

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang adalah sebuah perusahaan yang bergulir di dalam bidang jasa haji dan umrah. Perusahaan ini tidak hanya memfasilitasi ibadah haji dan umrah, tetapi juga memberikan layanan lengkap yang meliputi akomodasi nyaman, transportasi yang aman, serta pengurusan dokumen perjalanan yang krusial. Lebih dari itu, perusahaan berkomitmen untuk memastikan keamanan dan kenyamanan para jamaah selama menjalankan ibadah. Kemudian sudah memberangkatkan lebih dari 20.000 jama'ah, dan juga memiliki 33 cabang di Indonesia, dan telah memperoleh izin resmi dari Kementerian Agama RI untuk penyelenggara umrah dengan Nomor SK Umrah No. U.215 2021 dan izin resmi penyelenggara haji dengan Nomor SK Haji No. 319 2021.

PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang menjamin keberangkatan sesuai jadwal. Akomodasinya pun, selalu memesan hotel minimal berbintang 3 dan selalu dekat dengan Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, yang memiliki jarak sekitar 100-300 meter. Selain itu, perusahaan ini selalu mengutamakan pembimbing yang berpengalaman dan juga memiliki sertifikat BNSP sebagai pembimbing haji dan umrah, serta mengutamakan keamanan dan kenyamanan yang dimulai dari keberangkatan sampai kepulangan.

Ibadah haji merupakan salah satu pilar utama dalam agama Islam. Setiap muslim yang telah memenuhi syarat tertentu, baik secara fisik maupun finansial, diwajibkan untuk menunaikan ibadah haji setidaknya sekali seumur hidup. Kewajiban ini merupakan

bentuk pengabdian seorang muslim kepada Allah SWT dan menjadi simbol kesatuan umat Islam di seluruh dunia. Rangkaian ibadah haji dilaksanakan di Baitullah dan sekitarnya pada waktu-waktu tertentu, dengan tata cara dan syarat yang telah ditetapkan dalam syariat Islam. Sementara itu, Ibadah umrah sebagai ibadah sunnah yang menawarkan fleksibilitas waktu yang lebih luas dibandingkan ibadah haji. Umat Islam dapat menunaikan ibadah umrah kapan saja sepanjang tahun, di luar periode penyelenggaraan ibadah haji. Pelaksanaan umrah meliputi ziarah ke Baitullah dengan niat khusus, kemudian dilanjutkan dengan serangkaian ibadah seperti tawaf, sa'i, dan tahalul.

Tujuan ibadah haji adalah untuk memperkuat ketakwaan dan nilai-nilai spiritual para pelakunya. Hal ini terdapat pada al qur'an surat Al-Hajj ayat 27, yang berbunyi:

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ

Wahai Ibrahim, serulah manusia untuk (mengerjakan) haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki dan mengendarai unta kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh.(Q.S Al-Hajj 27).

Ibadah haji juga memiliki potensi ekonomi yang sangat besar (berdasarkan bukti akademik). Konferensi Internasional Umat Muslim Tahunan melibatkan berbagai sektor penting, mulai dari industri dan manufaktur hingga sektor komersial dan jasa. Kemungkinan ini tidak hanya dipertimbangkan oleh Lembaga tetapi juga oleh penyelenggaraan perjalanan ibadah haji dan umrah yang bersaing untuk mendapatkan empati para jamaah, Masing-masing individu berupaya untuk memberikan bimbingan, pelayanan dan perlindungan dengan memanfaatkan berbagai peluang yang populer.

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Jumlah pemeluk agama Islam di negara ini mencapai angka yang sangat signifikan dibandingkan dengan negara-negara lain dan juga mendapatkan kuota haji terbanyak. Semakin meningkatnya orang islam yang menginginkan beribadah haji maka semakin lama umat islam untuk mendapatkan porsi haji. Maka, Kondisi tersebut mendorong sejumlah besar calon jamaah haji untuk mencari alternatif ibadah yang lebih cepat terlaksana. Ibadah umrah pun menjadi pilihan yang menarik karena dapat dilaksanakan kapan saja sepanjang tahun tanpa harus menunggu waktu yang lama seperti ibadah haji. Fleksibilitas waktu ini memungkinkan calon jamaah untuk mengatur jadwal keberangkatan sesuai dengan kesiapan mereka.

