

SKRIPSI

**STRATEGI MENINGKATKAN MINAT JAMAAH HAJI DAN
UMRAH PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO**

Oleh:

**OVA AFIFAH
NPM. 1704010032**



**Jurusan Manajemen Haji Dan Umroh
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITIUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1443 H / 2022 M**

**STRATEGI MENINGKATKAN MINAT JAMAAH HAJI DAN
UMRAH PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

OVA AFIFAH
NPM. 1704010032

Pembimbing I : Nizaruddin, S.Ag.,MH.
Pembimbing II : Upia Rosmalinda, M.E.I

Jurusan Manajemen Haji Umroh
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H / 2022 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Ova Afifah**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : Ova Afifah
NPM : 1704010032
Jurusan : Manajemen Haji dan Umrah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT
Saudi Patria Wisata Cabang Metro

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Nizaruddin., S.Ag., M.H
NIP.197403021999031001

Metro, 25 November 2021
Pembimbing II



Upia Rosmalinda, M.E.I

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT Saudi
Patria Wisata Cabang Metro

Nama : Ova Afifah

NPM : 1704010032

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Manajemen Haji dan Umrah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 25 November 2021

Pembimbing I



Nizaruddin, S.Ag., M.H
NIP.197403021999031001

Pembimbing II



Upia Rosmalinda, M.E.I

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: B-0149/ln-28.3/D/PP.00.g/01/2022

Proposal dengan judul: STRATEGI MENINGKATKAN MINAT JAMAAH HAJI DAN UMRAH PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO, disusun Oleh: OVA AFIFAH, NPM: 1704010032. Jurusan: Manajemen Haji dan Umrah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Selasa/28 Desember 2021

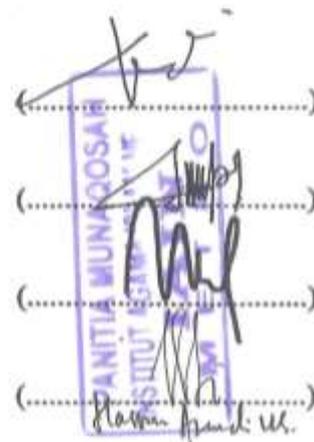
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Nizaruddin, S.Ag., M.H

Penguji I : Liberty, S.E.,M.A

Penguji II : Upia Rosmalinda, M.E.I

Sekretaris : Hasrun Afandi US, M.M



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Official stamp of Institut Agama Islam Negeri Metro. The stamp is circular with a blue border and contains the text 'KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA' and 'INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO'. There is a signature in black ink over the stamp. Below the stamp, the text reads: 'Dr. Mat Jalil, M.Hum' and 'NIP.19620812 199803 1 001'.

ABSTRAK

STRATEGI MENINGKATKAN MINAT JAMA'AH HAJI DAN UMRAH PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO

**Oleh :
OVA AFIFAH
NPM. 1704010032**

Travel haji dan umrah merupakan sebuah perusahaan milik swasta yang didirikan dengan tujuan sebagai penyedia layanan pemberangkatan calon jama'ah haji dan umrah ke Tanah Suci. Terdapat banyak sekali persaingan dalam dunia bisnis sehingga menyebabkan sebuah agen perjalanan haji dan umrah harus mempunyai strategi meningkatkan minat jama'ah haji dan umrah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami jenis strategi peningkatan yang diterapkan oleh PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro dalam meningkatkan minat jama'ah. jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Dan semua data – data tersebut dianalisa secara induktif.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro telah menggunakan strategi ekspansi sebagai suatu terobosan baru dalam meningkatkan minat jama'ahnya yaitu melalui sistem tabungan bokingsit dan program mitra, namun terdapat kendala dalam meningkatkan minat jama'ah haji dan umrah yaitu masih minimnya pemahaman masyarakat tentang ibadah haji dan umrah dan masih minimnya minat masyarakat kota Metro dalam menunaikan ibadah haji dan umrah.

Kata Kunci: *Strategi Meningkatkan dan Minat Jama'ah*

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ova Afifah

NPM : 1704010032

Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

Menyatakan bawah skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang di rujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 11 November 2021
Yang Menyatakan ,



Ova Afifah
NPM.1704010032

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji (Q.S Al- Baqarah: 267).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillahirobbil'alamin peneliti ucapkan kepada Allah SWT, dengan Ar-Rahman dan Ar-Rahim-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagaimana syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi. Peneliti dengan bangga mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Supriyanto dan Ibu Karti yang tercinta, yang tulus membesarkan, serta membimbingku dengan ikhlas, secara tegas melaksanakan tanggung jawabnya sebagai orangtua mengarahkan yang terbaik untuk anaknya sampai saat ini.
2. Pembimbingku Bapak Nizaruddin, S.Ag.,M.H dan Ibu Upia Rosmalinda,M.E.I. dosen-dosen Fakultas Ekonmi dan Bisnis Islam yang dengan ikhlas mengajarkan ilmunya dan semoga bermanfaat dimasa depan.
3. Kepada Febby Fernanda yang telah memberikan motivasi yang tinggi untuk keberhasilanku dalam menyelesaikan studi diperguruan tinggi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian penelitian ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, S.Ag., PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy Selaku Ketua Jurusan Manajemen Haji dan Umroh.
4. Bpk. Nizaruddin, S.Ag., M.H Selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Upia Rosmalinda, M.E.I, Selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan penelitian ini sangat diharapkan dan akan

diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga penelitian ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen Haji dan Umrah.

Metro, Desember 2021
Peneliti,



Ova Afifah
NPM.170401032

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALMAN PERSTUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Meningkatkan	11

1. Pengertian Strategi Meningkatkan	11
2. Tujuan Strategi	12
3. Strategi Meningkatkan Jamaah Haji dan Umrah.....	13
4. Konsep dan Bentuk Strategi	14
5. Ciri – ciri Strategi Peningkatan Yang Optimal	15
6. Macam – macam Strategi Peningkatan	16
B. Minat Jamaah	16
1. pengertian Minat Jamaah	16
2. Minat Jamaah Haji dan Umrah	17
3. Macam – macam Minat Jamaah	17
4. Tujuan Minat Jamaah.....	18
5. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat	18
C. Jamaah Haji dan Umrah	21
1. Pengertian Jamaah Haji dan Umrah.....	21
2. Macam – Macam Jamaah Haji dan Umrah.....	21
3. Fasilitas – fasilitas Untuk Jamaah Haji dan Umrah	22
D. Strategi Pelayanan.....	23
1. Pengertian Strategi Pelayanan.....	23
2. Macam – Macam Strategi Pelayanan.....	24
3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pelayanan.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian.....	27
B. Sumber Data.....	28

C. Metode Pengumpulan Data	30
D. Teknik Analisis Data	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro	33
1. Sejarah Singkat Berdirinya PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro .	33
2. Visi dan Misi PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro	34
3. Struktur Organisasi PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro	35
B. Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro	40
C. Analisis Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro.....	47

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	53
B. Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah jamaah haji dan umrah	5
-----------	------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro 36

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
2. Alat Pengumpulan Data (APD)
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Blanko Konsultasi Bimbingan
7. Dokumentasi (Foto)
8. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Biro haji umrah sebagai instansi penyedia jasa, ia tidak akan terlepas dari proses pelayanan pada konsumen mereka. Untuk mendapatkan konsumen lebih banyak, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam proses pelayanan dan pemasaran produknya. pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasa pelanggan, Setiap perusahaan menawarkan ragam pelayanan terbaik kepada konsumen mereka. Pelayanan tersebut dilakukan untuk memperoleh kepuasan dari konsumen. Kepuasan konsumen dapat memberikan efek yang baik kepada perusahaan tersebut. Dalam industri saja, perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan dengan memberikan pelayanan yang bermutu tinggal secara konsisten dengan inovasi-inovasi produk dibanding dengan para pesaing. Perkembangan bisnis Tour and Travel semakin melebarkan sayapnya di kaca pertelevisian Indonesia. Tidak sedikit bisnis tersebut diperbincangkan di televisi karena travel mereka bermasalah, namun juga ada yang diperbincangkan karena prestasinya.¹Definisi haji menurut ulama ahli fiqih adalah: “menyengaja mendatangi ka’bah untuk

¹ Fatihatul Millah, “*Strategi Diferensiasi Program Umrah Rasa Haji Pada PT. Sindo Wisata Madiun*”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019, 2-3.

menunaikan amalan – amalan tertentu, atau mengunjungi tempat tertentu pada waktu tertentu untuk melakukan amalan – amalan tertentu”.²

Ibadah haji termasuk Rukun Islam ke lima. Wajib dikerjakan bagi setiap orang Islam yang mampu dan dilakukan sekali dalam seumur hidupnya. Firman Allah SWT dalam surat Ali Imran ayat 97:³

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا.. (آل عمران)

Artinya: “Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu bagi yang mampu mengadakan perjalanan ke Baitullah”. (QS. Ali Imran: 97).⁴

Dan firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 189:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَهْلِ قُلْ هِيَ مَوَاقِيتُ لِلنَّاسِ وَالْحَجِّ وَلَيْسَ الْبِرُّ بِأَنْ تَأْتُوا الْبُيُوتَ مِنْ ظُهُورِهَا وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنِ اتَّقَىٰ وَأْتُوا الْبُيُوتَ مِنْ أَبْوَابِهَا
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Mereka bertanya kepadamu tentang bulan sabit. Katakanlah: “Bulan sabit itu adalah tanda-tanda waktu bagi manusia dan (bagi ibadat) haji; Dan bukanlah kebajikan memasuki rumah-rumah dari belakangnya, akan tetapi kebajikan itu ialah kebajikan orang yang bertakwa.

² A. Sholihin As Suhaili, *Tuntunan Super Lengkap Haji & Umrah*, (Jakarta: PT Serambi Semesta Distribusi, 2018), 1.

³ A. Latif Usman, *Saya Bisa Manasik Haji* ("ttp": Khalis Media, 2011), 6.

⁴ Kementerian Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahan Untuk Wanita*, 62.

Dan masuklah ke rumah-rumah itu dari pintu-pintunya; dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung". (QS. Al-Baqarah: 189).⁵

Strategi suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.⁶

Meningkatkan jumlah jamaah merupakan meningkatkan jumlah orang yang mengunjungi Mekah untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah, atau dalam penelitian ini yakni jamaah yang mengunjungi Mekah untuk melaksanakan ibadah umrah.

Minat adalah kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus, minat ini erat kaitannya dengan perasaan senang, karena itu dapat dikatakan minat terjadi karena sikap senang kepada sesuatu, orang yang berminat kepada sesuatu berarti ia sikapnya senang terhadap sesuatu.⁷

Keinginan masyarakat Indonesia untuk melakukan ibadah haji dan umrah ditandai dengan semakin meningkatnya calon jamaah haji dan umrah dari tahun ketahun. Hal inilah yang membuat PT Saudi Patria Wisata Kauman Metro yang berdiri pada tahun 2005 meluncurkan biro travel cabangnya barunya yaitu PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro yang didirikan pada

⁵ Kementerian Agama RI, *AL-Qur'an dan Terjemahan Untuk Wanita*, 6.

⁶Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 31.

