

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, diperkirakan jumlahnya sebanyak 229 juta jiwa muslim atau 87,2% dari populasi total penduduk di Indonesia dan sekitar 13 % dari total jumlah populasi muslim dunia. Dengan kuantitas muslim yang besar di negara kita tentu berbanding lurus dengan peningkatan aktivitas keagamaan islam yang terjadi di masyarakat.

Islam memiliki beragam tuntunan dan arahan syariat yang mewajibkan penganutnya melaksanakan segala bentuk dan titah dari Allah dan Rasul Nya. Singkatnya Islam dibangun dan ditopang dengan keberadaan pelaksanaan rukun yang lima di antaranya syahadat, Sholat, Zakat, Puasa dan termasuk pelaksanaan kegiatan Haji. Di sisi lain, setiap orang islam yang melaksanakan peribadahnya tentunya mengharapkan sebuah kesempurnaan dan keparipurnaan dalam setiap menjalankan syariat yang diwajibkan kepadanya.

Tentunya pelaksanaan kegiatan haji merupakan penyempurna dari wujud agama di dalam dirinya. Untuk menuju kesempurnaan ibadah, maka banyak umat islam yang berbondong bondong ingin melaksanakan kegiatan haji. Secara otomatis ini menjadi penyebab peningkatan pemberangkatan jemaah haji pada setiap tahunnya di Indonesia.

Ketertarikan yang tinggi dari masyarakat mengenai pelaksanaan ibadah haji namun kesediaan pelayanan yang disediakan pemerintah pun masih memiliki keterbatasan. Karena tingginya animo ini, sampai pemerintah Arab Saudi menentukan pembatasan jumlah jamaah haji pada tiap tahunnya yang dikenal dengan kuota haji. Ditetapkannya kuota haji pada suatu negara sementara peminat selalu bertambah bahkan melebihi dari batas kuota yang ditetapkan maka terjadilah penangguhan pelaksanaan ibadah haji. Seseorang yang mendaftar haji di tahun tertentu maka akan berangkat beberapa tahun kemudian sesuai antrian dan kuota tiap daerah di Indonesia.

Karena lamanya tunggauan antrian haji akibat adanya sistem kuota dan ada pula pemotongan kuota haji untuk negara Indonesia, maka banyak umat muslim di Indonesia yang lebih memilih melaksanakan kegiatan umrah sebagai salah satu pengganti haji atau menunggu antrian haji. Umrah bisa dikatakan sebagai haji kecil bagi umat muslim yang tidak siap untuk menunggu antrian yang terlampaui lama.

Umrah merupakan salah satu Ibadah sunnah yang sangat dianjurkan di dalam syariat Islam. Kedatangan hamba ke tempat yang disucikan dan sebagai tamu undangan Allah adalah hal yang selalu didambakan setiap muslim. Umrah hari ini tidak hanya marak dilaksanakan oleh muslim menengah ke atas, namun berkat adanya berbagai penawaran umrah yang relatif terjangkau, umrah pun mampu mencangkup muslim dengan berpenghasilan menengah ke bawah. Di sisi lain umrah pun tidak hanya bisa dilaksanakan oleh orang dewasa

melainkan remaja atau anak-anak pun dapat diperbolehkan melaksanakannya (Masithah, 2015).

Pemerintah sendiri telah mengatur pelaksanaan ibadah umrah dalam Undang-Undang No 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan haji, dilanjutkan dengan terbitnya PP No 79 Tahun 2019 yang mengatur teknis pelaksanaan undang-undang tersebut. Di dalamnya dimuat tentang penyelenggaraan ibadah umrah yang harus dilaksanakan oleh pemerintah atau PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah) yang dilegalkan dan mendapatkan perizinan dari pemerintah melalui Direktorat penyelenggara haji dan umrah Kementerian Agama.