Dengan masa tunggu yang begitu singkat maka, terdapat peningkatan signifikan dalam minat umat Muslim untuk melaksanakan ibadah umrah. Jumlah jamaah umrah yang berangkat ke Tanah Suci mengalami kenaikan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir dapat membuat banyak berdirinya PPIU dan PIHK. Seiring dengan hal tersebut, akan muncul persaingan perusahaan biro jasa haji dan umrah. Setiap perusahaan biro jasa akan saling bersaing untuk memberikan pelayanan prima kepada para jamaah, perusahaan bertujuan membangun citra positif yang berkelanjutan. Harapannya, pelayanan yang memuaskan ini akan menjadikan perusahaan sebagai pilihan utama bagi jamaah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah, sehingga mampu mempertahankan loyalitas pelanggan dan tidak menutup kemungkinan jamaah dapat menggunakan biro jasa yang sama di lain waktu. Namun, apabila kualitas layanan yang diberikan kepada jamaah tidak memenuhi harapan, maka reputasi perusahaan penyedia

jasa haji dan umrah akan tercoreng. Oleh karena itu, perusahaan perlu secara strategik meningkatkan kualitas layanannya agar dapat dipercaya dan unggul dibandingkan kompetitor. Dengan demikian, perusahaan dapat menarik lebih banyak jamaah dan menguasai pasar.

Tidak sedikit biro jasa perjalanan umrah menawarkan harga yang lebih murah untuk paket perjalanan religi. Berdasarkan data Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umrah Republik Indonesia (Amphuri), rata-rata biaya perjalanan umrah saat ini berkisar 28 juta rupiah. Namun, perlu diingat bahwa banyak biro perjalanan yang menawarkan paket umrah dengan harga jauh dibawah rata-rata. Meskipun demikian, kualitas pelayanan yang dijanjikan seringkali tidak sebanding dengan biaya yang ditawarkan. Banyak jamaah yang mengeluhkan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan saat berada di Mekkah.

Permasalahan yang berkaitan dengan umrah yang sangat erat kaitannya dengan pemakaian jasa/konsumen umrah. Persaingan yang ketat dalam bisnis biro perjalanan haji dan umroh tentunya akan membuat setiap perusahaan harus menguras otak dan keuangan. Jadi bagaimana perusahaan tersebut mendapatkan calon jamaah untuk melakukan itu tampaknya bisnis yang mereka jalankan berorientasi pada uang dan uang. Tentu hal ini tidak bisa disalahkan, karena setiap perusahaan bertujuan untuk mendapat untung. Namun yang menjadi perhatian adalah apakah calon jamaah umrah mendapatkan manajemen pelayanan yang baik, transparansi, kejujuran dan juga informasi yang jelas sehingga tidak terjadi kesalahan yang dapat menyesatkan calon jamaah.

Agar suatu biro perjalanan ibadah haji dan umrah bisa mendapatkan jemaah yang banyak, salah satunya dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, tepat dan cepat kepada jemaah, memiliki karyawan yang profesional (ahli dalam bidangnya), serta sarana dan prasarana yang nyaman. Hal tersebut yang akan memberikan sebuah kepercayaan kepada jemaah. Dari kepercayaan itulah yang akan membuka peluang besar untuk para biro perjalanan ibadah haji dan umrah dan akan mencapai target yang diinginkan (Kasmir, 2005).

Dalam sebuah perusahaan, perlu adanya manajemen strategik perusahaan yang tepat, agar perusahaan mampu bertahan, tetap eksis, dan memiliki daya saing (Tuzzahra, 2021). Untuk membuat perusahaan tetap eksis dan bertahan diantaranya banyak competitor serupa, maka perlu adanya manajemen strategik agar banyak konsumen yang tertarik dan mempercayakan perjalanan ibadah haji dan umrah melalui biro perjalanan PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang. Manajemen strategik merupakan suatu proses sistematis yang melibatkan serangkaian aktivitas perencanaan, pengambilan keputusan, dan tindakan yang terarah untuk mencapai keunggulan kompetitif bagi organisasi. Melalui proses ini, organisasi berupaya untuk mengidentifikasi peluang, meminimalkan ancaman, serta memanfaatkan sumber daya secara optimal (Susanto, 2015).