⁷ Choirunnisa, "*Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah Di PT.AL-Amin Ahsan (Alisan) Travel Jakarta Selatan*", (Jakarta Selatan: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017), diunduh 15 juli 2021.

tahun 2019. Pada PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro, Prosedur Pelayanan yang diberikan telah tertuang pada SOP Standar Operasional Prosedur untuk menunjang pelayanan kepada jamaah umrah dan haji plus dalam memberikan kepuasan dalam menjalankan tugas pemerintah untuk memberikan bimbingan, keamanan, dan pembinaan kepada jamaah.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan staf keuangan dan staf administrasi umrah strategi yang dilakukan PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro untuk menarik minat masyarakat yaitu dengan sistem tabungan bokingsit (sistem tabungan yang tidak bisa langsung tunai), dalam tabungan ini PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro bekerja sama dengan Bank Eka kota Metro, jamaah menabung minimal dalam satu bulan Rp. 500.000,00 dan maksimal selama lima Tahun, dan bagi yang mendaftar umrah atau haji plus akan diberi gratis satu tabungan berbentuk kabah dan satu tas.⁸

Meskipun terkait pelayanan yang diberikan telah diatur pada SOP masih terdapat beberapa anggota yang kemudian belum merasa puas terhadap pelayanan yang dirasa belum memenuhi kualitas pelayanan yang terbaik, ketidakpuasan jamaah dapat dilihat dari segi keramahan dan kenyamanan yang diberikan.

Sedangkan menurut penuturan dengan Bapak Mustofa salah satu jamaah umrah, beliau mengatakan bahwa yang membuat beliau tertarik mendaftar di biro travel ini adalah setrategi pelayanan yang diberikan oleh PT

⁸ Desti Wulandari, Staf Administrasi Haji dan Umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro, *Wawancara*, Metro, 26 November 2020.

Saudi Patria Wisata Cabang Metro dengan adanya tabungan bokingsit (sistem tabungan yang tidak bisa langsung kes), menurut Bapak Mustofa sistem tabungan ini dapat meringankan dan membantu calon jamaah umrah menabung untuk mendaftar umrah di biro travel Saudi Patria Wisata Cabang Metro . Beliau juga mengatakan tidak merasa puas saat datang mengajukan pendftaran jamaah umrah, saudara Mustofa mengeluhkan bahwa saat masuk keruangan tidak ada customer service yang berjaga didekat pintu masuk, dan pelayanan kurang maksimal.⁹

PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro yang didirikan pada tahun 2019 dari hasil prasurevei diketahui bahwa jamaah pada tahun 2020 mengalami penurunan, disebabkan pada tahun 2020 terjadinya virus corona, hal inilah yang membuat PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro menunda keberangkatan jamaah umrah. Hal tersebut dilihat dari laporan tahunan yang ada di PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro tahun 2019 – 2020. Penurunan jumlah jamaah dapat dilihat pada table dibawah ini:

Gambar 1.1 Tabel Jamaah Haji dan Umrah

Jumlah Jamaah Yang Diberangkatkan

Tahun	Jamaah Umrah	Jamaah Haji Plus
2019	210	1
2020	45	-

⁹ Mustofa, Jama'ah, *Wawancara*, Metro, 15 Desember 2020.

Strategi pelayanan yang diberikan mempengaruhi terjadinya kenaikan maupun penurunan jumlah jamaah dikarenakan strategi pelayanan mampu menimbulkan rasa puas bagi setiap anggota. Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk menyusun penelitian yang berjudul **“Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah bagaimana setrategi meningkatkan minat jamaah Haji dan Umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian yang akan di capai adalah mengetahui setrategi meningkatkan minat jamaah Haji dan Umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro?

2. Manfaat Pnelitian

a. Secara Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi kepada pembaca dan peneliti sendiri mengenai setrategi terkait meningkatkan minat jama'ah haji dan umrah di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro.

b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan baik untuk peneliti sendiri maupun untuk pembaca tentang bagaimana strategi meningkatkan minat jamaah Haji dan Umrah.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya.¹⁰ Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai persoalan yang akan dikaji. Beberapa penelitian yang relevan antara lain :

1. Karya tulis ilmiah yang dapat peneliti temukan yang secara umum berkaitan dengan penelitian peneliti, diantaranya berjudul “*Strategi Pemasaran KBIH Yayasan Al-Mardhyiah Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Haji Dan Umrah Di Kabupaten Majene*”, Karya Nurfitriana, Mahasiswi Program Studi Manajemen Dakwah Institut Agama Islam Negri (IAIN) Pare Pare.¹¹ Karya ilmiah tersebut lebih menekankan mengenai peluang bagi KBIH yayasan Al- mardhiyah dalam meningkatkan pelayanan terhadap jamaah haji dan umrah.

¹⁰ IAIN Metro, *Pedoman Penulisan Skripsi Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Metro : STAIN Jurai Siwo Metro, 2016), 39.

¹¹ Nurfitriana, *Strategi Pemasaran KBIH Yayasan Al-mardhiyah Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah Di Kabupaten Majane*”, (Majane : Institut Agama Islam Negri Pare Pare, 2020), diunduh 15 Juli 2021.

2. Karya tulis ilmiah selanjutnya yang dapat peneliti temukan yang secara umum berkaitan dengan penelitian peneliti, diantaranya berjudul “*Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah Di PT. Al-Amin Ahsan (ALISAN) Travel Jakarta Selatan*”, Karya Choirunnisa, Mahasiswi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.¹²
3. Karya tulis ilmiah selanjutnya yang dapat peneliti temukan yang secara umum berkaitan dengan penelitian peneliti, diantaranya berjudul “*Strategi Pemasaran Program Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT. Muhsinin Tour dan Travel Jempong Mataram*”.¹³ Karya ilmiah tersebut lebih menekankan pada pemasaran produk haji dan umrah yang menggunakan strategi promosi dengan melakukan sosialisasi dengan masyarakat sekitar.

Penelitian yang peneliti lakukan jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya memiliki perbedaan bahwa obyek penelitian yang peneliti lakukan berbeda dengan penelitian sebelumnya, walaupun ada beberapa yang sama.

karya tulis ilmiah “Strategi Pemasaran KBIH Yayasan Al-Mardhyiah Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah Di Kabupaten Majene”, karya Nurfitriana, Mahasiswi Program Studi Manajemen Dakwah, Institut

¹² Choirunnisa, *Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah Di Pt. Al-amin Ahsan (ALISAN) Travel Jakarta Selatan*”, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2017), diunduh 15 Juli 2021.

¹³ Sutriani, *Strategi Pemasaran Program Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT. Muhsinin Tour Jempong Mataram*”, (Mataram : Universitas Islam Negri Mataram, 2020), diunduh 15 Juli 2021.

Agama Islam Negeri Parepare dan karya ilmiah “Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah Di PT. Al-Amin Ahsan (ALISAN) Travel Jakarta Selatan”, karya Choirunnisa, Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, sama halnya dengan yang peneliti lakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi meningkatkan minat jamaah haji dan umrah.

Letak perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini dikarenakan tinjauan penelitian yang digunakan dalam penelitian tersebut didasarkan kepada strategi pemasaran dan pelayanan prima tanpa mengaitkan promosi apa yang digunakan dalam menarik minat jamaah.

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh “Strategi Pemasaran Program Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada PT. Muhsinin Tour dan Travel Jempong Mataram”, Karya Sutriani, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Karya ilmiah tersebut yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi meningkatkan minat jamaah yang lebih ditekankan pada objek penelitian. Fokus penelitian tersebut lebih ditunjukkan pada strategi pemasaran dalam promosi yang dilakukan dengan bersosialisasi bersama masyarakat sekitar, media cetak dan media sosial.

Jika dibandingkan penelitian ini nampak berbeda sebelumnya. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini bermaksud untuk menganalisis strategi PT. Patria Wisata Cabang Metro dalam meningkatkan minat jamaah haji dan umrah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Meningkatkan

1. Pengertian Strategi Meningkatkan

Berbagai riset menunjukkan bahwa biaya mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan biaya merebut pelanggan baru. Karena itu, mulai banyak perusahaan yang berusaha menekankan upaya memaksimalkan potensi penjualan masa depan bisnis pelanggan saat ini. Berikut ini ada dua alternatif strategi yang dapat dipilih:

a. *Relationship Marketing*

Relationship Marketing dirancang untuk meningkatkan kemungkinan terjadinya bisnis ulangan melalui pengembangan hubungan yang sifatnya formal-interpersonal dengan pelanggan.

b. Produk Komplementer

Produk komplementer merupakan salah satu bentuk strategi untuk meningkatkan hubungan bisnis dengan pelanggan yang ada saat ini agar pembeli produk tambahan.¹

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami strategi meningkatkan merupakan suatu rencana yang dibuat untuk melakukan suatu perubahan

¹ Dedi Adriana, *Pemasaran Strategi*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 67.

demikian tercapainya sasaran, tujuan dan masa depan baik untuk perusahaan maupun organisasi sebagai suatu tuntutan.

2. Tujuan Strategi

Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, strategi memainkan peran penting dalam menentukan dan mempertahankan kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan. Dalam perkembangannya tujuan mengenai strategi mengalami perkembangan yang cukup signifikan, sedangkan tujuan strategi yaitu, sebagai berikut:²

- a. Merencanakan suatu perusahaan yang bertujuan untuk menciptakan keunggulan bersaing.
- b. Suatu rencana yang disatukan untuk mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.
- c. Suatu kerangka kerja dalam organisasi yang dapat mengalokasikan sumberdayanya untuk mencapai tujuan tersebut.
- d. Sebagai pola khusus dari keputusan dan tindakan yang diambil manajer untuk mencapai tujuan organisasi.
- e. Untuk mempertahankan atau mencapai suatu posisi keunggulan dibandingkan dengan pihak pesaing.

² Sri Adrianti Muin, *Kinerja Usaha Pelaku UMKM Etnis Bugis Makassar*, (Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2020), 44.

- f. Menciptakan posisi yang profitable dalam suatu segmen pasar/produk yang dapat bertahan terhadap pesaing.³

Berdasarkan uraian diatas dapat diphami bahwa tujuan strategi merupakan kerangka – kerangka kerja agar suatu organisasi yang sedang berjalan dapat mencapai tujuan dan mengalokasikan sumberdayanya dalam perusahaan tersebut agar mencapai keberhasilan yang maksimal.

3. Strategi Meningkatkan Jamaah Haji dan Umrah

Berikut ini ada alternatif strategi untuk meningkatkan jamaah haji dan umrah yang dapat dipilih:

- a. Perencanaan strategi (*strategic planning*) yaitu mencakup dari mulai penentuan tujuan hingga penyusunan strategi.
- b. Implementasi strategi (*strategic implementation*) sesuatu yang dijalankan berdasarkan strategi yang dipilih dan juga pengendalian atas implementasi yang dilakukan.⁴

Berdasarkan uraian diatas bahwa setiap strategi untuk meningkatkan jamaah haji dan umrah pelayanan kepada pelanggan dalam hal ini masyarakat atau jamaah merupakan tujuan utama yang tidak dapat dihindarkan. Para admistratur negara akan lebih memahami kebutuhan dan hrapan masyarakat dengan mempelajari manajemen pelayanan.