Berdasarkan data dari statistik Kementerian Agama sejak tahun 2015 kuantitas jemaah umrah dari Indonesia meningkat signifikan rata-rata besarnya 7,2% pertahun. Pada tahun 2016, Indonesia merupakan urutan ketiga sebagai pengirim jemaah umrah terbesar setelah Pakistan pada urutan kedua dan Mesir pada urutan pertama yang memberangkatkan umrah sebanyak 1,3 juta orang pertahunnya. (PHU Kemenag, 2017)

Tingginya permintaan umrah di Indonesia secara otomatis memberikan sebuah peluang bisnis besar dan menggiurkan bagi lembaga yang siap menyediakan pelayanan jasa pelaksanaan umrah sehingga hari ini begitu marak pertumbuhan biro travel penyelenggara umrah yang tersedia. Tercatat sekitar 651 biro penyelenggara umrah pada tahun 2015-2016, meningkat di tahun selanjutnya menjadi 830 biro penyelenggara umrah dengan total jemaah sekitar

699.000 jemaah umrah. Jika dirata-ratakan maka satu travel memiliki peluang memberangkatkan 820 calon bahkan lebih. (PHU, Kemenag 2017).

Di Indonesia ada ratusan biro perjalanan travel haji dan umrah bahkan di kota Bandung sendiri begitu banyak berdiri biro travel haji dan umrah di antaranya Rabbani Tour, Percik Tours, Qiblat tour, Patra Tours, SS Travel, Putri amani tour, Amisya Tour & Travel, Astrifa Tour, MazQ Tour, Zein Tour, Ghinasepti *International* dan Maqdis Tour serta masih banyak lagi keberadaan jasa penyedia pelayanan haji dan umrah.

Maqdis tour & travel adalah salah satu penyedia jasa layanan perjalanan umrah yang beralamat di Metro Indah Mall Blok D-20 Jl Soekarno Hatta No 590 Bandung. Didirikan oleh Ust. Saiful Mubarak di bawah naungan PT Maqdis Salam pada tanggal 11 September 2011 sebagai biro perjalanan wisata dengan Akte Notaris No 11 oleh kantor notaris Rina Yulianita Pupung, SH. Maqdis tour & travel menyediakan pelayanan akomodasi yang baik , bimbingan ruhiyah dan Al Qur'an menjadi menu utama maqdis travel dalam bimbingan jamaah dalam meraih haji dan umrah yang mabrur.

Keberlangsungan peningkatan berbagai travel umrah serta peningkatan pula dari calon jemaah berangkat yang terjadi tiap tahunnya akhirnya terhenti dan mengalami penurunan yang sangat drastis dan cepat di kala mulai mewabahnya virus covid 19 di Indonesia. Terhitung sejak 2 Maret 2020, Indonesia menjadi bagian dari pandemi covid 19, penyebaran pandemi menjadi dampak yang dahsyat bagi sistem tata kelangsungan hidup di negara kita.

Dampak dahsyat pandemi ini sangat begitu menghantam berbagai bisnis terutama bisnis yang berhubungan dengan perjalanan seperti biro travel penyelenggara umrah. Puluhan bahkan ratusan travel terancam kolaps , bagaimana tidak, tidak adanya transaksi keberangkatan dengan calon jamaah membuat travel mengalami kerugian yang tidak sedikit. Ditambah lagi ketika pandemi dimulai, pemerintah sudah mengeluarkan kebijakan pelarangan keberangkatan travel umrah. Di sisi lain pemerintah Arab Saudi pun mengeluarkan kebijakan sejenis tentang larangan pelaksanaan umrah untuk sementara. Namun jika diperhatikan, keberadaan salah satu travel umrah di kota Bandung yaitu Maqdis travel merupakan salah satu biro penyelenggara umrah yang mampu bertahan dan cenderung stabil di masa pandemi ini.

Terlepas dari problematika ancaman kelangsungan di atas, ada pula kompleksitas permasalahan permasalahan yang muncul dalam pelaksanaan pelayanan pelaksanaan ibadah umrah yang terjadi setiap tahunnya. Permasalahan ini menuntut untuk dilakukannya perbaikan secara terus menerus bagi para penyedia layanan pelaksanaan umrah. Terlebih lebih yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan pelayanan yang selalu menjadi trending topik penyelenggaraan ibadah umrah.

