

STRATEGI MANAJEMEN PEREKRUTAN JAMAAH PADA BIRO TRAVEL

Annisah Nur Safitri

Institut Agama Islam Negeri Metro
annisahnursafitri2409@gmail.com

Reonika Puspitasari

Institut Agama Islam Negeri Metro
reonikapuspitasari@gmail.com

Diterima: Januari 2021	Direvisi : April 2021	Diterbitkan: Juni 2021
------------------------	-----------------------	------------------------

Abstract: *The purpose of the study was to determine the management strategy applied by PT. Saudi Patria Wisata Metro City Branch Office so that in increasing the number of pilgrims who register at PT. Saudi Patria Tourism. The method used is descriptive method using a qualitative approach. The results of the study can be concluded that the management strategy in recruiting pilgrims at PT. Saudi Patria Wisata KC. Metro City uses a type of expansion strategy, namely through a partner program as a new breakthrough in recruiting pilgrims at the travel agency.*

Keywords: *Management strategy; Recruitment; Travel Agency*

Abstrak: Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi manajemen yang di aplikasikan oleh PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro agar dalam meningkatkan jumlah jamaah yang mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata. Metode yang digunakan adalah dengan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen dalam merekrut jamaah pada PT. Saudi Patria Wisata KC. Kota Metro menggunakan jenis strategi ekspansi yaitu dengan melalui program mitra sebagai suatu terobosan baru dalam perekrutan jamaah di biro travel tersebut.

Kata Kunci : Strategi manajemen; Perekrutan; Biro Travel

PENDAHULUAN

Haji adalah salah satu ibadah umat islam, ia termasuk dalam rukun islam yang ke-5, seseorang yang mampu dalam melaksanakan haji baik dari segi fisik dan finansial wajib melaksanakan ibadah haji. Ibadah haji di dalamnya terdapat latihan lisan (syahadat) supaya

menjadi lisan benar, latihan jasmani rohani melalui ucapan dan gerakan shalat supaya ucapan dan perbuatannya senantiasa benar, memuat latihan mencapai kecerdasan material semangat menggapai karunia Allah dan menggunakannya dengan benar di jalan Allah, dan juga memuat latihan mengelola hawa nafsu supaya tunduk kepada kebenaran sebagaimana disuarakan hati nurani. Pada hakikatnya ibadah haji adalah aktivitas suci yang pelaksanaannya dibutuhkan beberapa syarat salah satunya adalah *istita'ah* (mampu).

Pergi haji diwajibkan sekali seumur hidup bagi muslim yang mampu. Secara kuantitas, jumlah muslim di Negara Indonesia adalah terbanyak didunia, sesuai data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, pemeluk agama islam mencapai 87%. Besarnya jumlah masyarakat muslim yang ada di Indonesia menjadikan orang yang ingin menunaikan ibadah haji pun juga banyak. Hal tersebut menjadikan antrean pergi haji reguler menjadi sangat lama, oleh sebab itu bagi sebagian muslim Indonesia mencari alternatif lain untuk dapat melaksanakan ibadah di tanah suci tanpa harus menunggu lama yakni dengan menunaikan ibadah umrah dan haji plus. Menurut Direktur Haji People Ind, dalam Islamic Tourism Expo 2017, Indonesia merupakan negara terbesar kedua jamaah umroh setelah Negara Pakistan. Sehingga bagi perusahaan travel dunia, Indonesia menjadi perhatian tersendiri karna merupakan salah satu pasar terbesar.

Di Indonesia sendiri sudah banyak sekali terdapat agen perjalanan biro travel haji dan umrah. Dengan begitu banyaknya penawaran agen perjalanan ibadah haji dan umrah di Indonesia tentunya hal demikian menimbulkan persaingan yang sangat ketat, sehingga para pemilik agen biro travel berlomba-lomba menawarkan paket dan harga yang bervariasi. Tentunya setiap agen biro travel memiliki tujuan agar perusahaannya dapat merekrut jamaah lebih banyak lagi. Hal tersebut mengharuskan sebuah travel haji dan umrah harus memilih strategi manajemen untuk dapat digunakan pada biro travel haji dan umrahnya, maka pemilihan strategi manajemen dapat dikatakan sebagai acuan berhasil atau tidaknya sebuah biro travel dalam menjalankan bisnisnya.

