



**MANAJEMEN STRATEGI UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN JAMA'AH
HAJI PLUS DI PT. OLAYAN TOUR KOTA
PEKALONGAN**

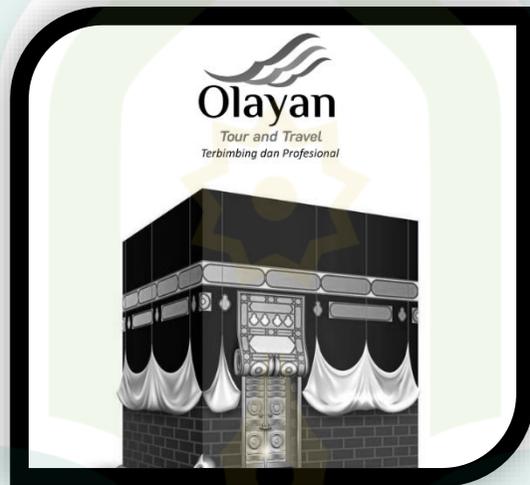


HESTI MAUSUFAH
NIM. 3621031

2025



**MANAJEMEN STRATEGI UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN JAMA'AH
HAJI PLUS DI PT. OLAYAN TOUR KOTA
PEKALONGAN**



HESTI MAUSUFAH
NIM. 3621031

2025

**MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN JAMA'AH HAJI PLUS DI PT. OLAYAN
TOUR KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Manajemen Dakwah



Oleh :

HESTI MAUSUFAH
NIM. 3621031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN JAMA'AH HAJI PLUS DI PT. OLAYAN
TOUR KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Manajemen Dakwah



Oleh :

HESTI MAUSUFAH
NIM. 3621031

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hesti Mausufah

NIM :3621031

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Judul : **“MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN JAMA’AH HAJI PLUS DI PT. OLAYAN
TOUR KOTA PEKALONGAN”**

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 26 Juni 2025
Yang Menyatakan,



Hesti Mausufah
NIM. 3621031

NOTA PEMBIMBING

Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd

Perum Graha Mulia No. A17 Jl. Otto Iskandar Soko, Pekalongan Selatan, Kota Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Hesti Mau Sufah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Manajemen Dakwah

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Hesti Mau Sufah

NIM : 3621031

Judul : **MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN JAMA'AH
HAJI PLUS DI PT. OLAYAN TOUR KOTA PEKALONGAN**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 16 Juni 2025

Pembimbing,



Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd

NIP. 198501132015031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161

Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **HESTI MAUSUFAH**

NIM : **3621031**

Judul Skripsi : **MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN
KEPUASAN JAMA'AH HAJI PLUS DI PT. OLAYAN
TOUR KOTA PEKALONGAN**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 08 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Manajemen Dakwah.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Heriyanto, M.S.I

NIP. 19870809 2018011001


Nurul Maisyal, M.H.I

NIP. 199105042020122012

Pekalongan, 14 Juli 2025

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag

NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Tsa'	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ro'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Tha'	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za'	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ayn	‘	Koma terbaik diatas
غ	Ghin	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Wau	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
ا = a إ = i أ = u	أي = ai أو = au	آ = ā إي = ī أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

جميلة امرأة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

فاطمة = fātimah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh :

ربنا = rabbanā

لبر = al-birr

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh :

الشمس = asy-syamsu

الرجل = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر = al-qamar

البيدع = al-badi'

الجلال = al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu di transliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh :

أمرث = umirtu

شيء = syai'un

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.....

Alhamdulillah rabbil 'alamin.. segala puji Allah SWT berkat rahmat-Nya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan lancar. Shalawat serta salam senantiasa penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dan dengan penuh rasa hormat serta segala rasa terimakasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada orangtua tersayang, Bapak Kusrin dan Ibu Sulasmi. Terimakasih telah membersamaiku dan mengusahakan apapun untukku sampai aku berada di titik ini, segala usaha kalian dengan peluh keringat bercucuran disetiap harinya hanya untuk menjadikanku sebagai anak yang berpendidikan lebih baik. Meskipun bapak dan ibu tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun senantiasa selalu memberikan yang terbaik, tak kenal lelah untuk mendoakan, mengusahakan, dan memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, dan memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Segala hal yang telah dilalui bersama kalian menjadikan pelajaran yang berharga bagi saya, semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat bapak dan ibu lebih bangga karena telah menjadikan anak perempuan pertamanya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan saya semoga bapak dan ibu selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan saya raih dimasa yang akan datang.
2. Untuk kakek saya Dirun dan nenek saya Suryi, yang telah ikut serta merawat saya dan menemani, membantu, memberikan doa terbaik pada saat saya kuliah. Terimakasih sudah menjaga saya dengan baik selama saya menjalani masa kuliah sampai akhirnya selesai. Ucapan “hati-hati dijalan ya ndo” “pulang jangan sore-sore ya” “sarapan dulu sebelum berangkat” akan menjadi ucapan yang saya rindukan nantinya.
3. Kepada adik tercinta Zahira Althafunnisa yang selalu membuat saya termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun

- non-akademik, dan menjadi panutannya dimasa yang akan datang kelak. Nanti kalau sudah dewasa jadi adik yang bisa lebih dari kakak mu ini, dan jauh lebih bisa membahagiakan bapak dan ibu ya dek, kakak akan selalu mendukung setiap langkah kamu.
4. Kepada keponakan saya Hilya Nurrizani. Terimakasih sudah menjadi semangat saya selama menjalani masa skripsi yang cukup melelahkan dan menguras energi ini. Untuk keponakan saya kelak sudah dewasa nanti jadi anak yang baik dan pintar agar membanggakan kedua orang tua kamu.
 5. Kepada kakak saya Anisa Puji Lestari yang telah mengajarkan saya banyak hal dari kecil sampai sekarang saya bisa dititik ini. Terimakasih sudah selalu support saya sampai detik ini dan sudah menjadi teman curhat pada saat dirumah dan pada saat saya lelah menghadapi bangku perkuliahan.
 6. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd, izinkan saya mengucapkan banyak terimakasih, karena sudah bersedia membimbing saya dengan sabar dan bersedia mengantarkan saya untuk menggapai gelar sarjana dan sudah menjadi dosen pembimbing akademik yang selalu sabar mengarahkan sampai saya dititik ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan dan kebaikan untuk Bapak.
 7. Terimakasih kepada Pimpinan, Direktur dan semua Staff PT. Olayan Tour Kota Pekalongan yang sudah memberikan saya kesempatan untuk dijadikan objek penelitian dan sudah membantu saya dalam segi data atau wawancara untuk melengkapi isi skripsi ini sampai akhirnya skripsi ini selesai.
 8. Kepada sahabat-sahabat saya semasa SMP dan SMA yang sudah membantu dan memberikan support untuk saya. Terimakasih kalian sudah memberikan semangat, kesan yang baik dan membahagiakan. Terimakasih sampai saat ini kita masih menjaga tali silaturahmi.
 9. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan saya Lilis Nurrohmah, Adinda Izzatul Karimah, Eri Kurniawati, dan Raudlatul Nasekha yang dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan selesai sudah menjadi teman serta support terbaik selama saya kuliah. Tanpa kalian masa-masa kuliah saya akan terasa abu-abu,

- adanya kalian membuat saya selalu bahagia dan semangat. Meskipun setelah ini akan melanjutkan kehidupan masing-masing dengan kesibukan yang berbeda-beda dan mungkin berada di kota yang berbeda, saya harap pertemanan ini selalu terjaga selamanya.
10. Teman-teman KKN 60 Kelompok 11, Ayu Diah Lestari, Dina Nofita, Yuniar Fatmasari, Muhammad Yusuf, Shilla Nanda Ilyaso, Frisca Sefya Infandari Newinda, Aldi Priansyah, Alif Fikri Dzikriansyah, Hilda Safira, Shohma Mifdah Masya yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan saya yang tidak terlupakan, dan senang rasanya saya memiliki kesan yang baik dan sangat menyenangkan pada saat KKN karena bertemu kalian. Terimakasih atas persahabatan dan dukungan kalian, semoga pertemanan ini selalu terjaga selamanya.
 11. Teruntuk diri saya sendiri Hesti Mausufah, yang sudah bertahan sampai detik ini menjadi “Hesti” yang kuat, bahagia, sehat, dan ceria. Terimakasih sudah memilih untuk bertahan, mau berjuang untuk tetap ada hingga saat ini serta menjadi perempuan yang kuat dan ikhlas atas perjalanan hidup yang menyakitkan itu. Dengan selesai nya skripsi ini telah membuktikan bahwa kamu bisa melewati masa-masa sulit itu dan pada akhirnya kamu bisa menyandang gelar S.Sos dengan penuh kebanggaan. Bagaimanapun kehidupanmu selanjutnya, hargai dirimu, rayakan dirimu, berbahagialah atas segala proses yang telah berhasil kamu lalui untuk masa depan yang lebih cerah dan lebih baik. Tetap menjadi anak perempuan pertama yang kuat dengan segala beban yang kamu punya, karena kedepannya akan jauh lebih berat dari hari-hari sebelumnya.
 12. Kepada member BTS, Kim Namjoon, Kim SeokJin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook. Secara tidak langsung sudah menjadi alasan saya semangat ketika lelah dengan dunia perkuliahan yang jauh dari orangtua dan alasan semangat saya dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.

MOTTO

“Ketika dunia memanggil dengan gemerlapnya, Makkah dan Madinah
memanggil dengan kedamaian. Berangkatlah temukan ketenangan
disana.”



ABSTRAK

Hesti Mausufah, 2025. Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Jama'ah Haji Plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: **Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd.**