Maka dari itu, banyak dari pengelolaan travel berusaha memberikan sebuah konsep pelayanan optimal dan istimewa dalam melayani para jamaah pelaksanaan ibadah umrah. Begitu pentingnya keberadaan dari kualitas pelayanan ini karena menyangkut dengan kepuasan jamaah dan keberlangsungan travel agar selalu menjadi pilihan jamaah saat melaksanakan

ibadah umrah di kemudian hari. Pelayanan yang baik dapat dikatakan pula sebagai investasi jangka panjang sebuah travel umrah betapa tidak, tidak sedikit para jemaah yang kembali melakukan kegiatan umrah di travel yang sama dikarenakan meninjau dari kualitas pelayanannya.

Begitu pula dengan travel umrah maqdis dalam memberikan kepuasan tersendiri terhadap jemaah adalah dengan memberikan pelayanan terbaik dan maksimal atau dapat disebut sebagai *excellence service* atau pelayanan prima. Hal ini sangat diyakini dan berpengaruh besar terhadap citra dan peningkatan *rating* perusahaan. Terbukti dengan terjadinya peningkatan keberangkatan jemaah umrah pada setiap tahunnya. Hal ini tentu adalah hasil dari konsep pelayanan optimal yang travel maqdis berikan terhadap para konsumennya. Namun perlu diketahui bahwa menyediakan sebuah pelayanan optimal tidaklah mudah untuk diciptakan. Banyak pula travel travel sejenis yang gagal mengembangkan perusahaannya dikarenakan gagal dalam melaksanakan konsepsi pelayanan prima ini. Sulitnya menciptakan pelayanan ini di dalam sebuah travel ialah keberadaan dari problematika intern dan ekstern perusahaan. Hal ini mengakibatkan perlunya sebuah konsep manajerial yang baik dan teratur serta formulasi strategi manajemen dalam menciptakan sebuah pelayanan prima agar mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Dengan tepatnya formulasi strategi manajerial dari perusahaan travel diyakini akan mampu meningkatkan kualitas pelayanannya. Jika ini terjadi, maka sebuah travel tidak akan sekedar untuk mempertahankan eksistensi saja melainkan bagaimana sebuah perusahaan khususnya travel umrah Maqdis

mengembangkan dan meningkatkan *rating* perusahaan dalam berbagai dimensi. Tentu kembali lagi bahwa hal itu semua memerlukan sebuah perencanaan yang matang, implementasi yang tepat serta kontrol dan evaluasi secara berkelanjutan dalam sebuah perusahaan.

Dari pemaparan di atas, begitu tertariknya penulis untuk melakukan penelitian pada Maqdis Tours & Travel sebagai penyelenggaraan kegiatan ibadah umrah yang memiliki citra yang baik di masyarakat dan menjadi pilihan terbaik bagi masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ibadah umrah. Hal ini terbukti dari peningkatan kuantitas dan intensitas keberangkatan jemaah umrah pada tiap bulanya di dalam satu tahun dan kesinambungan pasca pelaksanaan umrah antara jemaah dan perusahaan yang terus terjalin. Untuk itu penulis bermaksud mengkaji kegiatan Manajemen Strategi yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan pelayanan prima. Adapun penelitian ini berjudul “Manajemen Strategi travel Umrah Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima (Studi Deskriptif di Maqdis Tours & Travel Kota Bandung.

B. Fokus Penelitian

Pada penelitian kali ini, penulis memberikan sebuah batasan problematika yang dipaparkan guna untuk menghindari terjadinya perluasan materi serta membantu untuk memfokuskan pada materi tertentu. Batasan masalah yang akan dibahas adalah mengenai analisis manajemen strategi dalam upaya meningkatkan pelayanan prima di Maqdis Tours & Travel. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini ,yaitu:

1. Bagaimana perumusan formulasi manajemen strategi travel umrah maqdis dalam meningkatkan pelayanan prima ?
2. Bagaimana implementasi manajemen strategi travel umrah maqdis dalam meningkatkan pelayanan prima ?
3. Bagaimana evaluasi manajemen strategi travel umrah maqdis dalam meningkatkan pelayanan prima?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini ialah :