Penelitian dilakukan di PT. Saudi Patria Wisata KC. Kota Metro yang bertempat di 16C Metro Barat, Kota Metro. Dalam pengoperasiannya biro travel ini sudah mendapatkan izin resmi dari

Departemen Agama Kota Metro. Dalam menjalankan bisnisnya PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro harus mampu bersaing dengan kompetitor yang bergerak dalam bidang yang sama mengingat diatas sudah dijelaskan juga bahwa sudah banyak agen biro perjalanan haji dan umrah yang terdapat di Provinsi Lampung. Dalam menghadapi persaingan biro travel haji dan umrah, pihak PT. Saudi Patria Wisata Cabang Kota Metro juga menggunakan strategi manajemen dalam memenangkan persaingan dalam merebut daya saing.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas agar bahasan lebih mengarah, maka penulis merumuskan masalah untuk penelitian ini yaitu bagaimana pengelolaan travel haji dan umrah dalam menentukan strategi manajemen untuk merekrut jamaah?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun langkah-langkah penelitian ditempuh dengan; penentuan lokasi penelitian, menentukan rumusan masalah, pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi kemudian menganalisis data dengan cara berfikir induktif yang diawali dari fakta empiris, kemudian penarikan kesimpulan.

LANDASAN TEORI

Strategi menurut KBBI ialah sebuah rencana yang telah disusun dengan cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Menurut Kenneth R. Andrews, strategi adalah sebuah proses pengevaluasian kekuatan maupun kelemahan pada perusahaan yang di hadapi dengan memutuskan penggunaan strategi pasar produk dengan menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Menurut James A. F. Stoner mendefinisikan bahwa manajemen adalah sebuah proses yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan pengguna sumberdaya organisasi lainnya agar suatu tujuan organisasi yang telah ditetapkan dapat tercapai. Menurut Purwanto manajemen strategi ialah suatu keputusan dan tindakan yang

mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi efektif untuk mencapai suatu sasaran perusahaan. Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat dipahami bahwa strategi manajemen adalah sebuah rangkaian aktivitas yang meliputi pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, dan disertai juga dengan penetapan cara aplikasinya yang dibuat oleh pemimpin dan dilaksanakan oleh seluruh pihak yang terkait dalam suatu perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Adapun fungsi manajemen dan unsur-unsur manajemen (Nickela, McHugh) : a). Perencanaan (*Planning*), yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan yang ada di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi. b). Pengorganisasian (*Organizing*), yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan dan semua pihak dalam organisasi bisa bekerja secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan organisasi. c). Pengimplementasian (*Actuating*), yaitu proses implementasi program agar bisa dijalankan oleh semua pihak organisasi dengan penuh rasa tanggung jawab dan produktifitas yang tinggi. d). Pengendalian (*Controlling*), yaitu proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasi, dan diimplementasikan bisa berjalan sesuai target yang telah ditetapkan.

Dalam penerapan manajemen strategi ada empat tahap yang akan dilalui dan saling terkait, yaitu analisis lingkungan, formulasi strategi, implementasi strategi dan pengendalian strategi (Gregory Dess-Lex Miller: 2018:7). Adapun manfaat dari manajemen strategi sendiri yaitu a). Memberi arah jangka panjang yang akan dituju, b). Membantu organisasi melakukan adaptasi dengan perubahan yang ada, c). Membuat organisasi menjadi lebih efektif, d). Aktivitas pembuatan strategi akan mencegah timbulnya masalah pada perusahaan, e). Berkurangnya aktivitas tumpang tindih pada perusahaan.