Selain itu, penerapan manajemen strategik menjadi krusial bagi suatu organisasi untuk secara berkelanjutan menciptakan nilai tambah yang signifikan. Melalui pendekatan strategik, organisasi dapat mengidentifikasi peluang pasar baru, memperkuat posisi kompetitif, dan mengatasi tantangan bisnis yang semakin kompleks (Fuertes, 2020). Manajemen strategik melibatkan perumusan berbagai strategik yang secara khusus

dirancang untuk menentukan posisi pasar yang kompetitif serta mengarahkan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Strategi-strategi ini berperan krusial dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat (Tuzzahra, 2021) .

Hal yang terpenting dalam manajemen strategik yaitu memiliki misi untuk mengintegrasikan seluruh elemen manajemen dalam suatu perusahaan, seperti manajemen operasi, manajemen layanan, manajemen pemasaran, dan sedemikian rupa lainnya, sehingga menyelaraskannya dengan tujuan yang ingin dicapai. Hal ini juga sesuai dengan pernyataan Fred David bahwa manajemen strategik berfokus pada manajemen operasional, manajemen pemasaran, dan manajemen pelayanan untuk mencapai keberhasilan organisasi (Taufiqurrahman, 2016).

B. Fokus Penelitian

Bertolak pada uraian latar belakang penelitian, maka yang menjadi fokus penelitian ini tentang Manajemen Strategik Pelayanan Umrah Pada Travel Haji dan Umrah PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang. Selanjutnya agar penelitian ini lebih terarah maka diturunkan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi manajemen strategik PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang dalam meningkatkan kualitas pelayanan umrah?
2. Bagaimana PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung dapat mewujudkan strategik peningkatan kualitas pelayanan umrah?
3. Bagaimana PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung dalam mengevaluasi manajemen strategik peningkatan kualitas pelayanan umrah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana formulasi manajemen strategik PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang dalam meningkatkan kualitas pelayanan umrah serta mengetahui bagaimana cara mengimplementasikan peningkatan kualitas pelayanan umrah dan juga ingin mengetahui bagaimana mengevaluasikan manajemen strategik peningkatan kualitas pelayanan umrah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara akademis

Penelitian ini membukakan wawasan yang luas dan memberikan gambaran mengenai manajemen strategik pelayanan umrah.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca mengenai manajemen strategik pelayanan umrah serta dapat memberikan informasi atau referensi yang relevan bagi penulis lain untuk melakukan penelitian selanjutnya.

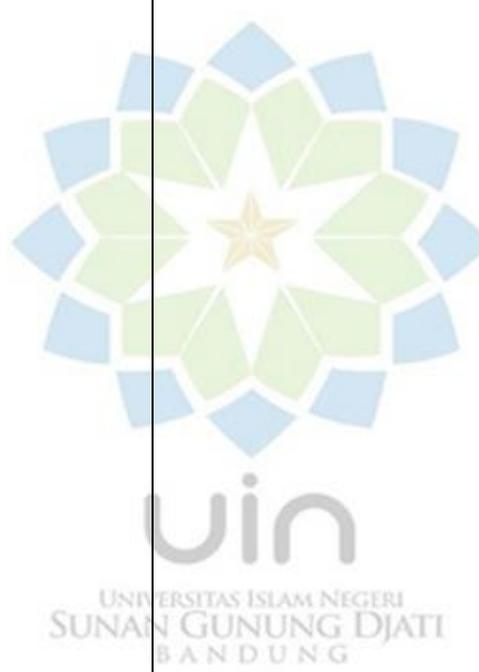
E. Kajian Penelitian Yang Relevan

No	Nama Penulis, Judul, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Penelitian yang dilakukan oleh Mardianah (2012) tentang strategik mempertahankan pelanggan pada iskandaria travel umrah	Perjalanan ibadah haji dan umrah. Dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang	Dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh

	<p>dan haji di Ciputat Tangerang Selatan</p>	<p>strategik pelayanan di biro haji dan umrah.</p>	<p>biro perjalanan haji dan umrah. Analisis mendalam akan dilakukan terhadap aspek-aspek yang mempengaruhi kualitas pelayanan tersebut, termasuk faktor-faktor pendukung dan penghambat yang relevan.</p>
2	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Lia Fadhilah (2018) tentang strategik dan manajemen travel haji dan umrah Kota Medan</p>	<p>Dalam penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategik manajemen pelayanan haji dan umrah</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada upaya peningkatan mutu layanan yang diberikan oleh biro perjalanan haji dan umrah. Melalui analisis mendalam, penelitian ini akan</p>