1. Untuk mengetahui perumusan formulasi manajemen strategi travel umrah maqdis dalam meningkatkan pelayanan prima.
2. Untuk mengetahui implementasi manajemen strategi travel umrah maqdis dalam meningkatkan pelayanan prima .
3. Untuk mengetahui evaluasi manajemen strategi travel umrah maqdis dalam meningkatkan pelayanan prima.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat secara teoritik
 - a. Untuk memperluas ilmu di bidang manajemen khususnya dalam hal manajemen strategi pelayanan ibadah umrah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan ilmiah dan mendasar yang dapat dipergunakan untuk suatu lembaga yang bergerak di bidang sejenis.

2. Manfaat Praktis.

a. Bagi Peneliti.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperluas wawasan pengetahuan dan memperbanyak pengalaman dalam bidang penelitian dan di sisi lain agar penulis mampu memahami dan mengerti sejauh mana sebuah perusahaan travel umrah mampu bertahan dan terus berkembang di kala pandemi.

b. Bagi Perusahaan.

Diharapkan menjadi sebuah referensi dan rujukan yang mampu mengungkap bahkan memberikan pemecah masalah dalam rangka memajukan perkembangan Maqdis Tours & Travel.

E. Landasan Pemikiran

1. Hasil Penelitian Sebelumnya

Sebagai dasar pembuatan penelitian ini, penulis mengawali penelitian pertama dengan menggunakan pustaka yang telah ada, berupa hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, di antaranya :

Pertama, Skripsi dari Sona Sopyan Permana, dengan Judul “Optimalisasi Fungsi Pengorganisasian Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ibadah Haji”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan ialah teknik observasi, teknik wawancara dan dokumentasi.

Analisis data dalam penelitian ini digunakan penafsiran logika yang dihubungkan dengan konteks manajemen dakwah. (Sona Sopyan Permana, 1144030094, Skripsi Optimalisasi Fungsi Pengorganisasian Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ibadah Haji di Kementerian Agama Kabupaten Garut Taun 2018)

Kedua, Skripsi dari M. Nova Harisandi, dengan judul “Strategi Promosi Paket Ibadah Umrah Ramadhan di An-Naja Haji Umrah Yogyakarta Tahun 2017. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan uji validitas dan metode traigulasi. (Nova Herisandi, 12240064, Skripsi Strategi Promosi Paket Ibadah Umrah Ramadhan Di An Naja Umrah Yogyakarta Tahun 2017)

Ketiga, Skripsi dari Leni Nuraeni, 1211403031, yang berjudul “Strategi pengelolaan pelaksanaan ibadah haji dalam meningkatkan kualitas layanan”. penelitian ini mengenai bagaimana pengelolaan strategi dalam meningkatkan pelayanan calon jemaah. Penelitian ini tergolong penelitian kualitatif, menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan ialah teknik wawancara, teknik observasi dan dokumentasi. (Leni Nuraeni, 1211403031, Skripsi Strategi Pengelolaan pelaksanaan ibadah haji dalam meningkatkan kualitas layanan di Maqdis travel Kota Bandung tahun 2015).

2. Landasan Teori

a. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah seperangkat kebijakan dan perilaku pengorganisasian yang sangat menentukan pencapaian perusahaan dalam interval waktu yang Panjang (Jangka Panjang) (J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, 1996 : 4). Menurut Fred R. David (2004) manajemen strategis adalah seni dan seperangkat ilmu yang berfokus untuk melakukan perumusan strategi, penerapan strategi, dan pengevaluasian keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai objektifnya.

Sedangkan Bambang Hariadi (2003 : 3) berpendapat bahwa manajemen strategis adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan strategi dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai – nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi. Jika dikristalkan manajemen strategi terdiri dari perencanaan, Pengimplementasian dan Evaluasi dari proses implementasi. Adapun Pengimplementasian di dalam manajemen strategi bertujuan untuk menciptakan adat atau budaya organisasi (*culture and climate fit*) yang tertata dan rapih seperti yang termaktub di dalam Al-Qur'an surah As Shaffat ayat 4 , yang artinya:

“Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh. [Q.S.As-Shaff (61):4].”.