³ *Ibid.*, 44-48.

⁴ Richard L. Draf, *Manajemen*, (Jakarta: Erlangga,2002), 314.

4. Konsep dan Bentuk Strategi

Strategi direncanakan secara sadar dan sengaja mendahului berbagai tindakan yang akan dilakukan berdasarkan strategi yang dibuat tersebut, strategi kemudian dikembangkan dan diimplementasikan agar mencapai suatu tujuan. Strategi sebagai sebuah *plan* (rencana) sesuai dengan rumusan strategi. Dalam hal ini strategi merupakan suatu manuvaktur yang spesifik untuk memberi isyarat mengancam kepada pesaing perusahaan. Misalnya keputusan yang dibuat oleh pimpinan pasar untuk memperbesar kapasitas pabrik tidak hanya merupakan strategi dalam arti sebuah rencana, melainkan strategi ini juga akan menjadi cara sehingga dapat memasuki industri yang bersangkutan karena pendatang baru tersebut tidak memiliki skala ekonomi yang sebanding dengan pimpinan pasar.⁵

Dalam hal ini strategi menunjukkan berbagai keputusan yang dipilih perusahaan untuk memposisikan organisasi perusahaan didalam lingkungan perusahaan, strategi menunjukkan perspektif dari para pembuat keputusan strategi didalam memandang dunianya. Strategi merupakan pemikiran yang hidup didalam benak para pembuat keputusan strategi dan seperti halnya ideologi atau budaya kemudian berusaha untuk dijadikan nilai bersama di dalam organisasi.⁶

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa strategi merupakan bagian akhir dari bentuk pelayanan pada pelanggan, misi, nilai, tujuan

⁵ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Management Strategis*, (Yogyakarta : ANDI, 2003), 17.

⁶ *Ibid.*,

dan strategi. Untuk mengubah visi dan nilai – nilai menjadi kenyataan, pada saat pelayanan kepada jamaah. Strategi suatu ilmu dari pembuatan, penerapan, dan evaluasi keputusan – keputusan strategi antar fungsi – fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan – tujuan masa mendatang.

5. Ciri – ciri Strategi Peningkatan Yang Optimal

- a. Strategi Manajemen, Strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro.
- b. Strategi Investasi, kegiatan – kegiatan yang berorientasi pada investasi.
- c. Strategi bisnis fungsional, strategi yang berorientasi pada fungsi – fungsi kegiatan manajemen.⁷

Menurut uraian diatas strategi berkaitan dengan penetapan keputusan yang harus dilakukan oleh seorang perencana, misalnya keputusan tentang waktu pelaksanaan dan jumlah waktu yang diperlukan untuk mencapai tujuan, pembagian tugas dan wewenang setiap orang yang terlibat langkah – langkah yang harus dikerjakan oleh setiap orang yang terlibat dan penetapan kriteria keberhasilan.

⁷ Fauzan, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Di Travel Umrah An-Nur Karah Agung”, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019), 22.

6. Macam – Macam Strategi Peningkatan

a. Strategi Korporasi

Merupakan strategi paling awal dalam perencanaan strategi yang mencerminkan seluruh arah perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan pertumbuhan bagi perusahaan secara keseluruhan dan manajemen berbagai macam bisnis.⁸

b. Strategi Unit Bisnis

Karakteristik strategi level unit bisnis ini yaitu memiliki visi dan strategi, menghasilkan produk atau jasa yang spesifik, dan mengetahui pesaingnya dengan jelas.

c. Strategi fungsional

Strategi dalam tataran fungsi manajemen dan bersifat operasional. Hal itu karena strategi tersebut dapat langsung diimplementasikan dengan fungsi – fungsi manajemen.⁹

B. Minat Jamaah

1. Pengertian Minat Jamaah

Meningkatkan minat jamaah harus memperhatikan pelayanan prima. Dengan melakukan strategi pelayanan menjadi bagian dari kegiatan usaha yang dilakukan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Tujuan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan konsumen lama dan tetap

⁸ Sri Rahayu, *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian*, (Jawarat: Adau Abimata, 2021), 35.

⁹ *Ibid.*, 35.

berlangganan dengan produk – produk yang ada. Tujuan jangka pendeknya dilakukan untuk merebut hati konsumen yang baru agar berminat dengan produk yang baru.¹⁰

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa minat akan timbul apabila mendapatkan rangsangan dari luar. Dan kecenderungan untuk merasa tertarik pada suatu yang bersifat senang dan perasaan senang ini timbul dari lingkungan atau objek yang menarik.

2. Minat Jamaah Haji dan Umrah

Minat jamaah haji dan umrah untuk bergabung dengan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro memiliki kecenderungan rasa tertarik kepada strategi yang dilakukan sehingga menghadirkan perasaan senang. Jamaah umrah merupakan sekumpulan orang yang melaksanakan kegiatan ibadah haji dan umrah bersama – sama dengan berkunjung ke Baitullah, melakukan thawaf, sa'i dan mencukur rambut disertai imam yang memimpin kegiatan tersebut.

3. Macam – Macam Minat Jamaah

- a. Merasa tertarik pada sistem tabungan bokingsit (sistem tabungan yang tidak bisa langsung kes).
- b. Bagi yang mendaftar umrah atau haji plus akan diberi gratis satu tabungan berbentuk kabah dan satu tas.¹¹

¹⁰ Choirunnisa, “*Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah Di Pt. Al-amin Ahsan (ALISAN) Travel Jakarta Selatan*”, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2017), 4.

¹¹ Desti Wulandari, Operasional PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro, *Wawancara*, Metro, 26 November 2020.

- c. Merasa senang pada suatu yang bersifat senang dan perasaan senang ini timbul dari lingkungan atau objek yang menarik.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat jamaah umrah untuk bergabung dengan PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro karena merasa tertarik kepada pelayanan yang diberikan.

4. Tujuan Minat Jamaah

Dalam setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan agar dapat tetap hidup dan berkembang, salah satu tujuan yang hendak dicapai adalah meningkatkan kualitas dan tingkat keuntungan laba sebuah perusahaan. Tujuan akan berhasil apabila memperhatikan strategi pemasarannya.¹²

Pada penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pada sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa tour dan travel haji dan umrah agar perusahaan tetap berkembang salah satu caranya adalah dengan memperhatikan peningkatan jumlah jamaah yang memakai jasa perusahaan tersebut. Adapun cara yang dilakukan PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro dalam menarik minat calon jamaah yaitu dengan sistem tabungan bokingsit (sistem tabungan yang tidak bisa langung tunai), dan bagi yang mendaftar umrah atau haji plus akan diberi gratis satu tabungan berbentuk kabah dan satu tas.

5. Faktor – faktor Yang Mmempengaruhi Minat

Faktor – faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dikelompokan menjadi dua yaitu dari dalam diri individu yang

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajagrafindo, 2011), 4.

bersangkutan dan berasal dari luar yang mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat.¹³ Faktor – faktor yang mempengaruhi minat dibagi menjadi dua macam yaitu, sebagai berikut:

1. Pelayanan

Pelayanan yaitu suatu kegiatan yang menolong dan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik – baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembeli yang berulang – ulang.¹⁴

Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Baik yang dilakukan atas dasar kesukarelaan masing – masing pihak (*non-komersial*), tujuan komersial antara personal, ataupun karena orang – orang mempunyai keterikatan kerja dalam organisasi yang bertujuan komersil maupun non komersil.

Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari perusahaan pesaing. Jika masyarakat simpati, akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran produk / jasa akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya tarik bagi calon nasabah untuk

¹³ Abdul Rahman Shaleh, Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), 263.

¹⁴ *Ibid.*, 29.

menjadi nasabah, serta tidak menimbulkan persaingan yang tidak sehat antara sesama perusahaan.¹⁵

2. Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri dari komunikasi yang persuasif (komunikasi) adalah adanya komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan cara tingkah laku si penerima atau pendengar.¹⁶

Menurut uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi minat seperti yang telah dijelaskan diatas, pelayanan dan promosi sangat mempengaruhi individu untuk membangkitkan minat jamaah agar bergabung pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro

¹⁵ Aslakhul Fathi, “*Pengaruh Promosi Terhadap Minat Jamaah Umrah Pada PT Nur Islami Travel Jakarta Utara*”, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2021), 18.

¹⁶ Muhammad Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 95.

C. Jamaah Haji dan Umrah

1. Pengertian Jamaah Haji dan Umrah

Pengertian jamaah haji menurut UU No. 13 Tahun 2008 adalah warga negara Indonesia yang beragama Islam yang telah mendaftarkan diri untuk menunaikan ibadah haji sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan.¹⁷

Menurut uraian diatas calon jamaah haji adalah rombongan kaum muslimin yang menunaikan ibadah haji ke Tanah Suci pada waktu tertentu dan dengan cara tertentu pula, dalam rangkaian memenuhi perintah Allah.

Sedangkan jamaah umrah adalah warga negara Indonesia yang beragama Islam dan sekumpulan orang yang melakukan thawaf sa'i, dan tahalul ke Baitullah untuk mengharap ridha Allah Swt.

2. Macam – Macam Jamaah Haji dan Umrah

a. Ifrad

Haji ifrad adalah haji yang dilaksanakan dengan cara melaksanakan ibadah haji terlebih dahulu baru melaksanakan umrah di luar musim haji. Orang yang berhaji dengan ifrad tetap dalam keadaan ihram sampai selesai semua amal hajinya.

¹⁷ Anugrah Rachmadi, “Studi Tentang Rekrutmen Calon Jamaah Haji Dalam Keberangkatan Ke Saudi Arabia Di Kantor Kementerian Agama Kota Samarinda”, *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, (Vol. 2 No. 2, 2014), 2377

b. Qiran

Haji qiran adalah melaksanakan ihram haji dan umrah secara bersama di miqat. Orang yang berhaji qiran tetap dalam keadaan ihram sehingga selesai semua rangkaian ibadah haji dan umrahnya.

c. Tamattu

Haji tamattu adalah mendahulukan ibadah umrah terlebih dahulu setelah itu melaksanakan ibadah haji pada musim haji tahun itu juga.¹⁸

3. Fasilitas – Fasilitas Untuk Jamaah Haji dan Umrah

- a. Handling/perlengkapan umrah
- b. Hotel bintang 3, 4, 5
- c. Lounge di bandara
- d. Makan 3 kali sehari selama di Mekkah dan Madinah (menu Indonesia)
- e. City tour Madinah
- f. City tour Mekkah
- g. Didampingi mutowif (pendamping) berpengalaman
- h. Biaya sudah termasuk tiket domestik (Lampung – Jakarta)
- i. Bimbingan manasik umrah gratis
- j. Air zamzam 5 liter.¹⁹

¹⁸ Solihin As Suhaili, *Tuntunan Super Lengkap Haji dan Umrah*, (Bumi Pamulang: Cahaya Ilmu, 2018), 7-9.

¹⁹ Desti Wulandari, Operasional PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro, *Wawancara*, Metro, 26 November 2020.