			<p>mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai faktor yang secara signifikan mempengaruhi kualitas layanan tersebut, baik yang bersifat mendukung maupun penghambat.</p>
3	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Sheila Novila, Abdul Mujib, Ali Azis tentang manajemen strategik pelayanan prima PT. Dago Wisata Internasional dalam meningkatkan kepuasan jemaah haji dan umrah</p>	<p>Dalam penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategik manajemen pelayanan dengan menggunakan konsep strategik formulasi, implementasi, dan evaluasi</p>	<p>Penelitian ini secara mendalam mengkaji implementasi pelayanan prima yang diterapkan oleh PT. Dago Wisata Internasional dalam melayani calon jemaah haji dan umrah. Analisis terutama diarahkan pada penerapan</p>

			<p>prinsip A3, yakni <i>attitude</i> (sikap), <i>attention</i> (perhatian), dan <i>action</i> (tindakan), yang menjadi landasan dalam setiap interaksi dengan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menyelidiki sejauh mana regulasi pelayanan prima yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut telah dijalankan secara efektif.</p>
4	<p>Penelitian yang dilakukan oleh Wirdahani Syafira dan Alim Murtani (2020) tentang analisis strategik promosi, kualitas pelayanan dan</p>	<p>Penelitian ini sama-sama membahas mengenai strategik dan pelayanan.</p>	<p>Produk jasa yang telah dirancang secara cermat ini diharapkan dapat menjadi pembeda utama</p>

	<p>kenyamanan biro perjalanan umrah (studi kasus pada PT. Gadika Expressindo Medan)</p>		<p>dalam persaingan industri penyelenggaraan ibadah haji dan umrah. Dengan demikian, PT. Gadika Expressindo Medan dapat secara konsisten meningkatkan jumlah jamaahnya. Berbagai strategi promosi yang telah disusun pun bertujuan untuk menarik minat calon jamaah, sehingga perusahaan perlu mengambil keputusan yang tepat terkait jenis pelayanan pokok yang akan diberikan dan produk</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			tambahan yang akan ditawarkan
--	--	--	-------------------------------

Tabel 1.1
Kajian Penelitian yang Relevan

F. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

a) Manajemen Strategik

Manajemen strategik adalah pengelolaan perumusan, implementasi, dan evaluasi kebijakan yang berkaitan dengan strategik yang mengarahkan suatu organisasi menuju tujuannya (Fairus, 2019). Pemahaman Lawrence R. Jauch dan William F. Grouch lainnya tentang manajemen strategik adalah berbagai kebijakan dan aktivitas yang mengarah pada perumusan strategik dan, lebih jauh lagi, berbagai strategik efektif yang memfasilitasi pencapaian tujuan organisasi (William, 1989).

Selain itu, definisi manajemen strategik menurut (David, 2017) ialah seni dan ilmu merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Di sisi lain, menurut Michael A. Hitt & R. Duane Ireland & Robert E. Hoslisson (1997), manajemen strategik merupakan sebagai pemahaman mendalam tentang tujuan suatu organisasi dan langkah-langkah konkret untuk mencapai keberhasilan. Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, peran manajemen strategik semakin krusial. Intinya, manajemen strategik merupakan serangkaian keputusan dan

tindakan terencana yang bertujuan untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan.

Manajemen strategik adalah tindakan atau keputusan yang dibuat oleh manajer untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Sasaran strategik yaitu berbalik kepada kepuasan penerimaan pelayanan untuk mencapai tujuan itu sendiri. Menurut (Taufiqurrahman, 2016) manajemen strategik memiliki tiga proses manajemen, yaitu yang pertama tahap formulasi strategik, dimana tahap tersebut meliputi pembuatan visi, misi tujuan dan sasaran, lalu pengidentifikasian faktor internal dan eksternal organisasi, pembuatan rencana jangka menengah dan panjang, dan pembuatan strategik untuk diterapkan, yang kedua yaitu tahap implementasi strategik, tahap ini meliputi penentuan kebijakan, memotivasi sumber daya manusia organisasi, mengalokasikan sumber daya supaya perumusan strategik tersebut bisa diselenggarakan. Cara mengimplementasikan strategik pelayanan yaitu dimana perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, memberikan bonus kepada para jamaah, berkolaborasi dengan media partner seperti memperkenalkan perusahaan tersebut kepada masyarakat. Dan yang terakhir yaitu tahap evaluasi strategik dimana didalamnya harus memperhatikan seluruh hasil dari perumusan dan implementasi strategik, pengukuran kinerja, dan pengambilan keputusan perbaikan.