Strategi manajemen terdiri dari tiga macam yaitu: a). Strategi Stabilitas (*Stability*) yaitu strategi yang dipilih ketika perusahaan akan menekankan pada tidak bertambahnya produk, pasar, dan

fungsi-fungsi perusahaan yang lainnya sehingga dapat meningkatkan aktivitas dan efisiensi dalam segala bidang guna meningkatkan keuntungan perusahaan. Pada strategi ini, resiko yang akan terjadi akan lebih rendah dan sering diterapkan pada produk-produk yang sedang berada pada posisi kedewasaan (*mature*). Jadi strategi ini digunakan pada saat perusahaan ingin meningkatkan efisiensi di dalam perusahaan. b). Strategi Ekspansi (*Expantion*) yaitu strategi yang digunakan oleh perusahaan ketika akan fokus dalam meningkatkan penjualan melalui perluasan pasar. Dalam hal ini, perusahaan akan menambah kelompok konsumen sasaran, contohnya memanah segmen konsumen yang berbeda. Jadi strategi ini digunakan pada saat perusahaan ingin mengalami peningkatan, tetapi resiko yang akan ditanggung juga akan lebih besar karena perusahaan melakukan penambahan produk dan pasar. c). Strategi Penciutan (*Retrenchment*) yaitu strategi ini bertujuan untuk mengurangi produk, fungsi dan pasar. Strategi ini juga bisa digunakan pada saat perusahaan ingin meningkatkan fungsional dengan meminimumkan kegiatan-kegiatan yang mempunyai arus kas negatif (-). Jika perusahaan mengambil strategi penciutan, terdapat beberapa hal yang bisa dilakukan oleh perusahaan yaitu, berhenti (bangkrut), berhenti sementara, mengurangi biaya, mengurangi produk, serta mengurangi pasar. Sebuah perusahaan menggunakan strategi penciutan jika, perusahaan berjalan tidak baik, dan lingkungan perusahaan sangat menghambat sedangkan kekuatan intern perusahaan tidak tidak mampu untuk menghadapinya. Strategi penciutan merupakan strategi terbaik yang dapat digunakan jika perusahaan mengalami krisis yang semakin parah, dan jika perusahaan telah mencoba segala-galanya maka strategi penciutan harus dijalankan lebih serius lagi. Jadi strategi ini digunakan pada saat kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan dengan melakukan pengurangan produk dan pasar.

Proses Perekrutan Jamaah Haji dan Umrah

Rekrutmen adalah langkah awal dalam menerima dan melayani calon jamaah haji. Menurut Drs. Amin Wijaya Tunggal menyatakan bahwa rekrutmen ialah sebuah proses dalam menemukan dan menarik para calon anggota yang mampu untuk memenuhi syarat yang telah ditentukan oleh suatu organisasi.

Calon jamaah haji adalah konsumen dari perusahaan yang agen pemberangkatan jamaah haji. Konsumen merupakan orang atau perusahaan yang membeli suatu barang ataupun jasa dari pihak lain. Rekrutmen disini berarti peserta (calon konsumen jamaah haji). Dalam konteks ini calon jamaah haji ialah konsumen dari perusahaan. Konsumen adalah pembeli barang dan jasa untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Adapun proses perekrutan jamaah pada Biro Trave terdiri dari: *Pertama*, Penyusunan strategi; aktivitas rekrutmen merupakan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Biasanya yang memiliki wewenang dalam menyusun strategi ataupun kebijakan-kebijakan perekrutanyang bersifat umum seperti penentuan dimana akan melakukan proses perekrutan, penetapan berapa sumber biaya maupun penetapan tujuan perjanjian kerja adalah manajemen puncak. Agar proses perekrutan jamaah dapat menghasilkan hasil yang banyak dan dalam jangka waktu yang ditentukan, tentunya cara yang paling efisien adalah dengan melihat berdasarkan pengalaman rekrutmen sebelumnya. *Kedua*, Pencarian calon jamaah haji dan umrah; setelah strategi disusun, proses selanjutnya yaitu menjalankan aktivitas perekrutan. Proses ini melibatkan strategi rekrutmen, organisasi hanya menyampaikan kelebihan dari sebuah produk yang ditawarkan agar dapat menarik minat calon jamaah untuk menggunakan produk yang ditawarkan. *Ketiga*, Penyisihan jamaah yang tidak sesuai; pada tahap ini peserta (calon jamaah) yang tidak memenuhi kriteria atau syarat yang diinginkan maka tidak bisa diterima. *Keempat*, Kelompok jamaah; tahap yang terakhir yaitu kegiatan dalam memproses informasi dan mengkoordinasikannya sehingga informasi siap diperiksa. Pihak biro travel harus menginformasikan tentang status jamaah.