D. Strategi Pelayanan

1. Pengertian Strategi Pelayanan

Untuk dapat mengetahui definisi strategi pelayanan, sebelumnya harus mengetahui terlebih dahulu dari strategi pelayanan. Strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi: strategi adalah pilihan – pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi.²⁰

Strategi merupakan bagian akhir dari bentuk permata pelayanan pada pelanggan, nilai, misi, strategi dan tujuan. Untuk mengubah misi dan nilai – nilai menjadi kenyataan, pada saat tujuan pelanggan dan pelayanan. Strategi adalah suatu ilmu dan seni dari pembuatan, evaluasi dan penerapan sebuah keputusan – keputusan dari strategi dalam fungsi – fungsi yang memungkinkan suatu organisasi untuk mencapai tujuan – tujuan yang ingin dicapai pada masa mendatang.²¹

Selanjutnya, pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal – hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.²²

Pelayanan dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan

²⁰ Setiawan Hari Purwono dan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Lembaga Penerbitan FEUI, 2001), 20.

²¹ Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996), 15.

²² Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 2.

perusahaan tidak akan berjalan. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama suatu perusahaan adalah menarik dan memperhatikan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan penawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan jasa dalam pelayanan yang baik.²³

Berdasarkan menurut pengertian – pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan merupakan suatu cara atau perilaku dalam usaha seseorang untuk melayani kebutuhan konsumen. Memahami arti dari strategi pelayanan di atas dapat dimaksudnya bahwa untuk meningkatkan minat jamaah haji dan umrah pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro dalam strategi pelayanan juga sangat dibutuhkan untuk menarik minat para calon jamaah.

2. Macam – Macam Strategi Pelayanan

a. Personalisasi layanan

Strategi ini bisa dilakukan dengan cara memanfaatkan sumber daya personal lebih banyak dibandingkan sumber daya lainnya. Bagi sebagian pelanggan, layanan yang bersifat personal berpotensi memantapkan keyakinan mereka untuk melakukan pembelian. Contohnya, banyak orang awam dengan peralatan elektronik, termasuk istilah – istilah yang digunakan.²⁴

²³ *Ibid.*,

²⁴ Fandy Tjiptono, *Service Managemen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 31-32.

b. Manajemen komunikasi getok tular

Strategi ini dimaksudkan dalam upaya untuk mendorong komunikasi getok tular, misalnya melalui pesan komunikasi, contohnya “Bila anda merasa tidak puas tolong beritahu kami, tetapi jika anda merasa puasa sampaikanlah kepada rekan – rekan anda”.²⁵

c. Manajemen Citra Korporasi

Cara yang bisa dilakukan adalah menciptakan citra organisasi yang kuat, integrasi dan konsisten melalui iklan/logo, perilaku manajemen dan karyawan yang positif.²⁶

d. Manajemen biaya

Strategi ini diwujudkan dengan cara mengimplementasikan manajemen dan akuntansi biaya secara efektif dalam rangka mendukung penetapan harga seakurat mungkin, sehingga bisa menutupi biaya, meningkatkan tingkat laba sesuai yang diharapkan, sesuai daya beli dan kesediaan pelanggan untuk membayar, kompetitif dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.²⁷

e. Manajemen Komunikasi Purna Beli

Dalam strategi ini, perusahaan perlu melakukan komunikasi purna beli, diantaranya mengumpulkan informasi mengenai kepuasan pelanggan, saran dan kritik pelanggan, serta menyampaikan informasi

²⁵ *Ibid.*, 32.

²⁶ *Ibid.*,

²⁷ *Ibid.*, 33.

suatu produk/jasa yang baru dan program promosi yang baru kepada mereka.²⁸

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pelayanan

- a. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan secara cepat serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan kepada pelanggan.
- b. *Reliability* (keandalan), yaitu berkaitan dengan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Serta menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- c. *Empati* (perhatian), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, memahami masalah para pelanggan, memperhatikan kepentingan pelanggan dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- d. *Assurance* (jaminan), mencakup kemampuan, pengetahuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya. Supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan.
- e. *Tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.²⁹

²⁸ *Ibid.*, 35.

²⁹ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: CV Alfabeta, 2017), 57.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

Penelitian diartikan sebagai suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. pengumpulan dan analisis data yang dimaksud adalah dengan menggunakan metode-metode ilmiah, baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Eksperimental atau noneksperimental, interaktif atau noninteraktif, tergantung tujuan penelitian dan hasil yang ingin diketahui sehingga berpengaruh pula pada paradigma yang menyelimutinya.¹

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*), penelitian lapangan merupakan sebuah metode atau langkah untuk mengumpulkan data. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya adalah masyarakat, baik secara umum maupun khusus, yaitu hanya pihak tertentu yang menjadi sasaran penelitiannya.²

Pada penelitian ini langkah-langkah yang dilakukan adalah mengumpulkan data-data untuk meneliti tentang Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro.

¹ Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, (Vol. 10 No. 1, April 2010), 46.

² Toto Syatoro Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

2. Sifat Penelitian

Adapun sifat penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif.³ Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa ucapan atau tulisan.⁴ Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro.

B. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah suatu subyek dari mana data diperoleh.⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa sumber data, baik berupa data primer maupun data sekunder :

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian.⁶ Pada penelitian ini, data yang diperoleh dari wawancara langsung yaitu dengan saudara Armina (Staf keuangan), saudara Desti Wulandari (Staf administrasi) dan Bapak Mustofa (Jamaah umrah) PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro.

³ Bima Dinatha AS, “*Skripsi Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Ditinjau Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Florist Di Kauman 15 Polos Kota Metro)*”, (Lampung : IAIN, 2020), 38.

⁴ Pupu Saeful Rahmat. “Penelitian Kualitatif”, *EQUILIBRIUM*, Vol. 5, No. 9, Januari – Juni 2009 : 1 – 8, 2-3.

⁵ Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1* (Surabaya: Airlangga University Press, 2019), 91.

⁶ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2005), 132.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Mustofa salah satu jamaah umrah, beliau mengatakan bahwa yang membuat beliau tertarik mendaftar di biro travel ini adalah strategi pelayanan yang diberikan oleh PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro dengan adanya tabungan bokingsit (sistem tabungan yang tidak bisa langsung kes), menurut Bapak Mustofa sistem tabungan ini dapat meringankan dan membantu calon jamaah umrah menabung untuk mendaftar umrah di biro travel Saudi Patria Wisata Cabang Metro . Beliau juga mengatakan tidak merasa puas saat datang mengajukan pendaftaran jamaah umrah, saudara Mustofa mengeluhkan bahwa saat masuk keruangan tidak ada customer service yang berjaga didekat pintu masuk, dan pelayanan kurang maksimal.⁷

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁸ Sumber data sekunder digunakan untuk mendapatkan pengetahuan tambahan yang berbeda dengan pengumpulan dan analisis data sebelumnya. Data diperoleh dari pihak – pihak yang tidak berkaitan langsung dengan penelitian, tetapi berhubungan dengan objek penelitian. Seperti jurnal, buku – buku, makalah dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder berupa buku – buku terkait teori strategi meningkatkan minat jamaah serta teori terkait biro wisata.

⁷ Mustofa, Jama'ah, *Wawancara*, Metro, 15 Desember 2020.

⁸Mustofa, Jama'ah, *Wawancara*, Metro, 15 Desember 2020.

Adapun buku – buku yang digunakan sebagai sumber data sekunder pada penelitian ini meliputi :

- a. Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001).
- b. A. Sholihin As Suhaili, *Tuntunan Super Lengkap Haji & Umrah*, (Jakarta: PT Serambi Semesta Distribusi, 2018).
- c. Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*, (Yogyakarta : Deepublish, 2020).
- d. Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006).
- e. Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017).

C. Metode Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau

orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung.⁹

Peneliti menggunakan wawancara yang tidak terarah, yaitu wawancara yang bersifat bebas, santai dan memberi informan kesempatan yang sebesar – besarnya untuk memberikan keterangan yang ditanyakan. Alasan peneliti menggunakan teknik wawancara tidak terarah karena pada wawancara ini hanya berpedoman pada garis besar tentang hal – hal yang akan ditanyakan. Mengenai, hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan kepada saudari Armina (Staf keuangan) dan saudari Desti Wulandari (Staf administrasi) dan Bapak Mustofa (jamaah umrah) PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah alat pengumpulan data dengan cara melihat dan mencatat suatu laporan yng telah tersedia. Metode ini dilakukan dengan cara melihat dokumen resmi seperti catatan – catatan, dan buku – buku peraturan yang ada.¹⁰

Data dari dokumentasi sangat bermanfaat bagi peneliti sebagai penyokong informasi dalam penelitian. dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini latar belakang berdirinya PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro beserta dokumentasi – dokumentasi pendukung lainnya.

⁹A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Jakarta: Prenada Media, 2016), 372.

¹⁰ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Offset, 2011), 92.

D. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif, karena data yang diperoleh berupa keterangan – keterangan dalam bentuk uraian dengan cara berfikir induktif.¹¹ Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi dan catatan lapangan dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.¹²

Berdasarkan keterangan diatas, maka dalam menganalisis data peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Kemudian data tersebut menggunakan pola pikir induktif berdasarkan informasi dan keterangan – keterangan tentang strategi meningkatkan minat jamaah haji dan umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro.

¹¹ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta : Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UM, 1985), 42

¹² Sugyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 402.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro

1. Sejarah Singkat Berdirinya PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro

PT. Saudi Patria Wisata adalah sebuah travel yang bergerak dibidang haji dan umrah, PT. Saudi Patria Wisata didirikan pada tahun 2005 dan mendapatkan izin dari Kementrian Agama dengan nomor izin 376/2016 dan izin haji khusus SK nomor 16/2017, yang beralamatkan di Jl. AR. Prawira Negara No. 15 Kauman Kota Metro Lampung, Indonesia. Pimpinan PT. Saudi Patria Wisata adalah Faisal Ibrahim Surur, Lc.M.Si. kemudian PT. Saudi Patria Wisata membuka anak cabang di kota Metro juga tepatnya di Jl. Soekarno – Hatta No. 09, 16c, Metro Barat, Kota Metro.¹

PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro di dirikan pada tanggal 8 Februari 2020 dan memiliki izin resmi umrah nomor 136/2020 dan izin haji khusus nomor 438/2020. PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro di pimpin oleh H. Bambang Imam Santoso, S.Sos, M.Pd.I. Perusahaan ini memiliki fungsi sebagai agen perjalanan keberangkatan ibadah haji plus dan umrah. Perusahaan ini selalu mengembangkan program – program yang dimilikinya, salah satu program terbaru PT. Saudi Patria Wisata

¹ Wawancara dengan Ibu Armina, Selaku Sekertaris PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro pada tanggal 5 juli 2021.