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Kepuasan Jama'ah, Haji Plus

PT. Olayan Tour di Kota Pekalongan adalah lembaga resmi yang menyelenggarakan perjalanan ibadah Haji dan telah mendapat izin operasional dari Kementerian Agama Republik Indonesia. Sebagai biro perjalanan Haji Plus, perusahaan ini berkomitmen untuk meningkatkan kepuasan jamaah melalui penerapan strategi manajemen yang terstruktur dan fokus pada kualitas layanan. Namun dalam pelaksanaannya, masih terdapat kendala, terutama dalam aspek promosi digital yang belum berjalan dengan optimal. Kendala ini disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia yang khusus menangani pengelolaan media sosial sebagai alat informasi dan promosi. Situasi ini mendorong PT. Olayan Tour untuk terus melakukan evaluasi internal dan mengembangkan strategi yang adaptif, guna memperkuat loyalitas dan membangun kepercayaan jamaah Haji Plus secara berkelanjutan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pimpinan PT. Olayan Tour Kota Pekalongan, sedangkan data sekunder berasal dari literatur yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan tahapan pengumpulan data, reduksi data, verifikasi data secara sistematis untuk memperoleh kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Manajemen strategi PT. Olayan Tour di Kota Pekalongan untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji meliputi pemindaian lingkungan yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal dalam pelayanan oleh sumber daya manusia yang kompeten, meningkatkan kualitas layanan di tengah persaingan yang ketat, tantangan dalam aspek promosi digital, khususnya terkait dengan keterbatasan sumber daya manusia yang secara khusus menangani pengelolaan media sosial terus diupayakan untuk pengembangan strategi yang lebih adaptif. Implementasi strategi dilakukan dengan membangun hubungan baik dengan jamaah dan mempermudah akses layanan. Evaluasi berkala berdasarkan kritik dan saran dari jamaah penting untuk meningkatkan kepuasan. 2. Peningkatan kepuasan jamaah haji di PT. Olayan Tour ditentukan oleh kualitas produk yang sesuai dengan kebutuhan, memenuhi harapan, dan memberikan pengalaman emosional positif. Selain itu, harga yang sebanding dengan kualitas produk, pelayanan yang baik, serta transparansi biaya kepada jamaah juga memiliki kontribusi dalam meningkatkan kepuasan jamaah Haji Plus.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang mana atas kuasa-Nya peneliti diberi kesehatan dan kekuatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa pula sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW. beserta keluarga dan sahabat. Dalam meningkatkan kepuasan bagi jama'ah Haji Plus tentunya setiap biro travel Haji harus memiliki manajemen strategi yang sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu meningkatkan kepuasan bagi jama'ah Haji Plus. Judul skripsi yang diambil oleh penulis yaitu: Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Jama'ah Haji Plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam penyelesaian studi dan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah.
3. Bapak Hanif Ardiansyah, M.M. Ketua Program Studi Manajemen Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi ini, beliau yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya untuk memberikan dukungan, masukan, kritik dan saran dan arahan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Bapak, Ibu, Adik, Mba, Kakek dan Nenek. Terimakasih atas doa, kasih sayang, membimbing dan selalu mengusahakan, serta semangat dan bantuan baik materi maupun spiritual sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Segenap Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah dan Jurusan Manajemen Dakwah yang telah mendidik dan memberikan banyak wawasan ilmu pengetahuan baru kepada penulis.
7. Para Staff Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang senantiasa berusaha dan berkenan memberikan pelayanan terbaik untuk penulis.
8. Pejabat Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
9. PT. Olayan Tour Kota Pekalongan sebagai tempat penelitian skripsi ini. Terimakasih banyak kepada PT. Olayan Tour Kota Pekalongan yang sudah mengizinkan penulis untuk mengadakan penelitian skripsi ini sampai selesai. Terkhusus untuk Bapak Ilyas Sofwan, Lc, M.M sebagai pimpinan PT. Olayan Tour, Bapak Kurnia Setiawan sebagai Direktur, Mba Nur Hanita sebagai staff. Dan seluruh pengurus PT. Olayan Tour Kota Pekalongan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah angkatan 2021, dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu akan penulis kenang selalu kenangan indah semasa duduk dibangku kuliah ini.
11. Terimakasih untuk semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, atas ucapan semangat dan doa yang senantiasa diberikan untuk saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Terimakasih banyak oleh peneliti ucapkan atas waktu, tenaga dan fikiran yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Disamping itu, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu apabila terdapat kesalahan mohon dimaafkan. Sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun agar bisa menjadi catatan untuk kedepan yang lebih baik.

Pekalongan, 14 Juli 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR BAGAN	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Kerangka Berpikir.....	17
G. Metode Penelitian	18
H. Sistematika Penulisan	22
BAB II MANAJEMEN STRATEGI,KEPUASAN JAMA’AH,HAJI PLUS	23
A. Manajemen Strategi	23
1. Pengertian Manajemen.....	23
2. Pengertian Strategi	25
3. Tahapan-tahapan Strategi.....	27
4. Elemen-elemen Dasar Manajemen Strategis	29
B. Kepuasan Jama’ah	30
1. Kepuasan Jama’ah	30

C. Haji Plus.....	33
1. Ibadah Haji.....	33
2. Syarat Haji	35
3. Rukun Haji.....	37
4. Macam-macam Haji.....	39
BAB III MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN	
KEPUASAN JAMA'AH HAJI PLUS DI PT. OLAYAN TOUR	
KOTA PEKALONGAN	40
A. Gambaran Umum PT. Olayan Tour Kota Pekalongan	40
1. Sejarah.....	40
2. Visi Misi.....	42
3. Struktur Organisasi PT. Olayan Tour Kota Pekalongan	43
B. Deskripsi Data Manajemen Strategi untuk Meningkatkan	
Kepuasan Jama'ah Haji Plus di PT. Olayan Tour Kota	
Pekalongan	44
1. Pemindaian Lingkungan (<i>Environmental Scanning</i>)	45
2. Perumusan Srategi (<i>Strategy Formulation</i>)	51
3. Implementasi Strategi (<i>Strategy Implementation</i>)	52
4. Evaluasi dan Kontrol.....	54
C. Deskripsi Data Tingkat Kepuasan Jama'ah Haji Plus PT.	
Olayan Tour Kota Pekalongan	56
1. Kualitas Produk.....	56
2. Kualitas Pelayanan.....	58
3. Emosional	60
4. Harga.....	62
5. Biaya	63