Haji dan Umrah

Haji secara etimologis berasal dari kata *al-hajj* yang berarti tujuan, maksud atau menyengaja melakukan perbuatan yang agung. *Al-hajj* juga berarti mengunjungi ataupun mendatangi. Makna tersebut menjelaskan bahwa orang yang melakukan ibadah haji melakukan aktivitas mendatangi Baitullah (Ka'bah) pada musim haji karena tempat ini paling mulia dan agung guna melaksanakan ibadah haji. Sebagaimana dalam firman Allah pada surah Al-Baqarah (2) : 197

الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَةٌ ۖ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي
 الْحَجِّ ۗ وَمَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ يَّعْلَمُهُ اللَّهُ ۗ وَتَزَوَّدُوا فَإِنَّ خَيْرَ الزَّادِ التَّقْوَىٰ وَاتَّقُونِ
 يَا أُولِي الْأَبْصَارِ

Artinya: (Musim) haji adalah beberapa bulan yang dimaklumi, Barangsiapa yang menetapkan niatnya dalam bulan itu akan mengerjakan haji, Maka tidak boleh rafats[123], berbuat Fasik dan berbantah-bantahan di dalam masa mengerjakan haji. dan apa yang kamu kerjakan berupa kebaikan, niscaya Allah mengetahuinya. Berbekallah, dan Sesungguhnya Terbaik-baik bekal adalah takwa dan bertakwalah kepada-Ku Hai orang-orang yang berakal. (Al-Baqarah (2) : 197)

Hadits perintah tentang menunaikan ibadah haji

Rasulullah Saw bersabda:

“Islam itu ditegakkan diatas 5 dasar: (1) bersaksi bahwa tidak ada tuhan yang patut disembah kecuali Allah dan bahwasannya Nabi Muhammad itu utusan Allah, (2) mendirikan shalat yang lima waktu, (3) membayar zakat, (4) mengerjakan ke Baitullah, (5) berpuasa dalam bulan Ramadhan” (H.R. Muttafaqun ‘alaih)

Secara bahasa kata *umrah* (*عمرة*) berarti *az-ziyarah* yaitu berkunjung atau mendatangi suatu tempat. Kata tersebut juga sama halnya dengan meramaikan tanah suci Mekkah. Kata *umrah* dengan meramaikan memiliki makna yang sama dengan kata *makmur*. Dalam konteks ini *umrah* bukan hanya sekedar meramaikan tempat suci yakni Kakbah, Maqam Ibrahim, Shafa dan Marwah tetapi juga menghormati monumen-monumen Allah sebagai bentuk ketakwaan hamba kepada Tuhannya. Perintah melaksanakan ibadah *umrah* terkandung dalam surah Al-Baqarah (2) : 196

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ وَلَا تَخْلُقُوا
رُءُوسَكُمْ حَتَّى يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحَلَّهُ^ط فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَرِيضًا أَوْ بِهِ أَذًى مِنْ رَأْسِهِ
فَفِدْيَةٌ مِنْ صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ فَإِذَا أَمِنْتُمْ^ج فَمَنْ تَمَتَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا
اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ فَمَنْ لَمْ يَجِدْ فَصِيَامًا ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ فِي الْحَجِّ وَسَبْعَةً إِذَا رَجَعْتُمْ تِلْكَ^ط
عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ذَلِكَ لِمَنْ لَمْ يَكُنْ أَهْلَهُ حَاضِرِي الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَاتَّقُوا اللَّهَ^ط
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah. Tetapi jika kamu terkepung (oleh musuh), maka (sembelihlah) hadyu yang mudah didapat, dan jangan kamu mencukur kepalamu, sebelum hadyu sampai di tempat penyembelihannya. Jika ada di antara kamu yang sakit atau ada gangguan di kepalanya (lalu dia bercukur), maka dia wajib berfidyah, yaitu berpuasa, bersedekah atau berkorban. Apabila kamu dalam keadaan aman, maka barangsiapa mengerjakan umrah sebelum haji, dia (wajib menyembelih) hadyu yang mudah didapat. Tetapi jika dia tidak mendapatkannya, maka dia (wajib) berpuasa tiga hari dalam (musim) haji dan tujuh (hari) setelah kamu kembali. Itu seluruhnya sepuluh (hari). Demikian itu, bagi orang yang keluarganya tidak ada (tinggal) di sekitar Masjidilharam. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah sangat keras hukuman-Nya (QS. Al-Baqarah (2) : 196)