Cabang Metro yaitu program tabungan umrah paket 12 hari selama 60 bulan atau 5 tahun yang baru berjalan sejak bulan Mei 2020 dan mendapatkan respon yang luar biasa dari masyarakat Metro maupun luar Metro.²

2. Visi – Misi PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro

a. Visi

Menjadi penyelenggara haji dan umrah dengan pelayanan berkualitas sesuai dengan prinsip ajaran Islam

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan secara komprehensif dengan berorientasi pada kepuasan pelanggan
- 2) Memastikan pelayanan sesuai dengan aturan pemerintah
- 3) Menjalin kerjasama baik internal maupun eksternal dibidang Haji dan Umrah
- 4) Memberikan bimbingan manasik secara berkala³

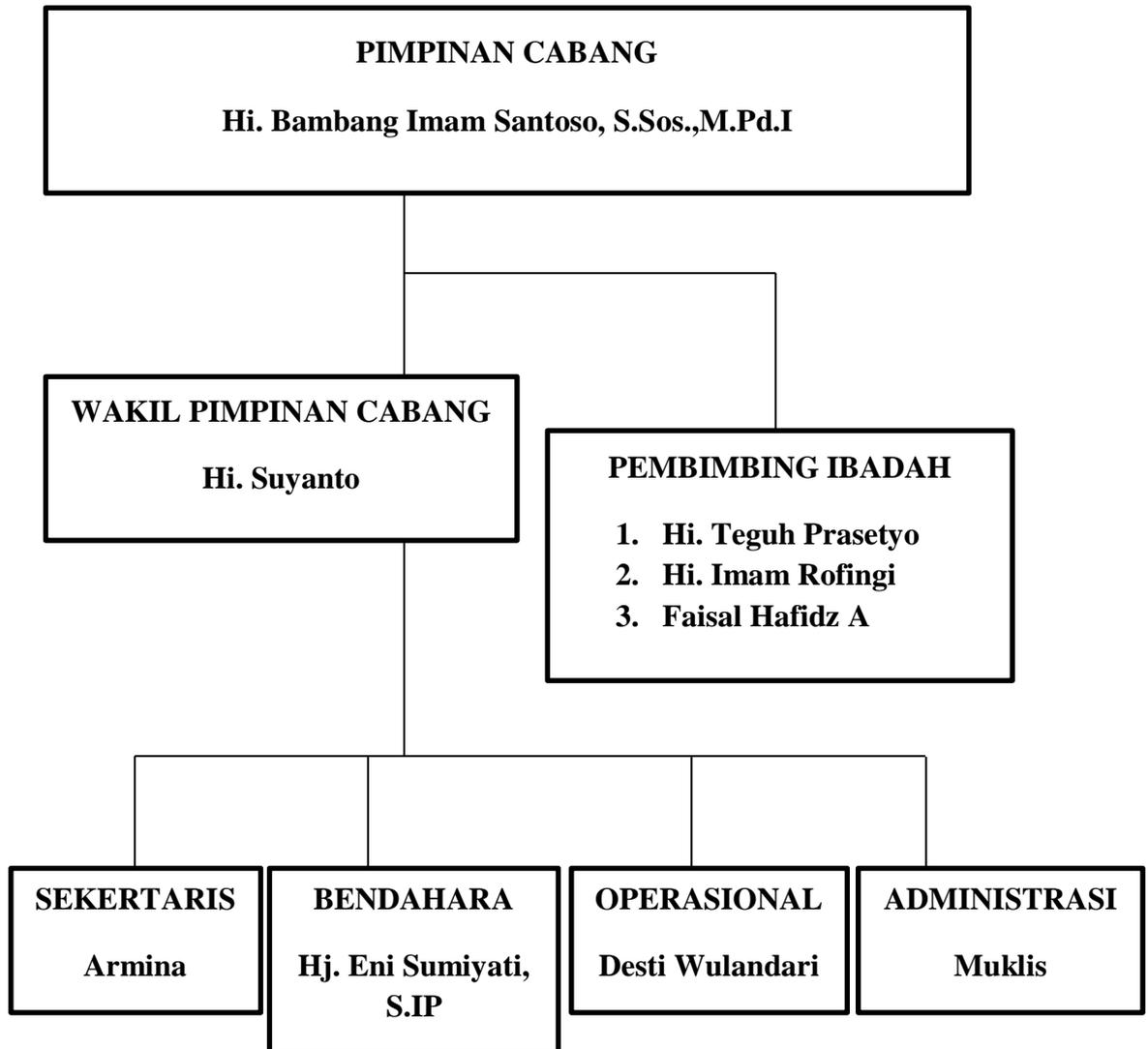
² Wawancara dengan Ibu Armina, Selaku Sekertaris PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro pada tanggal 5 juli 2021.

³ Dokumen PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, 8 Februari 2020.

3. Struktur Organisasi PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro

Gambar 4.1 Struktur Organisasi

PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro⁴



⁴ Dokumen PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, 8 Februari 2020.

Keterangan:

a. Manager (Pimpinan Cabang)

Tugas sebagai Pimpinan cabang adalah sebagai berikut:

- 1) Mengendalikan dan mengatur organisasi / perusahaan
- 2) Mengatur segala peraturan yang ada didalam kantor dalam upaya mengambil kebijakan
- 3) Membuat kebijakan dalam mencapai profesional kinerja karyawan
- 4) Bisa membangun kepercayaan antar karyawan, calon jamaah dan mitra
- 5) Membangun atau mengembangkan kualitas perusahaan
- 6) Mengevaluasi aktivitas / kinerja dari perusahaan
- 7) Bisa menjadi problem solver bagi permasalahan kantor / perusahaan

b. Wakil Pimpinan Cabang

Tugas pokok dari wakil adalah melaksanakan sebagian tugas pokok dari direktur utama atau mewakili bila tidak ada pimpinan utama

- 1) Bertanggung jawab kepada pimpinan utama
- 2) Memimpin direktorat dibawahnya, pengembangan, pelaksanaan dan pengendalian untuk meningkatkan kinerja perusahaan
- 3) Membantu direktur dalam hal memasarkan produk perusahaan
- 4) Memberikan keputusan yang bersifat umum
- 5) Membuat program kerja terutama yang berhubungan dengan urusan umum dan sumber daya manusia

- 6) Mengevaluasi dan menilai kinerja karyawan untuk memberikan job description pada level tertentu sesuai dengan struktur organisasi
- 7) Menjabarkan tugas – tugas yang telah diberikan oleh direksi untuk mencapai target perusahaan sesuai dengan visi dan misi

c. Pembimbing ibadah

Tugas pembimbing manasik yaitu melakukan proses penyampaian materi praktik manasik haji yang meliputi, manasik ibdah, perjalanan dan pelayanan haji, kesehatan, serta hak dan kewajiban jamaah haji.

Dasar:

- 1) Nomor 13 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji
- 2) Peraturan pemerintah RI Nomor 79 tahun 2012 tentang pelaksanaan UU Nomor 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji
- 3) PMA 14 tahun 2012 tentang haji reguler

Selain itu juga, tugas pembimbing ibadah haji atau umrah adalah memotivasi dan membangkitkan semangat jamaah haji untuk bermunajat kepada Allah. Mengingatkan selalu apabila ada jamaah yang keliru dan belum tahu, agar para jamaah bisa maksimal, khusyuk dalam melaksanakan ibadah haji.

d. Sekretaris

- 1) Membantu atasan untuk mengurus hal – hal yang berkaitan dengan administrasi
- 2) Mengatur agenda didalam kantor

- 3) Mengetik, menyalin semua administrasi / dokumen kantor
- 4) Mengurus dan menata dokumen – dokumen (berkas – berkas jamaah haji / umrah)
- 5) Menjadi perantara / penyambung pihak eksternal kepada pimpinan
- 6) Menyiapkan kebutuhan rapat, prospek atau kegiatan lain pada kantor

e. Bendahara

- 1) Bertanggung jawab dan mengetahui segala pemasukan dan pengeluaran biaya yang diperlukan
- 2) Menginventarisir tanda bukti, kwitansi dalam setiap pemasukan dan pengeluaran b
- 3) Mengarsipkan laporan keuangan dalam bukti laporan keuangan
- 4) Menerima dan mengatur penggunaan dan pemasukan baik dari iuran anggota, atau lainnya
- 5) Memberikan masukan kepada ketua dalam kebijakan bidang pembendaharaan
- 6) Mengkoordinir kas – kas per bulannya
- 7) Membuat, mensosialisasikan, dan menerapkan tata cara/prosedur kebendaharaan kepada semua anggota

f. Operasional

- 1) Mengelola dan mengarahkan tim operasi untuk mencapai target bisnis

- 2) Membantu untuk mengembangkan atau memperbarui prosedur operasi standar untuk semua kegiatan operasional bisnis
- 3) Membangun hubungan yang kuat dengan menangani masalah dan keluhan pelanggan secara tepat waktu
- 4) Memberikan penilaian karyawan, promosi, kompensasi dan pemutusan hubungan kerja berdasarkan tinjauan kinerja
- 5) Memberikan dukungan operasional dan bimbingan kepada staf
- 6) Membantu mengembangkan anggaran operasional dan modal
- 7) Memantau dan mengendalikan pengeluaran sesuai anggaran yang dialokasikan

g. Administrasi

- 1) Melakukan kegiatan service / keperluan kantor
- 2) Penyediaan sarana serta service administrasi perkantoran
- 3) Bertanggung jawab atas kelancaran serta keakuratan data penjualan dan data tagihan
- 4) Mencatat dan memeriksa status data penjualan mana yang sudah masuk serta yang belum
- 5) Membuat hasil input data
- 6) Merekap kebutuhan ATK serta keperluan yang lain, seperti brosur, formulir.⁵

⁵ Dokumen PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, 8 Februari 2020.

B. Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro

Untuk meningkatkan minat jamaah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro menggunakan strategi khusus demi memenuhi kebutuhan dan memuaskan para jamaah. Dalam wawancara dan penelitian langsung yang pernah dilakukan penulis kepada beberapa staff tentang strategi yang dilakukan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro dalam meningkatkan minat jamaah adalah sebagai berikut:

1. Strategi Korporasi

Hasil dari penyusunan strategi korporasi tersebut akan menjadi acuan bagi strategi peningkatan berikutnya, yakni strategi unit bisnis dan strategi fungsional. Adapun strategi korporasi pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro meliputi:⁶

a. Menyediakan layanan informasi diberbagai media

Dalam penyedia jasa perjalanan umrah layanan informasi adalah hal yang paling pertama untuk menunjang berjalannya suatu perusahaan travel. Wawancara yang dilakukan dengan ibu Desti menjelaskan:

“Sebelum menjalankan strategi, langkah pertama yang harus dilakukan adalah menyediakan layanan informasi diberbagai media mbak, hal ini bertujuan untuk memudahkan calon jamaah untuk mendapatkan informasi mbak. Seperti, berkas apa yang perlu mereka

⁶ Wawancara dengan Ibu Desti selaku Operasional PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

siapkan dan mereka bawa ketika mereka datang ke PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro mbak.”⁷

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dilihat bahwa sebelum menjalankan strategi menarik minat jamaah, PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro juga perlu menyediakan layanan informasi seperti *via* telephone, dimana jamaah bisa menelphone pihak PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro dengan batas waktu yang ditentukan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Khotimah salah satu jamaah umrah yaitu:

“Ketika kita memilih datang ke kantor PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro pelayanan yang diberikan oleh para karyawan disana juga sangat baik dan sopan, mereka sangat ramah sekali kepada kami selaku pengunjung atau calon jamaah umrah.”⁸

b. Pengelolaan SDM yang berkualitas

Kualitas suatu perusahaan juga dapat diukur dalam hal ini, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Direktur PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro kemudian mengambil keputusan tentang strategi yang dapat diterapkan pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro. Wawancara dengan ibu Desti pun berlanjut, ia menjelaskan:

“Setelah menyediakan layanan informasi perlunya meningkatkan SDM yang berkualitas juga mbak, melakukan evaluasi adalah salah satunya. Hal ini sangat berpengaruh dalam bertambahnya jamaah yang diberangkatkan mba.”⁹

⁷ Wawancara dengan Ibu Desti selaku Operasional PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

⁸ Wawancara Dengan Ibu Khotimah selaku Jamaah Umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 12 Juli 2021.