b) Pelayanan

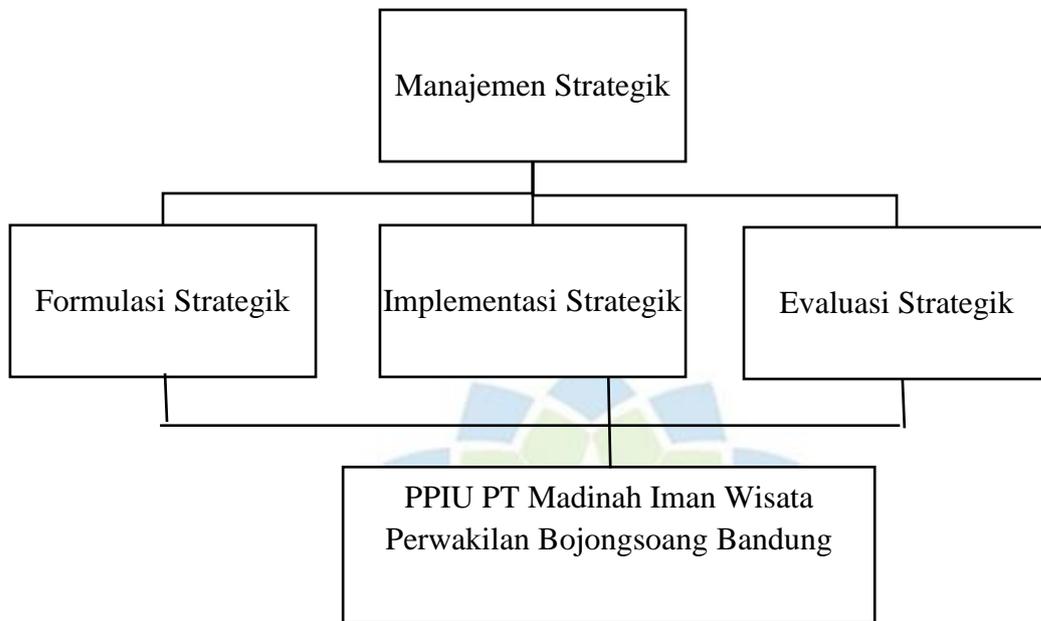
Menurut (Moenir, 2010) Pelayanan umum merupakan suatu proses sistematis yang melibatkan interaksi antara penyedia layanan dan penerima

layanan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan hak-hak masyarakat. Pelayanan ini didasarkan pada kriteria tertentu dan dilaksanakan melalui prosedur yang telah ditetapkan, bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan. Sebagai kegiatan yang berkelanjutan, pelayanan umum menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan bersentuhan langsung dengan berbagai aspek kehidupan masyarakat.

Selain itu, Moenir berpendapat bahwa kualitas pelayanan dapat diukur secara objektif. Hal ini memungkinkan penetapan standar waktu penyelesaian dan hasil yang diharapkan. Dengan adanya standar yang jelas, manajemen dapat merancang, melaksanakan, mengontrol, dan mengevaluasi setiap tahap pelayanan. Tujuan akhir dari proses ini adalah kepuasan pelanggan yang optimal.

Kualitas suatu layanan sangat bergantung pada penerimaan masyarakat terhadap tata kelola, dukungan sumber daya manusia, dan kelembagaan yang menaunginya. Untuk mencapai peningkatan dan penyempurnaan yang berkelanjutan dalam penyelenggaraan layanan, pendekatan manajemen strategik dinilai sebagai solusi yang efektif. Dengan mengadopsi manajemen strategis, diharapkan dapat tercipta suatu kerangka kerja yang komprehensif untuk mengarahkan dan mengendalikan seluruh dinamika perubahan yang dihadapi oleh penyedia layanan.