Rasulullah Saw bersabda:

“Ambilah dariku Haji dan Umrah kalian” (HR. Muslim dari Jabir)

Menurut syara' umroh bermaksud menuju Ka'bah untuk beribadah, dengan mengerjakan *thawaf*, dan juga *sa'i*. Dapat di simpulkan bahwa umrah yaitu beribadah dengan

menziarahi Baitullah (Kakbah) dengan rangkaian ibadah yang telah ditentukan menurut syara’.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro telah menggunakan strategi manajemen dalam perekrutan jamaah. Sebelum menentukan jenis strategi manajemen yang digunakan oleh PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro, biro travel tersebut tentunya melakukan tahapan-tahapan dalam menentukan sebuah strategi manajemen yang terdiri dari:

1. Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan dilakukan dengan cara melihat lingkungan perusahaan baik eksternal maupun internal. Adapun lingkungan eksternal meliputi lingkungan umum, lingkungan industri, dan lingkungan operasional. Sedangkan lingkungan internal mencakup sumber daya, kemampuan, dan kompetensi inti. Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Armina menjelaskan:

“Sebelum menentukan strategi, langkah pertama yang harus dilakukan adalah melihat lingkungan sekitar mbak, baik dari internal dan eksternal supaya strategi yang kita gunakan tepat. Dan yang dapat menentukan jenis strategi ini hanyalah Direktur mba, kami sebagai staff hanya menjalankan tugas masing-masing dari jabatan kami mbak”.

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dilihat bahwa sebelum menentukan sebuah strategi manajemen, PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro juga melihat dan menganalisa lingkungan sekitar baik internal ataupun eksternal terlebih dahulu, dan yang dapat menentukan jenis strategi manajemen apa yang dapat digunakan hanyalah Direkur saja.

Dari tahapan analisis lingkungan diperoleh hasil bahwa calon jamaah yang sudah mendaftar di Provinsi Lampung mayoritas mengetahui akan adanya PT. Saudi

Patria Wisata KC Kota Metro berasal dari sanak saudaranya yang telah mendaftar terlebih dahulu di biro travel ini, karena kepercayaan calon jamaah menjadi hal yang sangat penting. Dari sini dapat di ketahui dalam merekrut jamaah perlu adanya sebuah strategi baru dalam merekrut jamaah jadi jamaah yang mendaftar tidak hanya berasal dari alumni jamaah yang sudah mendaftar dengan PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro saja.

2. Formulasi Strategi

Formulasi strategi adalah bagaimana seorang manajer dapat mengambil keputusan. Setelah melakukan analisa lingkungan baik internal maupun eksternal Direktur PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro kemudian mengambil keputusan tentang jenis strategi manajemen apa yang dapat diterapkan pada PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro. Wawancara yang dilakukan kepada Ibu Armina pun berlanjut, ia menjelaskan:

“tentunya setelah menganalisa lingkungan ngga bisa langsung ditentukan strategi manajemennya ya mbak, langkah selanjutnya yaitu mengambil keputusan tentang strategi manajemen apa yang akan dipilih, tahap ini sangat menentukan dalam memilih strategi manajemen, karena jika salah dalam memutuskan strategi, tentu tujuan dari strategi tersebut bisa tidak tercapai”

Dari tahap ini diperoleh hasil bahwa Direktur menentukan strategi melalui mitra bisnis melihat dari promosi yang dilakukan melalui alumni jamaah belum mengalami penambahan jamaah yang mendaftar guna untuk mencari target pasar baru.