Selain itu mengenai tentang evaluasi diperuntukan untuk menilai dan meninjau sejauh mana kenyataan lapangan berjalan sesuai dengan rencana di awal perumusan. Dalam islam, proses evaluasi itu disebut dengan muhasabah, dengan landasan surat Al Hasyr ayat ke 18 yang artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. [Q.S.Al-Hasyr (59):18].

Ayat di atas, selain mencakup mengenai proses evaluasi juga menjelaskan mengenai pentingnya perencanaan di dalam ruang lingkup manajemen strategi. Dengan memperhatikan apa yang telah dilaksanakan (Evaluasi) akan mampu menghasilkan rencana baru yang lebih efektif dan efisien sesuai situasi yang dialami.

Menurut Tunggal Amin Widjaja (2004), Manajemen strategi dapat dibagi menjadi beberapa tugas, di antaranya :

- 1) Merumuskan formulasi strategi perusahaan yang bersumber dari visi (*Grand Why*) , misi, serta tujuan (*purpose*) yang ingin di capai
- 2) Melakukan pengembangan perusahaan dengan meninjau situasi lingkungan internal maupun eksternalnya.
- 3) Meninjau peluang dan ancaman dari lingkungan luar.
- 4) Meninjau peluang perusahaan dalam usaha menyeimbangkan antara peluang dengan ancaman.
- 5) Melakukan identifikasi dan pemilihan keputusan dengan meninjau berbagai kemungkinan.
- 6) Memilih sekumpulan tujuan jangka panjang dan strategi total (*grand strategies*) yang akan mencapai opsi yang paling diinginkan.
- 7) Mengembangkan tujuan tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan kumpulan tujuan jangka panjang yang dipilih dari strategi secara keseluruhan (*grand strategies*).
- 8) Mengimplementasikan pilihan strategi dengan alat alokasi sumber daya yang dianggarkan yaitu menjalankan tugas – tugas, manusia, struktur, teknologi dan menekankan sistem ganjaran.
- 9) Menilai keberhasilan proses strategi sebagai masukan untuk pengambilan keputusan di masa yang akan datang.

Proses manajemen strategis menurut Wheelen dan Hunger (1996 : 9) meliputi 4 elemen dasar, yaitu : (1) menganalisis lingkungan, (2) merumuskan strategi, (3) mengimplementasi strategi, dan (4) mengevaluasi dan mengendalikan.

Di dalam menjabarkan manajemen strategi diperlukan sebuah tools untuk mampu mengintrepetasikan apa yang dibutuhkan oleh perusahaan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Teori SWOT (*Strengths- Weaknesses- Opportunities- Threats*) menurut Wheelen dan Hunger (2012: 16) adalah suatu usaha untuk meninjau sejauh mana keberadaan kekuatan dan kekurangan di dalam tubuh internal organisasi. Lingkungan eksternal terdiri dari keberadaan peluang(*opportunity*) dan ancaman (*threats*) yang berasal dari ekstren organisasi dan pimpinan dalam hal ini tidak bisa mengontrol hal itu dalam jangka waktu dekat.

Selanjutnya lingkungan internal organisasi berasal dari keberadaan kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang berada dalam intern organisasi itu sendiri dan biasanya tidak dalam kontrol pimpinan organisasi dalam waktu dekat. Yang termasuk dalam variabel ini adalah struktur, budaya, dan sumber daya organisasi.

Heinz Wehrich (1982) menjelaskan bahwa matriks SWOT sangat berguna seperti sebuah alat yang sangat penting dalam membantu pimpinan perusahaan dalam menjalankan empat strategi utama di antaranya :

- 1) Strategi *strengths-opportunities* (kekuatan-peluang)
- 2) strategi *weaknesses-opportunities* (kelemahan-peluang)
- 3) Strategi *strengths-threats* (kekuatan-ancaman)
- 4) Strategi *weaknesses-threats* (kelemahan-ancaman)

Lebih lanjut Fred R. David (2011: 178) menjelaskan bahwa mencocokkan faktor internal dan eksternal adalah hal yang paling sulit dalam membuat matriks SWOT karena membutuhkan penilaian yang baik.

b. Pelayanan Prima

Pelayanan prima (*excellent service*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan atau masyarakat (Maddy, 2009: 8).