⁹ Wawancara dengan Ibu Desti selaku Operasional PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dilihat bahwa Direktur menentukan strategi melalui mitra bisnis yang dilakukan melalui alumni jamaah guna meningkatkan minat para calon jamaah.

c. Meningkatkan standar fasilitas untuk jamaah

Fasilitas merupakan salah satu alat yang penting untuk memuaskan hati pelanggan, hal ini juga menjadi salah satu yang mampu mempengaruhi minat calon jamaah dalam memilih PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro. Wawancara dilanjutkan dengan ibu Armina selaku sekretaris:

“Pada bagian ini kami berusaha memenuhi standar kriteria fasilitas yang bagus dan berbeda dengan biro travel lainnya mbak. Terutama dengan meningkatkan standar fasilitas untuk jamaah ini merupakan salah satu strategi yang paling penting untuk memuaskan hati pelanggan. Seperti menyediakan koper yang besar, tas sandal yang berbentuk *gody bag* untuk dibawa jamaah saat berkeliling masjid dan tempat – tempat lainnya mbak, ini sudah termasuk paket umrah yang kami berikan mbak.”¹⁰

Hasil wawancara pada tahap ini PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro selalu meningkatkan kualitas dari setiap fasilitas yang diberikan untuk jamaah. Membuka segala kritik dan saran dari jamaah yang membuat PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro selalu memperbaiki fasilitasnya dengan standar kualitas yang lebih baik, memberikan dampak positif karena jamaah akan lebih nyaman dan merasa senang.

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Armina selaku Sekretaris PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

d. Memberikan cinderamata sebagai loyalitas kepada jamaah

Untuk menyenangkan dan mengambil hati jamaah banyak cara yang dilakukan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, salah satunya dengan memberikan cinderamata kepada jamaahnya.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Armina:

“Kami memberikan satu tabungan berbentuk kabah dan satu tas kepada jamaah yang telah mendaftar di biro travel ini mbak. Memberikan cinderamata kepada jamaah merupakan suatu loyalitas dari PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro terhadap para jamaahnya mbak, hal ini juga merupakan bagian dari pelayanan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro berikan agar jamaah merasa senang dan puas apabila mendapatkan suatu oleh – oleh dan akan menjadi kenang – kenangan bagi jamaah.”¹¹

Dari keterangan yang dijelaskan diatas, strategi memberikan cinderamata kepada jamaah yang telah dijalankan oleh PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro sangat efisien mengingat sudah banyak calon jamaah haji dan umrah yang mendaftar. Strategi melalui cinderamata sendiri termasuk strategi dari PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro untuk memperluas segmen baru guna menarik minat jamaah untuk bergabung menjadi jamaah di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro.

2. Strategi Unit Bisnis

Strategi unit bisnis merupakan fungsi strategi yang bertujuan untuk yang menentukan tugas dan fungsi dari masing – masing tujuan untuk mencapai organisasi tersebut. Strategi unit bisnis membentuk kejasama kepada para jamaah seperti jamaah bisa menjadi mitra atau jamaah saja,

¹¹ Wawancara dengan Ibu Desti selaku Operasional PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

bila ingin menjadi mitra mereka harus mempunyai syarat – syarat dan strategi sebagai berikut:¹²

a. Strategi *people*/perorang (SDM)

Dalam hal *people* (SDM), untuk menjadi mitra PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, syarat yang paling utama menurut hasil wawancara dengan ibu Armina, bahwa:

“Para jamaah harus beragama Islam. Untuk usia kami tidak menetapkan mbak, mulai dari mahasiswa, pegawai ataupun pensiunan. Siapa saja yang berminat untuk menjadi mitra di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro syaratnya harus ikut menabung juga yaitu sistem tabungan bokingsit.”¹³

Bisa disimpulkan bahwa penerapan strategi *people* PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro telah memiliki kemampuan dan ketrampilan yang layak dalam memasarkan produk umrah dan haji plus, guna menarik minat para calon jamaah haji dan umrah. Sebagaimana wawancara dengan salah satu jamaah umrah yaitu Bapak Slamet:

“Di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro tidak hanya bisa mendaftar umrah saja mba, tetapi kita juga bisa melakukan bisnis disana dengan mendaftar menjadi mitra. Hal inilah yang membuat saya tertarik untuk bergabung di PT. Patria Wisata Cabang Metro.”¹⁴

Kemudin dilanjutkan hasil wawancara dengan salah satu jamaah umrah yaitu Bapak Mustofa:

¹² Wawancara dengan Ibu Armina selaku Sekretaris PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

¹³ Wawancara dengan Ibu Armina selaku Sekretaris PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

¹⁴ Wawancara Dengan Bapak Slamet selaku Jamaah Umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 12 Juli 2021.

“Karena untuk bergabung menjadi mitra PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro harus ikut menabung yang disebut tabungan bokingsit jadi saya memilih program paket tabungan ini mba agar bisa bergabung menjadi mitra.”¹⁵

b. Strategi pelayanan konsumen

Dalam penerapan strategi pelayanan konsumen PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro hanya efisien saja, selain para karyawannya yang ramah dan sopan, karena tingkat kesopanan dan kerapian juga harus diterapkan dalam pelayanan konsumen sebagai daya tariknya. Sebagaimana hasil wawancara dengan ibu Armina, ia mengatakan:

“Jika saya mendapatkan jamaah, dan ingin berkonsultasi maka tidak harus datang ke PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, cukup saya yang mendatangi rumah calon jamaah mbak, menurut saya hal ini sangat mendukung untuk membuat jamaah tertarik pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro mba, namun ada juga hambatannya yaitu saya harus mencari lokasi tempat tinggal calon jamaah.”¹⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas banyak sekali kelebihan yang ditawarkan oleh PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, salah satunya tentang pemberian cinderamata kepada jamaah, hal ini sangat efisien dalam menarik minat jamaah haji dan umrah, produknya bermutu dan variatif meningkat dari tahun ke tahun.

¹⁵ Wawancara Dengan Bapak Mustofa selaku Jamaah Umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 15 Desember 2020.

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Armina selaku Sekretaris PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

3. Strategi Fungsional

Strategi fungsional merupakan suatu bentuk kerja dalam melaksanakan pekerjaannya yang dapat diimplementasikan dengan fungsi – fungsi manajemen yang harus melaksanakan kegiatan – kegiatan tertentu, seperti dalam hal perencanaan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro melakukan suatu proses untuk menentukan tahapan – tahapan untuk mencapai dimasa yang akan datang. Kemudian dalam hal pengorganisasian PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro melakukan pembagian kerja sesuai fungsi dan penetapannya dengan memilih orang – orang yang tepat dalam menjalankan fungsi – fungsinya, dengan menguasai setiap bidang masing – masing untuk membentuk hubungan yang baik dalam mencapai suatu tujuan. Selanjutnya dalam hal pelaksanaan anggota organisasi PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi tersebut.¹⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro selalu mengupayakan strategi – strategi yang optimal demi tercapainya perusahaan yang efisien dan efektif. Dalam strategi – strategi yang telah dilakukan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro telah terjadi peningkatan jumlah jamaah yang bergabung pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro pada tahun 2021 yaitu 1245 jamaah yang telah mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro. Dengan strategi – strategi yang

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Armina selaku Sekretaris PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 5 Juli 2021.

telah dilakukan semakin meningkatnya minat calon jamaah untuk bergabung pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, meskipun jamaah yang telah mendaftar belum bisa diberangkatkan umrah untuk saat ini dikarenakan masih terhambatnya keberangkatan haji dan umrah karena *Covid-19* yang masih diwaspadai sampai saat ini, tetapi hal ini tidak membuat jamaah menunda keinginannya untuk segera bergabung pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro. Dengan sistem tabungan *bokingsit* yang memiliki tempo selama lima tahun masih adanya kesempatan para jamaah untuk berangkat umrah.

C. Analisis Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro

Menerapkan strategi meningkatkan minat jamaah haji dan umrah merupakan usaha peningkatan pelayanan konsumen untuk menambah jumlah pelanggan serta mengukur keberhasilan suatu perusahaan, yaitu dengan berusaha melakukan strategi – strategi untuk menarik minat jamaah, adanya penerapan strategi yang paling efektif akan menjadi impian yang jauh dari kenyataan, maka dibutuhkan suatu aktivitas yang luas dan membutuhkan komitmen serta kerjasama dari seluruh unit tingkat dan petugas jika suatu organisasi ingin berhasil. Apabila ingin tercapainya suatu strategi, maka akan timbul calon jamaah tertarik untuk bergabung pada PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, sebagaimana wawancara dengan salah satu jamaah umrah yaitu bapak Slamet:

“Yang membuat saya tertarik menjadi jamaah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro karena adanya sistem tabungan bokingsit, dan kita juga bisa melakukan bisnis disana dengan mendaftar menjadi mitra.”¹⁸

Selain wawancara dengan bapak Slamet peneliti juga mewawancarai salah satu jamaah umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro yaitu ibu Khotimah. Ibu Khotimah mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro dikarenakan diberitahu oleh bapak Mustofa karena adanya strategi sistem bokingsit. Seperti halnya yang dibicarakan oleh ibu Khotimah:

“Saya mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro karena diberitahu oleh bapak Mustofa, saya tertarik dengan adanya sistem bokingsit dan saya mendaftar umrah dengan mengikuti sistem bokingsit, menurut saya sistem tabungan ini sangat membantu jamaah jika ingin mendaftar umrah mbak, saya juga diberi cinderamata berupa tabungan berbentuk kabah dan satu tas mbak, pelayanan yang diberikan PT. Saudi Patria Wisata sangat istimewa dengan adanya strategi – strategi yang menarik membuat saya tertarik mendaftar umrah disini, dan pelayanan seperti ini belum tentu ada di biro travel lainnya mbak.”¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa meningkatkan minat jamaah diperlukan penerapan strategi yang efektif demi tercapainya suatu organisasi. Maka dalam usaha meningkatkan minat jamaah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, organisasi perusahaan mengatur strategi dengan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada konsumen serta melakukan promosi. Untuk dapat menarik minat jamaah yang maksimal maka diperlukan suatu perencanaan atau strategi sebagai berikut:

¹⁸ Wawancara Dengan Bapak Slamet selaku Jamaah Umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 12 Juli 2021.

¹⁹ ¹⁹ Wawancara Dengan Ibu Khotimah selaku Jamaah Umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro Pada Tanggal 12 Juli 2021.