2. Kerangka Konseptual



Gambar 1.2
Kerangka Konseptual

Manajemen strategik sangatlah penting bagi sebuah perusahaan untuk meningkatkan semua hal yang bersangkutan dengan perusahaan. Agar suatu perusahaan tersebut kedepannya tidak terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan rencana dan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Suatu perusahaan tidak akan tercapai tujuannya jika manajemen strategiknya tidak baik, maka agar manajemen strategiknya baik perlu adanya beberapa proses tahapan.

1) Formulasi Strategik

Formulasi strategik adalah hal-hal yang mencakup mengenai visi dan misi, membuat perencanaan untuk jangka panjang. Formulasi strategik merupakan suatu rangkaian kegiatan perencanaan yang sistematis dalam

organisasi. Proses ini bertujuan merumuskan arah yang jelas dan terukur menuju pencapaian tujuan organisasi. Melalui formulasi strategik, organisasi dapat mengidentifikasi nilai-nilai inti serta prioritas strategik yang akan menjadi landasan dalam mengambil keputusan jangka panjang.

2) Implementasi Strategik

Implementasi disini adalah bagaimana cara untuk mewujudkan rencana yang sudah dibuat untuk kedepannya. Implementasi strategik merupakan tahap di mana rencana-rencana strategis yang telah disusun mulai diwujudkan dalam tindakan nyata. Proses ini melibatkan seluruh anggota organisasi, baik karyawan maupun manajer, untuk bekerja sama dalam merealisasikan strategi yang telah ditetapkan. Implementasi strategis seringkali dianggap sebagai tahapan yang paling menantang karena membutuhkan dedikasi, komitmen, dan pengorbanan dari seluruh pihak.

3) Evaluasi Strategik

Evaluasi strategik ini merupakan tahap terakhir dari tiga proses tahapan manajemen strategik, dimana di dalam tahap ini akan meninjau mengenai faktor internal maupun eksternal yang sedang berlangsung. Dan juga melihat sejauh mana dan sebaik apa kinerja yang sudah dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan dengan kerangka penelitian diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan tiga tahapan manajemen strategik yang sudah ada pada kerangka konseptual diatas, hal ini sebagaimana kerangka konseptual diatas peneliti akan

menelaah data-data yang berhubungan dengan formulasi, implementasi, dan evaluasi yang ada di PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung.

G. Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung yang terletak di jalan Cijagra No. 28 RT. 01 RW. 10 Kec. Bojongsoang Bandung. Adapun alasan yang melatar belakangi untuk penulis memilih lokasi ini karena memiliki sumber data yang sah dan valid. Alasan memilih lokasi ini karena peneliti pernah melaksanakan Praktek Profesi Mahasiswa (PPM) di Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung.

2. Paradigma dan Pendekatan

Menurut (Sugiono, 2007) Penelitian ini menggunakan pendekatan deskripsif, yaitu penelitian yang bersifat umum, berubah dan berkembang sesuai dengan kondisi di lapangan. Pendekatan deskriptif berbasis pustaka untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap permasalahan yang dikaji.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat global, tidak detail, tidak pasti dan sangat fleksibel sehingga sifatnya sangat terbuka. Menurut (Moleong, 2006) penelitian kualitatif yaitu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik tulisan maupun lisan, yang diperoleh dari persepsi langsung. Pemilihan metode kualitatif dalam penelitian ini dimaksud untuk menggambarkan serta menganalisis

suatu hasil peneliti dan menjelaskan tentang Manajemen Strategik Pelayanan Umrah Pada Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung. Serta metode kualitatif memungkinkan penyajian deskriptif yang mendalam dan komprehensif mengenai suatu fenomena, serta mendorong pemahaman yang lebih mendasar tentang hakikat suatu peristiwa.

4. Jenis Data dan Sumber Data

1) Jenis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mencapai suatu tujuan, yaitu memperoleh pemahaman mendalam tentang tentang Manajemen Strategik Pelayanan Umrah Pada Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung. Penelitian kualitatif merupakan salah satu metode penelitian yang menghasilkan temuan yang tidak bisa didapatkan melalui prosedur statistic (Murdiyanto, 2020).

Penelitian kualitatif ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap permasalahan kehidupan sosial dalam konteks yang dialami dan nyata. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang autentik dan kaya dari situasi yang sesungguhnya terjadi.