BAB IV ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN JAMA'AH HAJI PLUS DI PT. OLAYAN TOUR KOTA PEKALONGAN	66
A. Analisis Data Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Jama'ah Haji Plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan.....	66
1. Pemindaian Lingkungan (<i>environmental scanning</i>)	66
2. Perumusan Strategi (<i>strategy formulation</i>).....	70
3. Implementasi Strategi (<i>strategy Implementation</i>).....	71
4. Evaluasi dan Kontrol (<i>evaluation and control</i>).....	72
B. Analisis Data Tingkat Kepuasan Jama'ah Haji Plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan	73
1. Kualitas Produk.....	73
2. Kualitas Pelayanan.....	74
3. Emosional	76
4. Harga.....	77
5. Biaya	79
BAB V PENUTUP	81
A. KESIMPULAN	81
B. SARAN.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	I
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	XX

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Berpikir 18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Kepengurusan PT. Olayan Tour Kota Pekalongan	44
Gambar 3. 2 Pelayanan Terhadap Calon Jama'ah Haji Plus	46
Gambar 3. 3 Hasil Kuesioner Wawancara Jama'ah Haji Plus.....	49
Gambar 3. 4 Media Sosial Instagram Olayan Tour	50
Gambar 3. 5 Pembimbingan Muthowwif dengan Jama'ah Haji Plus	52
Gambar 3. 6 Silaturahmi bersama Jama'ah Haji Plus	54
Gambar 3. 7 Silaturahmi dan Wawancara Langsung Jama'ah Haji Plus	56
Gambar 3. 8 Kuesioner Wawancara Jama'ah Haji Plus	57
Gambar 3. 9 Penilaian Pelayanan Jama'ah Haji Plus.....	57
Gambar 3. 10 Kuesioner Wawancara Jama'ah Haji Plus	58
Gambar 3. 11 SOP PT. Olayan Tour Kota Pekalongan	59
Gambar 3. 12 Pembimbingan Muthowwif Terhadap Jama'ah Haji Plus	59
Gambar 3. 13 Kuesioner Wawancara Jama'ah Haji Plus	61
Gambar 3. 14 Ulasan Salah Satu Jama'ah Haji Plus PT. Olayan Tour.....	61
Gambar 3. 15 Kuesioner Wawancara Jama'ah Haji Plus	62
Gambar 3. 16 Brosur Haji Plus PT. Olayan Tour Kota Pekalongan.....	63
Gambar 3. 17 Kuesioner Wawancara Jama'ah Haji Plus	64
Gambar 3. 18 Bukti Transparansi Biaya Kepada Jama'ah Haji Plus	65
Gambar 4. 1 Hasil Kuisisioner Kepuasan Jamaah Haji Plus	74
Gambar 4. 2 Hasil Kuisisioner Kepuasan Jamaah Haji Plus	75
Gambar 4. 3 Hasil Kuisisioner Kepuasan Jamaah Haji Plus	77
Gambar 4. 4 Hasil Kuisisioner Kepuasan Jamaah Haji Plus	78
Gambar 4. 5 Hasil Kuisisioner Kepuasan Jamaah Haji Plus	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Haji Plus	5
Tabel 3.1 Jumlah Jama'ah Haji Plus.....	42
Tabel 3.2 Struktur Kepengurusan PT. Olayan Tour Kota Pekalongan .	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Transkrip Pertanyaan Wawancara

Lampiran 3 Transkrip Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi

Lampiran 5 Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemerintah menyediakan dua layanan jenis haji yang resmi yaitu haji reguler dan haji plus, meski keduanya sah secara hukum dan pelaksanaan akan tetapi keduanya memiliki perbedaan tersendiri. Perbedaan yang mendasar dilihat dari siapa yang menyelenggarakan, haji reguler yaitu program resmi dari pemerintah dan dilaksanakan melalui Kementerian Agama Republik Indonesia sedangkan haji plus diatur oleh biro travel swasta yang sudah memiliki izin dari pemerintah. Dilihat dari segi pelayanan fasilitas haji plus memberikan keunggulan penginapan yang lebih dekat dengan Masjidil Haram dan lebih nyaman dengan jumlah orang dalam satu kamar lebih sedikit, biaya yang dikeluarkan jauh lebih besar berbeda dengan haji reguler. Haji plus memberikan opsi masa tunggu yang singkat sekitar 5-6 tahun atau yang non-kuota tertentu jamaah bisa langsung berangkat ditahun yang sama atau tahun berikutnya, selain itu haji plus memberikan keleluasaan dalam memilih jadwal pemberangkatan. Kemudian durasi pelaksanaan haji plus dirancang untuk efisiensi sekitar 20 hingga 26 hari.¹

Penyelenggaraan ibadah haji memerlukan pelayanan yang berkualitas serta efisien untuk memastikan bahwa para jamaah nantinya merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang telah diberikan. Tangung jawab dalam suatu penyelenggaraan ibadah haji merupakan kewajiban setiap perusahaan untuk menyediakan layanan yang memadai dalam aspek bimbingan bagi para jamaah. Bimbingan Haji merupakan suatu proses yang bertujuan untuk memberikan dukungan atau edukasi mengenai pengetahuan seputar peraturan-peraturan terkait ibadah haji, manasik haji, dan perjalanan ibadah haji itu sendiri. Dengan demikian, diharapkan jamaah dapat

¹ Rendy Firmansyah, "Perbedaan Haji Plus dan Reguler, Jangan Sampai Salah Pilih!", (Jakarta: IDN Times, 17 April 2015), hlm. 7.

memahami aspek-aspek tersebut sebelum keberangkatan dan selama perjalanan dari Indonesia sampai ke Arab Saudi.²