1. Merekrut SDM Yang Memiliki *Skill*, Ramah dan Tanggap

Keuntungan dari merekrut orang-orang yang memiliki kemampuan baik dalam pelayanan dan ramah untuk suatu usaha jasa adalah akan meningkatkan citra perusahaan. Jika seorang petugas pelayanan kinerjanya bagus, selalu menyapa dan melayani konsumen dengan sepenuh hati, ramah dan tanggap biasanya pelanggan akan lebih leluasa dalam mengungkapkan keinginannya karena mereka merasa aman, nyaman, bahagia, dan tenang. Hal ini bisa menciptakan hubungan yang harmonis antara petugas pelayanan dengan pelanggan, dan akan memungkinkan seorang konsumen menjadi tertarik untuk bergabung di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro. Hal ini terkait dengan SOP PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro yaitu tentang penyambutan kedatangan tamu yang merupakan salah satu pelayanan yang diberikan untuk memberikan citra yang positif dan impresi profesional kepada tamu.

2. Memberikan Pelatihan Para Staf

Memberikan pelatihan kerja yang baik akan berkontribusi pada keberhasilan perusahaan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro dan hal ini terus dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan pelayanan sesuai dengan perkembangan peraturan bagi perusahaan tanpa mengabaikan kepentingan dan prosedur administrasi lainnya. Komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sangat baik, maka perekrutan para petugas pelayanan pelanggan perlu lebih diperhatikan. Dalam artian orang yang direkrut bukan orang yang hanya memahami tugasnya saja, akan

tetapi juga harus memiliki penilaian yang baik dan nyaman dengan keputusan yang diambilnya sendiri. Jika perusahaan melakukan perekrutan dan pelatihan pegawai secara baik, maka perusahaan akan memiliki para pegawai yang produktif.

Oleh karena itu, direktur PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro memberikan pelatihan para staf empat kali dalam setahun atau tiga bulan sekali selalu memberikan nasehat kepada pegawainya untuk senantiasa bersikap sopan terutama dalam menjawab pertanyaan dan keluhan-keluhan jamaah, rapih dalam hal dokumen baik asli maupun *foto copy*, serta tanggap apabila direktur meminta data - data yang di perlukan, karena pelayanan terbaik bisa meminimalisir *complain* yang terjadi baik *intern* maupun *ekstern*.

3. Memberikan Bimbingan Perhatian (Simpati dan Empati) Jamaah Haji dan Umrah

Memberikan perhatian secara pribadi pada jamaah ketika melaksanakan ibadah haji dan umrah di PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, Sebagai contoh adalah menyapa para jamaah yang datang ingin mendaftar atau telepon dengan ramah, menawarkan bantuan, melayani dengan sungguh-sungguh, mengingatkan tentang waktu manasik haji maupun umrah.

Serta mengingatkan kembali saat *check in* ke Bandara Soekarno-Hatta atau waktu persiapan saat esok harinya akan berangkat. Dengan cara *via sms center dan Telephone*, dan staf pegawai memberikan nomor

handphone Pribadi kepada seluruh jamaah agar dapat memudahkan komunikasi apabila sewaktu - waktu membutuhkan informasi terkait prosedur kelengkapan dokumen, pendaftaran dan pembatalan haji dan umrah.

4. Menentukan Tujuan dan Kebijakan Perusahaan

Hal yang cukup penting dalam penentuan tujuan dan kebijakan adalah pemberian informasi. Dengan memberikan pegawai data – data para jamaah yang akan membuat mereka bekerja lebih baik. Pegawai butuh mengenal siapa jamaah mereka. Melibatkan para pegawai dalam menentukan tujuan dan kebijakan merupakan cara yang efektif untuk mendukung mereka selama pelaksanaannya.

5. Mendukung Para Pegawai dan Memberikan Insentif

Sistem penunjang yang baik akan membantu para pegawai menyesuaikan diri dan mencapai kesuksesan. Sistem insentif yang baik akan menginspirasi pegawai untuk berjuang mencapai lebih banyak keberhasilan. Mempromosikan perkembangan, pertumbuhan, dan peningkatan adalah hal – hal yang diharapkan dari adanya insentif. Jika pegawai merasa perusahaan memahami waktu dan energi yang mereka habiskan untuk bekerja, pegawai akan terdorong untuk terus bertumbuh dan berkembang.

6. Membuka Layanan Informasi

Ada beberapa langkah – langkah yang dilakukan oleh PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro yaitu dalam merumuskan strategi

meningkatkan minat jamaah dengan memberikan strategi pelayanan informasi yang baik dan akurat sesuai dengan apa yang dijanjikan, seperti *via* telephone dimana jamaah bisa menelphone pihak PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro dengan batas waktu yang ditentukan dari jam 08.00 pagi sampai 17.00 sore. Layanan informasi lainnya yaitu berupa website, social media, dan brosur. PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro juga telah memiliki mitra bisnis sebagai strategi untuk menarik minat para calon jamaah haji dan umrah.

Hal ini akan terus dikembangkan sebagai upaya untuk meningkatkan minat jamaah haji dan umrah, direktur PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro memberikan nasihat kepada penanggung jawab layanan informasi agar melayani jamaah dengan profesional dan terbaik, seperti ketika ditanya mengenai program perjalanan haji dan umrah, layanan informasi tidak ragu – ragu untuk menjawabnya, sehingga diharapkan bagi layanan informasi untuk mempelajari benar – benar brosur dan program perjalanannya.

Layanan yang dibentuk juga menjadi kekuatan strategi PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro, dikarenakan banyaknya jamaah yang mendaftar melalui layanan informasi yang dapat membantu eksistensi PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro untuk mengembangkan usahanya di bidang penyelenggaraan haji dan umrah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi meningkatkan minat jamaah haji dan umrah yang dilakukan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro adalah faktor dari karyawan yang berkompeten memberikan perhatian penuh kepada jamaahnya dengan bersikap sopan dan ramah, seperti memberikan pelatihan para staf empat kali dalam setahun atau tiga bulan sekali selalu memberikan nasehat kepada pegawainya untuk senantiasa bersikap sopan terutama dalam menjawab pertanyaan dan keluhan-keluhan jamaah memperhatikan kebutuhan jamaah, dan merangkul seluruh jamaah sehingga menimbulkan tali persaudaraan yang tinggi antara para karyawan PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro dengan seluruh jamaah. Fasilitas yang diberikan seperti menyediakan koper besar, tas sandal yang berbentuk *gody bag* untuk dibawa jamaah saat berkeliling masjid dan tempat – tempat lainnya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti kemukakan diatas, maka peneliti menyarankan hendaknya PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro sebaiknya meningkatkan pemahaman ibadah haji terhadap jamaah agar para jamaah akan lebih memahami ibadah yang akan mereka lakukan, meningkatkan standar fasilitas untuk jamaah terutama saat tiba di Arab Saudi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdau, Muhammad Faishol. *Membangun Strategi Lembaga Pendidikan Dalam Pendidikan Karakter*. Surabaya: Global Aksara Pres. 2021.
- Abdul Ghofar, Jirjis Alfarisi. “Strategi Biro Wisata PT. Musfiratur Semarang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ibadah Haji Dan Umrah Tahun 2015”, dalam jurnal fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2016.
- Adriana, Dedi. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: ANDI. 2008.
- Anshori, Muslich, dan Sri Iswati. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University, 2019.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2011.
- AS, Bima, Dinatha. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Ditinjau Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Toko Florist Di Kauman 15 Polos Kota Metro).” *Skripsi*, Lampung: IAIN, 2020.
- As Suhaili, Solihin. *Tuntunan Super Lengkap Haji dan Umrah*. Bumi Pamulang: Cahaya Ilmu. 2018.
- Bachri, Bachtiar, S. “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif.” *Jurnal Teknologi Pendidikan*, (Vol. 10 No. 1, April 2010).
- Bungin, M. Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Choirunnisa. “Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Umrah Di Pt. Al-amin Ahsan (ALISAN) Travel Jakarta Selatan”. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2017.
- Dokumen PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro. 2020.
- Fathi, Aslakhul. “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Jamaah Umrah Pada PT Nur Islami Travel Jakarta Utara”. *Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2021.

- Fauzan. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Di Travel Umrah An-Nur Karah Agung”. Surabaya: UIN Sunan Ampel. 2019.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*. Yogyakarta : Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UM, 1985.
- Hari Purwono, Setiawan, dan Zulkieflimansyah. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Lembaga Penerbitan FEUI. 2001.
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. *Management Strategi*. Yogyakarta : ANDI. 2003.
- Islami, Dipo, Khairu. “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah PT. Margi Suci Minarfa Jakarta Pusat”, dalam jurnal Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014.
- L. Draf, Richard. *Manajemen*. Jakarta; Erlangga. 2002.
- Millah, Fatihatul. “*Strategi Diferensiasi Program Umrah Rasa Haji Pada PT. Sindo Wisata Madiun*”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Muhimmah, Fatihatul, Firda. “Analisis Strategi Pelayanan Jamaah Ibadah Haji dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif Pada PT Ebad Alrahman Wisata Surabaya”. *Skripsi*, fakultas Dakwah, Surabaya 2018.
- Muni, Sri Adrianti. *Kinerja Usaha Pelaku UMKM Etnis Bugis Makassar*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata. 2020.
- Mursid, Muhammad. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta. 2017.
- Racmadi, Anugrah. “Studi Tentang Rekrutmen Calon Jamaah Haji Dalam Keberangkatan Ke Saudi Arabia Di Kantor Kementerian Agama Kota Samarinda”. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, (Vol. 2 No. 2, 2014).
- Rahayu, Sri. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap dan Loyalitas Pembelian*. Jawa Barat: Adau Abimoto. 2021.
- Rahmat, Pupu Saeful. “Penelitian Kualitatif.” *EQUILIBRIUM* Vol. 5, No. 9, Januari – Juni 2009.
- Ratminto. Winarsih, Atik Septi. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2017.
- Sugyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta, 2013.

- Suhaili, As, A. Sholihin. *Tuntunan Super Lengkap Haji & Umrah*. Jakarta: PT Serambi Semesta Distribusi, 2018.
- Syatoro Nasehudin, Toto dan Nanang Gozali. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia. 2012.
- Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Pendidikan Praktis*. Yogyakarta: Offset, 2011.
- Umar, Husein. *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Usman, A. Latif. *Saya Bisa Manasik*. “ttp”: Khalis Media, 2011.
- Wahyudi, Agustinus Sri. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Binarupa Aksara. 1996.
- Wulandari, Desti, dan Armina. Operator dan Sekretaris PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro. *Wawancara*, Metro, 2020.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media, 2016.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1446/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020

12 Juni 2020

Lampiran : -

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Nizaruddin., S.Ag.,M.H
 2. Upia Rosmalinda, M.E.I
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Ova Afifah
NPM : 1704010032
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Haji dan Umrah (MHU)
Judul : Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah Kementerian Agama Kabupaten Lampung Timur

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI MENINGKATKAN MINAT JAMA'AH HAJI DAN UMRAH PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO

A. Wawancara

1. Wawancara kepada ketua pengelola

- a. Bagaimana strategi menarik minat jamaah yang dilakukan oleh pengelola kepada calon jamaah?
- b. Bagaimana cara pengelola berkomunikasi dengan jamaah?
- c. Bagaimana sistem pelayanan kepada para jamaah?
- d. Apakah ada peningkatan calon jamaah umrah dalam setiap pemberangkatan?
- e. Apa yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan minat jamaah?
- f. Apakah ada ketentuan jumlah setoran awal dalam melaksanakan ibadah umrah di PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro?
- g. Paket umrah apa saja yang ditawarkan PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro?
- h. Apakah paket umrah ini sudah termasuk semua fasilitas dan pelayanan jamaah?