2) Sumber Data

Dalam setiap penelitian, sumber data merupakan elemen krusial yang menjadi landasan pengumpulan informasi. Sumber data ini dapat diibaratkan sebagai mata air pengetahuan yang menyokong seluruh analisis dan kesimpulan penelitian.

Secara umum, sumber data dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama, yakni data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, dan data sekunder yang merupakan data yang telah diolah sebelumnya.

a. Sumber Data Primer

Penelitian lapang yang dilakukan di PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung ini dilakukan dengan beberapa tahapan (Eriyanto,2011:47), dimulai dari mengidentifikasi, menggali dan juga memahami permasalahan yang terjadi di lapangan, selanjutnya mengulas kepustakaan, menetapkan tujuan dari penelitian tersebut, mengumpulkan data dengan cara wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen dan catatan lapangan.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh dari sumber lain dan dikumpulkan dengan tujuan untuk melengkapi data primer yang telah dikumpulkan (Rezkie, 2021). Peneliti memperkuat temuan dan melengkapi informasi yang diperoleh dari buku-buku, dokumen tertulis, artikel serta disertasi, tesis dan skripsi.

5. Informan atau Unit Analisis

Penelitian Lapang yang dilakukan di PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang ini dilakukan dengan beberapa tahapan menurut (Eriyanto,2011:47) dimulai dari wawancara mengidentifikasi, menggali dan juga memahami

permasalahan yang terjadi di lapangan, selanjutnya mengulas kepustakaan, menetapkan tujuan dari penelitian tersebut, mengumpulkan data dengan cara wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen dan catatan lapangan. Hal ini yang melatar belakangi penelitian, untuk menghasilkan informasi dan data yang akurat, pihak yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu Ibu Eka Nur Aisyah selaku kepala perwakilan,

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian studi kepustakaan digunakan dengan cara meneliti dan memahami buku, dokumen atau sumber tertulis lainnya yang relevan dengan topik. Berdasarkan metode deskriptif dan teknik studi kepustakaan, penelitian ini mencoba memberikan jawaban mengenai manajemen strategik pelayanan umrah melalui data, informasi, dan wawancara yang bersumber dari buku, jurnal, artikel, berita serta laporan-laporan yang relevan.

7. Teknik Penelitian Keabsahan Data

Data merujuk pada data primer yaitu dimulai dari wawancara, mengidentifikasi, menggali dan juga memahami permasalahan yang terjadi di lapangan, dan pada data sekunder sumber data yang dapat digunakan adalah informasi yang diperoleh dari buku-buku, dokumen tertulis, artikel serta disertasi, tesis dan skripsi.

8. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017:14), analisis data kualitatif merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk menyusun data secara sistematis, data tersebut diperoleh

dari berbagai sumber seperti hasil wawancara dan catatan lapangan. Tujuannya adalah untuk memudahkan peneliti dalam menemukan dan memahami permasalahan yang diteliti, sehingga temuan tersebut dapat diinformasikan kepada orang lain. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang meliputi proses serta pemaknaan. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis Miles and Huberman yang melibatkan tiga tahap utama, yaitu:

1) Reduksi Data

Tahap ini merupakan bentuk analisis penyederhanaan atau merangkum catatan lapangan dan membuang data yang tidak perlu dengan permasalahan penelitian. Peneliti menggunakan reduksi data bertujuan untuk mempermudah mendapatkan pengumpulan data secara sistematis agar menjadi gambaran dalam menarik kesimpulan.

2) Penyajian Data

Tahap ini merupakan tahap penyusunan data atau informasi untuk memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian sehingga mampu menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Melalui penyajian data dalam bentuk tabel atau bagan, data dapat tersusun serta dapat mudah dipahami.

3) Penarikan Kesimpulan

Tahap ini merupakan langkah terakhir dalam teknik analisis data kualitatif yang diharapkan dapat diperoleh kesimpulan yang sah dan teruji kebenarannya berdasarkan hasil analisis data yang dikumpulkan melalui observasi dan

wawancara. Kesimpulan ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sejak awal penelitian.

Pada tahap ini, peneliti harus memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik berasal dari data yang akurat dan relevan dengan fokus penelitian. Hal ini penting dilakukan agar kesimpulan yang dihasilkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan tepat mengenai Manajemen Strategik Pelayanan Umrah Pada Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) di PT Madinah Iman Wisata Perwakilan Bojongsoang Bandung.