Tantangan utama dalam manajemen strategis yang dihadapi PT. Olayan Tour Kota Pekalongan dalam upayanya meningkatkan kepuasan jamaah Haji Plus adalah terbatasnya sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dalam promosi digital. Di era digital saat ini, penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube sangat penting untuk memperkenalkan layanan dan membangun citra perusahaan yang positif. Namun, terbatasnya jumlah dan kemampuan SDM yang menguasai strategi pemasaran digital, termasuk membuat konten visual yang menarik, memahami perilaku audiens digital, dan mengoptimalkan algoritma platform sosial, menjadi kendala yang signifikan. Akibatnya, promosi program Haji Plus seringkali tertinggal dibandingkan promosi umrah yang lebih sering dipublikasikan dan memiliki daya tarik lebih besar. Maka dari itu, diperlukan strategi manajemen yang efektif untuk merekrut dan mengembangkan SDM yang mampu melaksanakan promosi digital secara profesional, konsisten, guna mendukung peningkatan kepuasan jamaah Haji Plus secara berkelanjutan.

Ketertarikan masyarakat untuk menunaikan ibadah haji menjadikan adanya persaingan diantara biro perjalanan ibadah haji khususnya haji plus. Dengan hal ini membawa para penyelenggara untuk terus berinovasi dan mengembangkan kualitas layanan mereka agar nantinya dapat memberikan pelayanan yang baik serta kepuasan para jamaah. Suatu ciri pelayanan yang baik yaitu yang mampu memberikan pemenuhan kebutuhan jamaah melalui layanan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH).³ Meningkatkan kepuasan jamaah haji plus merupakan tujuan utama bagi setiap penyelenggara ibadah haji. Dengan kepuasan yang tinggi, tidak hanya reputasi penyelenggara yang terjaga, tetapi juga akan menarik lebih banyak calon jamaah. Melakukan riset secara berkala untuk

² Noor hamid, Manajemen Bimbingan Haji dan Umrah, (Yogyakarta:Semesta Aksara, 2020), hlm. 6.

³ Mariati Rahman, Ilmu Adminitrasi,(Makassar: Sah Media,2017), hlm. 22.

mengetahui ekspektasi, kebutuhan, dan preferensi jamaah. Ini bisa dilakukan melalui survei, wawancara, atau fokus grup.⁴

Manajemen strategi sendiri memiliki peran yang sangat krusial dalam meningkatkan kepuasan jamaah haji plus. Dari banyaknya persaingan biro perjalanan haji plus yang ada di Pekalongan mampu menuntut PT. Olayan Tour untuk memiliki strategi yang tepat agar nantinya mampu bersaing serta menarik minat para calon jamaah dengan memberikan layanan yang unggul dan terbaik, adanya manajemen strategi yang baik dan tepat mampu membantu perusahaan dalam merancang layanan yang lebih baik dan lebih terarah. PT. Olayan Tour ini berusaha dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik dengan menerapkan berbagai strategi, sehingga hal ini mampu memberikan dampak positif bagi PT. Olayan Tour dengan adanya peningkatan jumlah jamaah haji plus disetiap tahunnya. Pesatnya peningkatan jumlah calon jamaah haji setiap tahunnya mencerminkan besarnya keinginan masyarakat Indonesia untuk melaksanakan ibadah haji. Kenaikan jumlah jamaah ini juga mendorong pemerintah untuk menyadari bahwa hal tersebut berkaitan erat dengan tinggi tingkat kepuasan jamaah terhadap pelayanan yang mereka terima.⁵

Layanan haji yang diberikan oleh penyelenggara perjalanan ibadah haji (PPIH) yang dianggarkan melebihi biaya dari haji reguler, dan haji plus ini menjadi salah satu rekomendasi bagi mereka yang ingin melaksanakan ibadah haji tanpa memikirkan waktu tunggu yang lama. Pelayanan yang diberikan terhadap jamaah haji plus ini mulai dari maskapai penerbangan nantinya digunakan akan lebih nyaman dengan fasilitas tambahan yang nantinya akan memberikan kepuasan kepada jamaah. Strategi pelayanan yang baik sangat penting dalam industri yang berorientasi pada layanan, termasuk dalam penyelenggaraan ibadah haji. Dalam konteks ini,

⁴ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 9.

⁵ Almun Wakhida Candra dan Renny Oktavia, Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1, 2021, hlm. 9.

pelayanan yang memuaskan bagi para jamaah haji tidak hanya berpengaruh pada pengalaman ibadah mereka, tetapi juga pada reputasi dan keberlanjutan perusahaan penyelenggara haji.⁶

Setiap tahun jumlah jamaah yang mendaftarkan haji plus ke PT. Olayan Tour ini terus meningkat. Karena pelayanan yang efektif dapat memberikan dampak positif bagi suatu perusahaan sehingga mampu mencapai peningkatan jumlah jamaah haji plus, hal ini terjadi karena strategi yang diterapkan oleh PT. Olayan Tour ini berhasil menarik perhatian minat para calon jamaah haji lain atau alumni jamaah yang datang kembali, sehingga mereka memiliki kepercayaan penuh terhadap perusahaan untuk memfasilitasi pelaksanaan ibadah haji mereka. Penilaian kepuasan terhadap pelayanan menjadi aspek penting serta evaluasi bagi organisasi atau perusahaan guna mengetahui peningkatan kualitas pelayanan yang telah diberikan sesuai dengan realitanya. Sementara itu evaluasi menjadi fokus utama bagi perusahaan untuk memahami bagaimana para jamaah menilai kualitas pelayanan yang diberikan, apakah merasakan kepuasan atau bahkan sebaliknya.⁷