Beberapa konsep tentang pengertian *service excellence*, di antaranya layanan yang sangat mengerti *need of customer*, atau layanan yang berfokus pada segi menepati janji terhadap customer.

Ada juga gagasan lain mengenai *service excellence* mengandung pengertian yaitu menyuguhkan kepuasan maksimal dari pada yang diharapkan oleh customer, sehingga dapat menyenangkan hatinya. Selain itu dapat pula di pandang dari sisi emosionalnya seperti customer merasa sangat diperhatikan oleh pemberi jasa, contohnya dengan menyebutkan salah satu *interest* atau hobi *costumer* yang akan sangat berkesan bagi seseorang.

Maka pelayanan prima (*service excellence*) dapat diartikan memiliki pengertian sebagai proses pelayanan lebih dari yang diharapkan dengan memberi perhatian kepada waktu, ketepatan, keamanan, kenyamanan, kualitas, kuantitas, biaya, proses dan faktor apapun yang menunjang kepuasan dari *costumer*. (Anorogo, 1993; 107).

Definisi mengenai pelayanan prima yang seringkali diungkapkan oleh para pelaku bisnis terdapat dalam buku pelayanan prima (Barata, 2003;27) di antaranya :

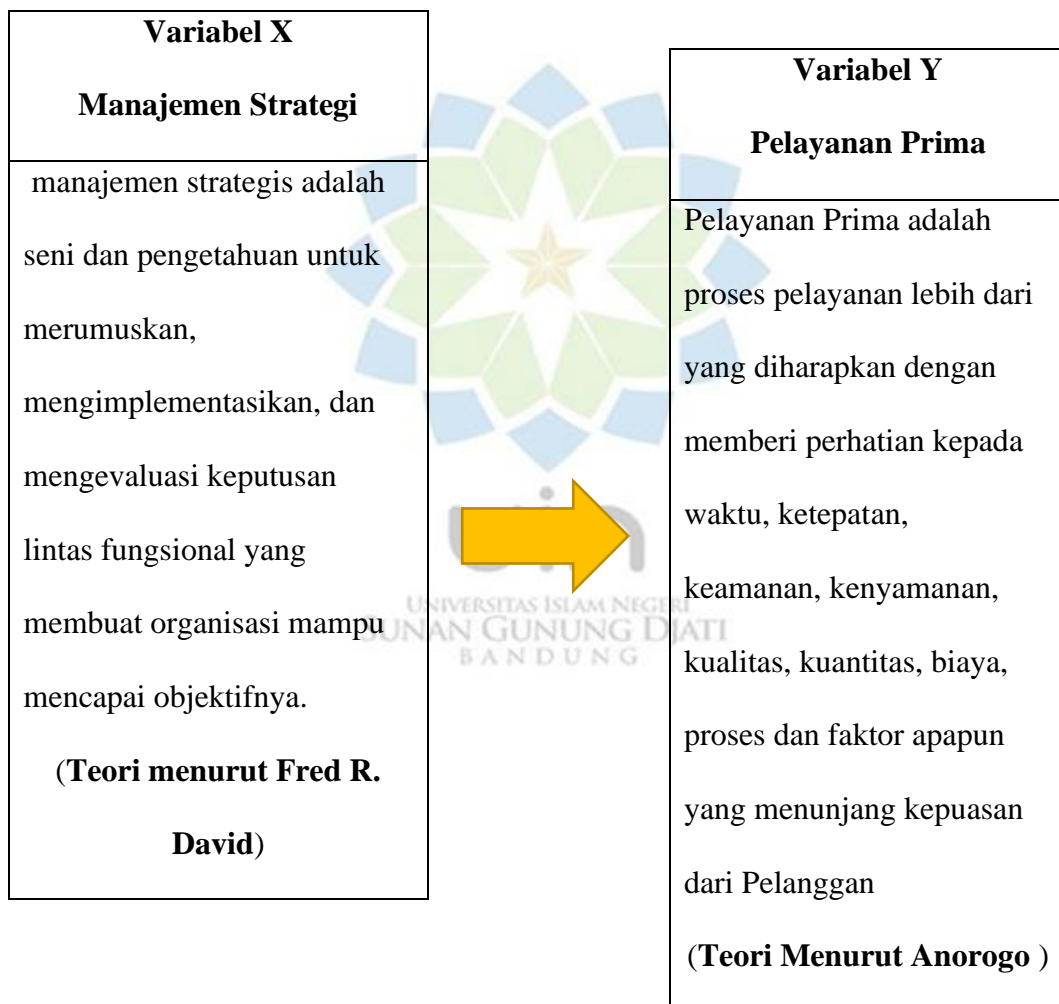
- 1) Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa tenang.
- 2) Layanan prima adalah melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat.
- 3) Layanan prima adalah pelayanan dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.
- 4) Layanan prima adalah menempatkan pelanggan sebagai mitra.

