanced Srtategic Management Back to Basic Approach*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siradjudin, Didik Sukriono, Winardi. (2011). *Hukum Pelayanan Publik*, Malang, Setara Press.
- Sedarmayanti. (2016). *Manajemen Strategi*. Bandung: PT Refika Aditama. Sofyandi H dan Garniwa I. (2014). *Perilaku Organisasional*, (Yogyakarta: Graha Ilmu).