Manajemen strategis melibatkan berbagai komponen, antara lain pemindaian lingkungan, perumusan strategi yang juga dikenal sebagai perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang, serta implementasi strategi itu sendiri, diikuti dengan proses evaluasi dan kontrol.⁸ Strategi dalam meningkatkan kepuasan jamaah haji plus yang dilakukan oleh PT. Olayan Tour ini dengan menerapkan beberapa pendekatan kepada para calon jamaah salah satunya melakukan evaluasi dengan melakukan wawancara langsung dengan jamaah haji. Kemudian dari masukan dan saran tersebut akan digunakan sebagai bahan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan kepuasan kepada jamaah nantinya. Menjaga kepuasan jamaah dengan memberikan layanan

⁶ Ruri Erlangga, *Menjadi Kaya Dengan Berbisnis Trvel Umrah*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2015), hlm. 67.

⁷ Nita, *Staf Administrasi PT. Olayan Tour Kota Pekalongan*, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 10 Februari 2025.

⁸ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Management Strategis*, (Yogyakarta : ANDI, 2003), hlm. 129.

berkualitas, pengalaman yang baik, serta memperhatikan kebutuhan dan harapan jamaah selama ibadah haji. Pada tahun 2024, jamaah yang memilih untuk memakai layanan dari PT. Olayan Tour mengalami peningkatan 50%, karena layanan yang sangat memuaskan dan adanya kepercayaan mereka terhadap PT. Olayan Tour.⁹

Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Haji Plus

Tahun	Jumlah Jamaah Haji Plus PT. Olayan Tour Kota Pekalongan
2020	6 Jamaah
2021	8 Jamaah
2022	9 Jamaah
2023	10 Jamaah
2024	10 Jamaah

Meningkatnya jumlah jamaah haji plus dalam meningkatkan kepuasan jamaah haji plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan. Hal ini menandakan bahwasannya kepuasan jamaah haji plus terus meningkat. Pada Tahun 2020-2024 PT. Olayan Tour Kota Pekalongan masih bisa mencapai target yang diinginkan. Dalam setiap tahun dari mulai 2020-2024 PT. Olayan Tour Kota Pekalongan terus mengalami peningkatan yang lumayan signifikan. Meningkatnya kepuasan jamaah haji plus yang ada di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan sudah cukup terkenal di masyarakat.¹⁰

Dalam upayanya meningkatkan kepuasan jamaah Haji Plus adalah semakin ketatnya persaingan dengan biro perjalanan haji lain di wilayah yang sama. Banyak biro yang menawarkan program serupa dengan harga yang bervariasi dan fasilitas yang kompetitif, sehingga calon jamaah memiliki banyak pilihan, dan hal ini menjadikan loyalitas terhadap satu biro menjadi tantangan

⁹ Ilyas Sofwan, Lc, MM Pimpinan PT. Olayan Tour Kota Pekalongan, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 27 September 2024.

¹⁰ Nita, Staff PT. Olayan Tour Kota Pekalongan, Wawancara Pribadi, Pekalongan, 30 September 2024.

tersendiri. Pelayanan memiliki peran penting dalam menentukan kepuasan jamaah haji. Jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan calon jamaah haji, maka hal ini akan memberikan kontribusi pada tingkat kepuasan mereka. Sebaliknya, jika harapan jamaah haji tidak terpenuhi, maka pelayanan tersebut dianggap tidak memuaskan. Di sisi lain, jamaah haji akan merasa sangat puas jika kenyataan pelayanan yang mereka terima melebihi harapan yang ada. Penentu kepuasan konsumen mencakup kinerja pelayanan terhadap pelanggan, serta kinerja staf dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen dapat diukur melalui penerimaan terhadap aspek-aspek layanan yang diberikan.¹¹

Dalam sektor jasa perjalanan haji, khususnya dalam penyelenggaraan Haji Plus, kepuasan jamaah merupakan indikator krusial untuk menilai keberhasilan suatu biro perjalanan. PT. Olayan Tour Kota Pekalongan, sebagai salah satu penyelenggara Haji Plus, dituntut untuk memberikan pelayanan yang tidak hanya memenuhi standar operasional, tetapi juga sesuai dengan harapan jamaah yang telah membayar biaya cukup tinggi. Dengan semakin ketatnya persaingan antar biro perjalanan haji di Kota Pekalongan, perusahaan perlu menerapkan strategi manajemen yang terencana untuk memastikan penyediaan fasilitas, seperti akomodasi, transportasi, konsumsi, dan layanan ibadah, terlaksana secara optimal dan profesional. Tanpa strategi yang tepat, perusahaan berisiko mengalami penurunan kepuasan jamaah, yang dapat berdampak negatif terhadap kepercayaan, loyalitas, dan reputasi bisnis. Oleh karena itu, penerapan strategi manajemen untuk meningkatkan kepuasan jamaah sangat penting untuk diteliti secara ilmiah, agar PT. Olayan Tour dapat terus bersaing dan terus berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan agar memenuhi kebutuhan dan harapan jamaah.¹²

¹¹ Kirom, B. Mengukur Kepuasan Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2015), hlm. 193.

¹² Muhammad Fitri, Arin Tentrem, dkk. "Pelayanan Publik", (Medan: Yayasan Kita menulis, 2020), hlm. 25.