- 5) Layanan prima adalah pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.
- 6) Layanan prima adalah upaya layanan terpadu untuk kepuasan pelanggan. Pengertian layanan prima di atas diungkapkan oleh berbagai pelaku bisnis di bidang yang berlainan.

3. Kerangka Konseptual

Dengan demikian penulis menggambarkan penelitian tersebut dalam sebuah bagan sebagai berikut:





Tabel 1.1 Kerangka Konseptual

Dalam hal ini maqdis tours and travel dalam usaha mempertahankan eksistensi dan kemajuannya di dalam kondisi pandemi covid dan dalam rangka meminimalisir resiko pandemi maka travel maqdis menerapkan sistem manajemen strategi yang terdiri dari perumusan, pengimplementasian dan pengevaluasian pelayanan dalam rangka mencapai optimalisasi pelayanan prima di masa pandemi.

4. Langkah Langkah Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Maqdis tour & travel salah satu penyedia jasa layanan perjalanan umrah yang beralamat di Metro Indah Mall Blok D-20 Jl Soekarno Hatta No 590 Bandung. Pengambilan lokasi itu dikarenakan mengingat kemungkinan lokasi itu efektif untuk dapat dilakukan penelitian, ketersediaan data data yang dibutuhkan serta adanya korelasi dengan pihak maqdis dalam melaksanakan proses penelitian.

Tujuan dipilihnya Maqdis tour & travel ialah bahwa keberadaan Maqdis travel menjadi salah satu travel yang paling diminati sebagai pelayanan umrah di kota bandung, merupakan travel dengan konsep pelayanan yang memiliki ciri khas di banding dengan travel lainnya serta ketahanan travel dalam menghadapi situasi pandemic covid 19 menjadi kecenderungan penulis untuk memilih Maqdis tour & travel sebagai lokasi kajian penelitian.

b. Metodologi Penelitian.

Metode yang penulis gunakan ialah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode ini bertujuan untuk menjelaskan, menggambarkan serta mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan ataupun objek (Sadiah, 2015). Metode deskriptif juga dapat dikatakan sebagai suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti dengan luas, menyeluruh dan mendalam bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta ataupun karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu dengan faktual dan cermat.

Pada proses pengumpulan datanya ia akan menitikberatkan pada observasi lapangan dan keadaan ilmiah, dengan memperhatikan gejala-gejala, mengategorikan, mencatat, dan sebisa mungkin menghindari pengaruh kehadirannya untuk menjaga keaslian gejala yang diamati. Jenis dan sumber data di antaranya :

Data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis data, di antaranya :

1) Data Primer.

Data primer yang terdapat dalam penelitian ini yaitu berkaitan dengan pola strategi pelayanan ibadah umrah dan pengelolaannya travel di Maqdis tour & travel. Sementara yang menjadi sumber data dalam penelitian ini terdapat pada pimpinan utama Maqdis travel, beserta staff khusus pelayanan ibadah umrah.

2) Data Sekunder.