3. Implementasi Strategi

Setelah Direktur perusahaan menentukan jenis strategi manajemen yang digunakan, kemudian para karyawan menjalankan strategi-strategi yang telah di

buat oleh Direktur perusahaan. Wawancara di lanjutkan dengan Ibu Desti selaku operasional:

“Pada bagian ini kami menjalankan strategi manajemen yang sudah di tentukan oleh Direktur mba, tentunya dengan semaksimal mungkin”.

Hasil pada tahapan ini karyawan pada PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro menjalankan strategi mitra sebagai strategi terbaru dari perusahaan ini dengan menawarkan brosur-brosur kepada masyarakat, dan mempromosikan agar banyak yang berminat untuk bergabung menjadi mitra dan juga agar dapat merekrut jamaah untuk mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro, karena mitra juga akan mendapatkan keuntungan dari perusahaan jika berhasil mendapatkan calon jamaah yang bersedia mendaftar di biro ini yaitu berupa *fee* dari perusahaan.

4. Pengendalian Strategi

Direktur akan melakukan pemantauan dari strategi manajemen yang telah di jalankan. Pada tahapan ini akan di ketahui jika ada hal-hal yang perlu di perbaiki, demi tercapainya strategi manajemen yang tepat untuk biro travel PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro dalam merekrut jamaah haji dan umrah.

Dari proses pengendalian strategi Direktur mendapatkan hasil bahwa strategi melalui alumni jamaah kurang mendapatkan hasil yang maksimal dalam merekrut jamaah maka di putuslah dengan mengeluarkan program mitra bisnis sebagai trobosan baru dalam strategi menambah jamaah yang mendaftar di biro travel ini.

Berdasarkan langkah-langkah dari proses manajemen strategi dapat di tentukan bahwa biro travel ini menggunakan salah satu strategi dari beberapa strategi yang ada. Strategi yang digunakan pada pada PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro adalah strategi ekspansi (*expantion*), dimana strategi ekspansi adalah strategi yang digunakan dengan melakukan penambahan produk yang sudah

ada, pasar dan fungsi perusahaan sehingga aktivitas perusahaan dapat mengalami peningkatan.

Adapun penerapan-penerapan dari strategi ekspansi ini yaitu dengan adanya beberapa program yang di luncurkan oleh PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro di antaranya:

a. Mitra Bisnis

Mitra Bisnis pada PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro sudah tersebar di seluruh Lampung. Mitra dalam PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro bersifat berorangan. Sistem mitra pada travel ini yaitu mitra mempromosikan terkait produk dari PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro kepada orang lain dan jika mitra mampu mendapatkan calon jamaah haji maupun umrah untuk dapat mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro maka setiap 1 calon jamaah, mitra akan mendapatkan Fee dari Biro Travel. Strategi manajemen pengelolaan pada layanan di PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro mengutamakan pelayanan yang baik, santun, ramah dan mengutamakan kepuasan calon jamaah Haji dan Umrah.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Armina selaku sekretaris pada PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro:

“Strategi mitra yang paling efisien dalam mendapatkan calon jamaah haji dan umrah, karena mitra sendiri sudah banyak tersebar di luar Kota Metro, contohnya ada mitra kami yang berasal dari Tanggamus, jadi yang mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro tidak hanya berasal dari Kota Metro saja mbak”

Dari keterangan yang di jelaskan di atas, strategi mitra bisnis yang di jalankan oleh PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro sangat efisien mengingat sudah banyak calon jamaah haji dan umrah yang

mendaftar yang berasal dari luar Kota Metro, maka hal itu akan menjadikan PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro lebih dikenal oleh masyarakat luas yang berada di luar Kota Metro.