Kepuasan konsumen muncul ketika individu menyadari bahwa kebutuhan dan keinginan mereka sejalan dengan harapan yang dimiliki, serta terpenuhi dengan baik.¹³ PT. Olayan Tour sendiri menerapkan manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus mampu memahami analisis lingkungan internal dan eksternal suatu perusahaan, termasuk pada aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang nantinya akan dihadapi. Seiring dengan era globalisasi yang semakin meningkat semakin banyak pula travel haji dan umrah yang ada di Indonesia yang terus berkembang serta persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan demikian pihak travel haji dan umrah wajib memiliki strategi yang mampu menjadikan perusahaannya menjadi unggul, survive serta jamaah senantiasa banyak dan merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan sehingga tidak kalah dalam persaingan pasar terhadap biro travel lain.¹⁴ Strategi bisa dikatakan berhasil apabila strategi yang dikembangkan tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan dalam mencapai tujuan ini sangat dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang diterapkan.¹⁵

Berdasarkan data yang dilansir dari website Haji Kementerian Agama (Kemenag), Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan bahwa indeks kepuasan jamaah haji Indonesia pada tahun 2024 mengalami kenaikan yang signifikan, mencapai angka 88,20, yang menunjukkan tingkat kepuasan jamaah yang sangat memuaskan. Peningkatan indeks kepuasan ini tentu menjadi pencapaian penting, apalagi jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, 2023, di mana indeks kepuasan jamaah mengalami penurunan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kendala operasional, kualitas pelayanan yang belum optimal, atau adanya permasalahan terkait dengan

¹³ Tjiptono, F. *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. (Jakarta: Andi, 2012), hlm. 2.

¹⁴ Pitayama, et.al, "Jurnal Pariwisata Terapan: Paradigma Historis Baccpacking Travel Sebagai Perjalanan Wisata". Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Vol 3, No.1, Yogyakarta 2019, hlm. 35.

¹⁵ Refli Antasa, *Strategi Pemasaran Tour Dan Travel Haji Dan Umrah Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Pada PT. Al-Multazam Bandar Lampung*. (Bandar Lampung, 2020), hlm. 16.

logistik dan fasilitas yang tersedia bagi jamaah haji. Peningkatan kepuasan jamaah haji ini dapat dikaitkan dengan upaya evaluasi yang telah dilakukan untuk melakukan perubahan pada tahun 2024, yang membuahkan hasil positif sebagaimana dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Survei kepuasan jamaah haji ini dilaksanakan secara independen oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sehingga hasilnya mencerminkan pengalaman yang dirasakan oleh jamaah haji di Indonesia. Peningkatan ini ditandai dengan adanya perbaikan dalam kualitas pelayanan serta fasilitas, termasuk transportasi, akomodasi, dan bantuan medis.¹⁶

Dengan melihat hal ini, manajemen strategi yang diterapkan oleh PT. Olayan Tour Kota Pekalongan berdampak positif pada peningkatan jumlah jamaah haji plus yang cukup signifikan setiap tahunnya. Selain itu, PT. Olayan Tour terus berupaya mengembangkan strategi pelayanannya agar di tahun-tahun mendatang, jumlah calon jamaah haji plus yang mendaftar semakin meningkat. Dengan melihat uraian tersebut, maka penulis terdorong untuk meneliti lebih detail melalui judul **“Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kepuasan Jama’ah Haji Plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang sudah dijabarkan, maka penulis akan membahas permasalahan berikut ini:

1. Bagaimana manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus PT. Olayan Tour Kota Pekalongan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan jamaah haji plus PT. Olayan Tour Kota Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan.

¹⁶ Salma, A.(2024), “Indeks Kepuasan Jemaah Haji 2024 88,20, Sangat Memuaskan,” (Jakarta: Haji Kemenag, 20 September 2024), Diakses dari <https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/indeks-kepuasan-jemaah-haji-2024-88-20-sangat-memuaskan> ,pada Jum’at, 14 Februari 2024.

2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan jamaah haji PT. Olayan Tour Kota Pekalongan

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dengan adanya menerapkan prinsip-prinsip manajemen strategi dalam upaya meningkatkan kepuasan jamaah haji plus PT. Olayan Tour, perusahaan dapat lebih baik dalam memahami lingkungan bisnis, merumuskan strategi yang efektif, dan meningkatkan kinerja secara keseluruhan.
- b. Bagi responden, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi para calon jamaah lainnya mengenai upaya yang dilakukan melalui penerapan manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus di masa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini diambil juga untuk membantu para biro haji lainnya mengenai pentingnya strategi pelayanan yang baik untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus.
- b. Bagi peneliti berikutnya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya sehingga lebih baik dan lengkap.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teori

a. Manajemen Strategi

Manajemen strategis mencakup serangkaian keputusan dan tindakan yang diambil oleh manajer yang muncul dari proses perumusan dan implementasi, yang semuanya bertujuan untuk mengamankan keunggulan.¹⁷ Dalam "Manajemen Strategis," konsep ini diartikulasikan sebagai seni dan sains, yang melibatkan perumusan, implementasi, dan penilaian keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Pada dasarnya, manajemen

¹⁷ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 64

adalah kumpulan proses yang dirancang dengan cermat untuk mewujudkan tujuan-tujuan ini.¹⁸ Model manajemen strategis yang dikembangkan oleh Wheelen dan Hunger mengidentifikasi empat komponen utama: *Pemindaian lingkungan, Perumusan strategi, Implementasi strategi, serta Evaluasi dan kontrol.*¹⁹ Adapun elemen-elemen dasar manajemen strategi dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Pemindaian Lingkungan (*environmental scanning*)