Untuk data sekunder menggunakan data data sebagai penunjang data primer seperti buku buku tentang manajemen strategi, manajemen pelayanan dan teori teori yang berhubungan dengan penyelenggaraan ibadah umrah beserta catatan lainnya.

c. Batasan Penelitian.

Penelitian ini berfokus pada kegiatan manajemen strategi yang dilakukan oleh Maqdis Tours & Travel dalam melakukan peningkatan pelayanan prima. Adapun interval waktu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masa kerja travel maqdis Tours & Travel tahun 2019/2020.

d. **Teknik Pengumpulan Data.**

1) Observasi

Observasi ini dilakukan di Maqdis tour & travel khususnya pada bagian pelayanan perjalanan umrah. Observasi merupakan tata cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara melihat dan mengamati terhadap objek penelitian secara langsung, teknik ini memudahkan dalam mengetahui situasi dan keadaan objek penelitian yang sebenarnya (Sadiah ,2015 :78)

2) Wawancara.

Wawancara yang penulis lakukan dilaksanakan secara langsung terhadap pihak pihak terkait seperti pimpinan utama dan staff khusus umrah yang mengetahui mengenai pelayanan umrah secara mendetail. Wawancara yang kami lakukan dilaksanakan dengan mendalam menyeluruh dan bersifat terbuka. Sesekali kami menggunakan media *online* untuk melakukan kegiatan wawancara, dan demi mendapatkan informasi yang berkualitas maka wawancara dilakukan dengan berulang ulang dan intensitas yang cukup tinggi.

Adapun jenis wawancara yang dilakukan ialah jenis semi struktural. Wawancara semi struktural yang dimaksud ialah wawancara yang daftar pertanyaanya dapat dikembangkan dan tidak terlalu terpaku pada daftar pertanyaan yang dibuat sebelumnya. Diharapkan dengan adanya fleksibilitas ini penulis mampu menggali informasi lebih luas namun akurat. (Arikunto,1998:145)

3) Metode Dokumentasi.

Metode ini dilakukan dalam rangka memperoleh data dan informasi sekitar masalah yang dikaji adalah dengan cara membedah dan menelaah dokumen dokumen berupa berkas berkas laporan penyelenggaraan pelayanan umrah selama ini, dan dengan itu diharapkan data yang diperoleh ialah data yang lengkap, objektif, dan akurat sesuai tujuan penelitian.

Hal lain yang penulis lakukan adalah mencatat hasil wawancara, memeriksa dan mencoba mengumpulkan dokumen serta menguji dokumentasi yang sudah ada berkaitan dengan prosesi pelayanan umrah selama ini.

4) Studi Kepustakaan.

Di dalam penelitian selalu dibutuhkan sebuah konsep dan pemikiran serta materi yang diperoleh dari kepustakaan. Dalam menggali informasi, konsep dan teori dasar yang

dicetuskan para ahli untuk dikumpulkan dan dikorelasikan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Adapun sumber kepustakaan yang diambil ialah berasal dari literatur, bahan kuliah, dan objek kepustakaan lainya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dibahas.

e. Teknik Analisis data.

Analisis data yaitu pengolahan data yang dilakukan setelah semua data yang berkaitan dengan masalah terkumpul yang kemudian menjadi data yang bernilai mengarah pada kesimpulan. Proses ini merupakan proses penelaahan data secara mendalam. Menurut Lexy J Meleong berpendapat bahwa proses analisa data adalah proses pengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, ketegori, dan satuan uraian sehingga dapat ditemukan tema dan dapat diteruskan hipotesis kerja seperti yang di sarankan data. Dalam melakukan analisis data, peneliti menggunakan langkah langkah sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan data data tentang kondisi objektif, dokumen dan hasil wawancara mengenai pola pengorganisasian penyelenggaraan dan pelayanan ibadah umrah di Maqdis tour & travel.

- 2) Data yang sudah diklasifikasikan dibandingkan kembali dengan teori teori yang ada yaitu antara data dari lapangan dengan teori yang ada.
- 3) Menyimpulkan data data sesuai dengan tujuan penelitian yang di rumuskan, yaitu untuk mengetahui strategi pelayanan di Maqdis tour & travel