Strategi melalui mitra bisnis sendiri termasuk strategi terbaru dari PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro untuk memperluas segemen baru sebagai pengaplikasian dari strategi ekspansi. Terbukti walaupun strategi ini baru berjalan kurang dari satu tahun sudah ada 50 orang yang bergabung menjadi mitra di PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro.

b. Alumni Jamaah

Strategi ini dianggap paling ampuh dan mempunyai kontribusi yang sangat besar dalam merekrut jamaah diantara strategi yang lain, sebab informasi berawal dari pembicaraan seorang calon jamaah yang merasa puas dengan layanan yang di berikan lalu menyampaikan kepada kepada orang lain, dan orang lain akan membuktikannya sendiri dan akan menceritakan kepada orang lainnya juga sehingga semakin lama berita yang dimaksud akan sampai pada masyarakat luas. Hal ini ditegaskan dalam wawancara kepada Ibu Desti:

“Strategi melalui alumni jamaah yang sudah mendaftar juga ada mba, jadi jamaah yang sudah mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro akan mengajak kenalannya agar juga mendaftar di biro ini, dari observasi yang kami lakukan strategi ini yang paling efektif dalam mencari jamaah baru, karena calon jamaah mendengar sendiri pelayanan apa saja yang di berikan oleh PT. Saudi Patria Wisata KC Kota Metro dari orang yang terlebih dahulu mendaftar di biro ini.”

Dari keterangan di atas, program ini sangat efisien untuk dapat merekrut calon jamaah karena mereka akan lebih percaya dengan PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro dari pelayanan

yang diberikan dari orang-orang yang telah mendaftar di PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa pengelolaan travel haji dan umrah dalam merekrut jamaah pada PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro adalah menggunakan beberapa tahapan diantaranya, analisis lingkungan, formulasi strategi, implementasi strategi dan pengendalian strategi. Dari tahapan-tahapan tersebut dapat ditentukan strategi yang digunakan dalam merekrut jamaah pada PT. Saudi Patria Wisata Kantor Cabang Kota Metro adalah strategi ekspansi yaitu dengan meluncurkan strategi terbaru sebagai langkah dalam memperluas pasar yaitu melalui program mitra. Dalam pelaksanaannya sudah berjalan dengan efisien karena sudah banyak yang bergabung menjadi mitra dan banyak calon jamaah yang mendaftar berasal dari mitra sendiri, namun masih minimnya masyarakat di Kota Metro yang mendaftar ibadah haji dan umrah dikarenakan minimnya pemahaman dan minat masyarakat tentang menunaikan ibadah haji dan umrah di Kota Metro.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Arief Cholil, Abdullah, *Studi Islam II*. Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, tt.
- Azis, Muhammad, *Strategi Kesuksesan Usaha Kecil*, Jurnal Ekoma, Vol. 12, No. 2, Oktober 2012,
- Barkatullah, Abdul Halim, *Hukum Perlindungan Konsumen, Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*. Bandung: Nusa Media, 2008.
- Fadilah, Lia, *Strategi dan Manajemen Travel Haji dan Umroh*, Vol. IV, No. 01, 2019

- Mardalis, *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Proposal)*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Mc. Carthy, Jerome dan Wiliam, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1993.
- Muhajirin, Neon, *Metode penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Reka Sarasin, 2002.
- Nazarudin, *Manajemen Strategik*. Palembang: NoerFikri Offset, 2018.
- Nurjannah, *Lima Pilar Rukun Islam sebagai Pembentuk Kepribadian Muslim*, Jurnal Hisbah, Vol. 11, No. 1, Juni, 2014
- Pearce, Robinson, *Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat, 2014.
- Setiawan Hari, Purnomo, *Manajemen Strategi: Sebuah Konep Pengantar*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996.
- Siagin Sugiarto, Dergibson, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Simamora, Hery, *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Sri Wahyudi, Agustinus, *Manajemen Strategik*. Jakarta : Binarupa Aksara, 1996.
- Sugono, Dendy, *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Suwandri, Sufi, *Haji Mistik ; Sepertinya Tiada Haji Mabruur Di Indonesia*. Bekasi: Intermedia & nalar, 2020.
- Syatoro Nasehudin, Toto dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, 2012
- Tiyanto, Prihatin, *Manajemen Unggul Konsep dan Aplikasi Untuk Bisnis*. Semarang: Edukasi Mitra Grafika, 2009.
- Tulus, Moh. Agus, *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Tunggal, Amin Wijaya, *Kamus Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- Umar, Husein, *Strategi Management in Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.