2. Wawancara kepada pegawai

- a. Bagaimana konsistensi kinerja yang dilakukan anda dalam menarik minat jamaah?
- b. Bagaimana kesiapan anda dalam memberikan pelayanan kepada jamaah?
- c. Bagaimana keterampilan dan pengetahuan anda dalam menarik minat jamaah?
- d. Bagaimana daya tanggap anda dalam melayani jamaah?

3. Wawancara kepada jamaah

- a. Kenapa anda memilih biro umrah PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro?
- b. Apakah ada alasan khusus yang membuat anda tertarik dengan PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro?
- c. Bagaimana daya tanggap pengelola terhadap anda sebagai jamaah?
- d. Program paket apa yang anda pilih di PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro?
- e. Bagaimana kesopanan pengelola terhadap anda sebagai jamaah?
- f. Bagaimana keramahan pengelola terhadap anda sebagai pengunjung?

- g. Menurut pendapat anda apakah pelayanan yang dilakukan oleh PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro sudah sesuai dengan harapan anda?

4. Dokumentasi

- a. Sejarah singkat PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro?
b. Visi dan Misi PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro?
c. Struktur PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro?

Metro, Juni 2021
Mahasiswa Ybs.



Ova Afifah

NPM. 1704010032

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Nizaruddin, S.Ag., M.H
NIP. 197403021999031001



Upia Rosmalinda, M.E.I



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3883/In.28/D.1/TL.00/12/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pimpinan PT SAUDI PATRIA
WISATA CABANG METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3884/In.28/D.1/TL.01/12/2021, tanggal 02 Desember 2021 atas nama saudara:

Nama : **OVA AFIFAH**
NPM : 1704010032
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MENINGKATKAN MINAT JAMAAH HAJI DAN UMRAH PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 Desember 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

Nomor : 042/SPW-Lpg/XII/2021
Perihal : Surat Izin Research

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro
DI-
Tempat

Berkaitan dengan surat izin dari saudara :

Nama : Ova Afifah
NPM : 1704010032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : S1 Manajemen Haji Dan Umroh
Judul : Strategi Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umroh PT Saudi Patria Wisata Cabang Metro
Tempat Penelitian : PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Metro

Maka saya selaku Kepala Cabang PT. Saudi Patria Wisata Kota Metro memberikan Izin penelitiina kepada nama yang tercantum diatas untuk Melakukan penelitian di lembaga yang kami naungi. Demikian surat ini kami buat agar digunakan dengan sebaik-baiknya.

Metro, 07 Desember 2021

PT. Saudi Patria Wisata



Hj. Bambang Iman Santoso, S.Sos., M.Pd. I
Kepala Cabang

PT. SAUDI PATRIA WISATA

KANTOR PUSAT - Jl. A.R. Prawira Negara No.15 Kauman (Samping Kantor Pajak Kota Metro) Prov. Lampung Telp: 0725 7855215 rumahumrah.lampung@patriawisata.co.id
CABANG SUMMARECON - Cluster Lotus Residence ID 15 Summarecon Bekasi Telp. 0811 796 753 saudi_patriawisata@yahoo.co.id
CABANG MAKASSAR - Jl. RSI Faisal Raya Ruko Ambassador No 01 (Samping Kantor Bulog Pettarani Makassar) Sulawesi Selatan Telp: 0411-878304 rumahumrah.makassar@patriawisata.co.id
CABANG KENDARI - Jl. Mado Sabara II No. 2 Kota Kendari Prov. Sulawesi Tenggara Telp: 040 1341 7566 - HP: 0813 8557 5221 rumahumrah.kendari@patriawisata.co.id



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-3884/In.28/D.1/TL.01/12/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **OVA AFIFAH**
NPM : 1704010032
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MENINGKATKAN MINAT JAMAAH HAJI DAN UMRAH PT SAUDI PATRIA WISATA CABANG METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

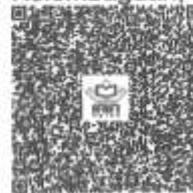
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 02 Desember 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1403/ln.28/S/U.1/OT.01/12/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Ova Afifah
NPM : 1704010032
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Manajemen Haji dan Umroh

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1704010032

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 13 Desember 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296

Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

NAMA : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/Ta : VII/2020-2021

NO	HARI/TANGGAL	PEMBIMBING I	HAL YANG DIBICARKAN	TANDA TANGAN
	Rabu 10/3/21	Acc	revisi di seminarkan	

PEMBIMBING I

MAHASISWA YANG BERSANGKUTAN

Nizaruddin, S.Ag., M.H
NIP. 197403021999031001

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		<p>BAB II</p> <ul style="list-style-type: none">- Pengertian strategi meningkatkan- Ciri² strategi peningkatan yang optimal- Macam² strategi peningkatan- Macam² meningkatkan jamaah- Tujuan minal jamaah- jamaah haji dan umrah- Pengertian jamaah haji dan umrah- Macam² jamaah haji dan umrah- Fasilitas untuk jamaah haji dan umrah	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

UPIA ROSMALINDA, M.E.I

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		BAB IV - Analisis strategi meningkatkan minat tamuah haji dan umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

UPIA ROSMALINDA, M.E.I

Ova Afifah
NPM. 1704010032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hai Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		Acc outline lanjut ke pe-bi-bis	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

UPIA ROSMALINDA, M.E.I

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		Ace Apa lajate no febi bi-ig I	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

UPIA ROSMALINDA, M.E.I

Ova Afifah
NPM. 1704010032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	28/6/2021	<p>Pertanyaan Penelitian di Perbaiki</p> <ul style="list-style-type: none">- Tujuan Penelitian di Perbaiki- Penelitian Relevan di Perbaiki- Perhatikan cara penulisan kutipan langsung dan tidak langsung.- Setiap kutipan diberi pengalasan.	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin., S.Ag., M.H
197403021999031001

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : jainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 28/2/21 /6	Fond Arab di buat 16 Ras LBM tidak berbicara tentang pengertian. di buat piramida terbatali	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin., S.Ag., M.H
197403021999031001

Ova Afifah
NPM. 1704010032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 28/2/21	<p>- Table hal 8 cantumkan 3 tahun terakhir</p>	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin, S.Ag., M.H
197403021999031001

Ova Afifah
NPM. 1704010032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : ainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jun'21 25/21 /6	Acc Outline	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin., S.Ag., M.H
197403021999031001

Ova Afifah
NPM. 1704010032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.mctrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN ~~PROPOSAL~~ SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : IX/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 11/11/21	ACC APD Lanjut Penelitian	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin., S.Ag., M.H
197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	16 november 2021	<ul style="list-style-type: none">- Wawancara Kejamah Hadis dan Umrah- Di BAB IV Analisis foot note nya mana?- Daftar pustaka spasial diperbaiki ikut aturan buku pedoman dan sesuai Abjad	 

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,



UPIA ROSMALINDA, M.E.I



Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	16 november 2021	<p>~ Pada teori ditambah Tujuan strategi Faktor - faktor yang mempengaruhi minat Strategi pelayanan</p> <p>~ Foot not gear dengan di ikut sertakan</p> <p>~ Di BAB IV awal BAB foot note nya mana?</p>	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

UPIA ROSMALINDA, M.E.I

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	23 november 2021	Pada teori ditambah strategi, Korporasi, Bisnis, dan fungsional. lalu bahas dipembahasan dan masukon dalam kesimpulan	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

UPIA ROSMALINDA, M.E.I

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : VIII/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	25 november 2021	Acc skripsi lanjut ke pr-Gi-Gi-g I	

Dosen Pembimbing II,

Mahasiswa Ybs,

UPIA ROSMALINDA, M.E.I

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : IX/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 7/12/21	APD belum terjawab lihat kembali: APD nya. Pertanyaan yg ada di APD harus terjawab semua dan ditulis di sub B bab IV.	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin., S.Ag., M.H
NIP.197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : IX/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at 10/12/21	- Analisisnya belum jelas. / Bukan hanya menampilkan hasil wawancara - wawancara harus di analisis semua dgn teori	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Nizaruddin., S.Ag., M.H
NIP.197403021999031001

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : jainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

NPM : 1704010032

Semester/TA : IX/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu 15/12/21	lengkap dari awal sampai akhir	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin., S.Ag., M.H
NIP.197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Ova Afifah
NPM. 1704010032



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296
Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ova Afifah

Fakultas/Jurusan : FEBI/MHU

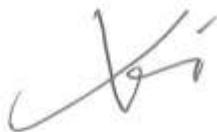
NPM : 1704010032

Semester/TA : IX/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 16/21 /12	Acc uke di Munasorah kan	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,



Nizaruddin., S.Ag., M.H
NIP.197403021999031001



Ova Afifah
NPM. 1704010032

DOKUMENTASI

1. Kantor PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro



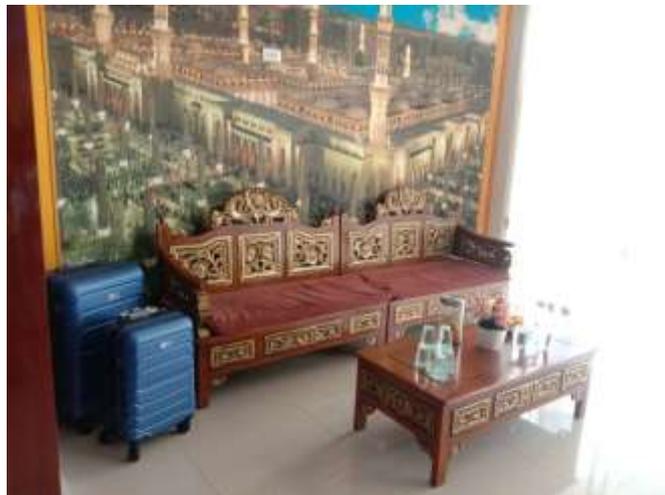
2. Wawancara kepada staf PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro



3. Tempat pelayanan haji dan umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro



4. Tempat penerima tamu jamaah haji dan umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro



5. Tempat menunggu pelayanan haji dan umrah PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro



6. Brosur PT. Saudi Patria Wisata Cabang Metro



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Ova Afifah lahir di Trisnomulyo, Lampung Timur pada tanggal 25 September 1999, merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Supriyanto dan Ibu Karti. Peneliti tinggal di Desa Bangun Rejo Kecamatan Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah.

Peneliti mengawali pendidikan di TK Darul Fallah Kotagajah selesai pada tahun 2005, kemudian peneliti melanjutkan di SDN 1 Bangun Rejo Gunung Sugih selesai pada tahun 2011, kemudian melanjutkan di MTS Ma'arif 02 Kotagajah selesai pada tahun 2014, kemudian melanjutkan di MA Ma'arif 09 Kotagajah selesai pada tahun 2017, dan peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Jurusan S1 Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dimulai pada semester 1 TA. 2017/2018.