Proses pemindaian lingkungan melibatkan observasi, penilaian, dan pencarian informasi yang relevan dari lingkungan internal dan eksternal yang relevan bagi individu dalam suatu perusahaan. Tujuan utamanya adalah untuk menentukan faktor-faktor strategis dalam lingkungan yang pada akhirnya akan memengaruhi masa depan perusahaan, khususnya yang menyangkut perencanaan jangka panjang atau strategis, dihubungkan dengan visi dan misi, serta kebijakan organisasi. Proses formulasi strategi biasanya dimulai dengan analisis situasi yang dirancang untuk menyelaraskan kekuatan internal dengan peluang eksternal sekaligus mengenali kelemahan internal dan ancaman eksternal.²⁰

2) Perumusan Strategi (*strategy formulation*)

Proses perumusan strategi mencakup pengembangan rencana jangka panjang yang dirancang untuk secara cekatan menavigasi tantangan dan peluang lingkungan, sekaligus memperhitungkan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Prosedur ini terdiri dari beberapa langkah yang berkontribusi dalam mendefinisikan strategi suatu organisasi, dimulai dengan penilaian ancaman yang dihadapi perusahaan, peluang yang ada, dan kekuatan serta

¹⁸ Fred R. David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*, Cet. Ke-3, Jilid 1 (Jakarta: Salemba Empat, 2019), hlm. 3.

¹⁹ J. David Hunger dan Tomas L. Wheelen, *Management Strategis*, Diterjemahkan oleh: Julianto Agung, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 4.

²⁰ J. David Hunger dan Tomas L. Wheelen, *Management Strategis*, Diterjemahkan oleh: Julianto Agung, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 138.

kelemahan intrinsiknya, yang akhirnya berpuncak pada penetapan arah strategis perusahaan.²¹

3) Implementasi Strategi (*strategy implementation*)

Proses implementasi strategi merupakan tahap yang penting dalam siklus manajemen strategi yang menghubungkan perencanaan dan kebijakan dengan tindakan nyata di lapangan. Tanpa implementasi yang efektif, strategi yang baik hanya akan tetap menjadi rencana yang tidak terwujud. Oleh karena itu, manajemen memiliki peran yang sangat besar dalam memastikan bahwa strategi yang telah ditetapkan dapat dijalankan dengan efektif dan efisien. Agar semua fase implementasi berjalan efektif, penting bagi organisasi untuk melaksanakan koordinasi yang tepat. Hal ini memerlukan identifikasi individu yang bertanggung jawab atas tugas-tugas tertentu dan mengatur bagaimana berbagai peran ini akan berkoordinasi satu sama lain.

4) Evaluasi dan Kontrol (*evaluation and control*)

Strategi evaluasi merupakan langkah penting dalam manajemen bisnis yang bertujuan untuk menilai efektivitas dan efisiensi dari rencana yang telah diimplementasikan. Sementara itu, kontrol strategi merupakan proses yang dilakukan untuk mengubah rencana bisnis sebagai respons terhadap perubahan kondisi atau situasi, adanya pengetahuan baru, atau untuk melakukan penyesuaian yang bertujuan mengarahkan aktivitas agar tetap selaras dengan rencana yang ada. Melalui evaluasi dan kontrol, perusahaan dapat mengukur pencapaian atau hasil yang diraih, yang berarti membandingkan kinerja perusahaan dengan target yang diharapkan.²²

b. Kepuasan Jamaah

²¹ Ricky W. Griffie, "Manajemen", (Jakarta: Erlangga, 2004), hlm. 249.

²² A. Sri Wahyudi, "Manajemen Strategik Pengantar Proses Berpikir Strategik", Cet. Ke-1, Jilid 1 (Jakarta: Binarupa Aksara, 1996), hlm. 139.

Kepuasan jamaah dapat diartikan sebagai kondisi di mana jamaah merasakan kebahagiaan dan kepuasan terhadap pelayanan yang telah diberikan. Tingkat emosional yang dirasakan pun bervariasi di antara setiap jamaah. Kepuasan konsumen memang merupakan suatu konsep yang penting dalam dunia pelayanan, termasuk dalam konteks penyelenggara ibadah haji. Kepuasan konsumen tercipta dari keseimbangan antara harapan dan pengalaman yang mereka terima. Dengan selalu berusaha untuk melebihi harapan konsumen melalui peningkatan kualitas produk dan layanan, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.²³ Tentunya dalam memilih suatu biro perjalanan haji setiap calon jamaah akan memilih biro haji yang kualitas pelayanannya baik, agar nantinya para calon jamaah bisa merasakan senang dan puas karena ekspektasi-ekspektasi dari segi pelayanan akomodasi, transportasi dan lain-lain mereka sesuai. Hal ini mampu mempengaruhi peningkatan minat jama'ah, dan citra positif biro haji itu sendiri. Adapun lima aspek utama yang harus diamati oleh suatu perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan yaitu:

- 1) Kualitas Produk, Kualitas produk mengacu pada sejauh mana produk memenuhi standar yang ditetapkan dan memuaskan kebutuhan serta harapan konsumen. Ketika konsumen menggunakan produk berkualitas tinggi, mereka cenderung merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan mereka.
- 2) Kualitas Pelayanan, Kualitas merupakan faktor krusial yang berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen, yang dalam hal ini merujuk pada sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen.

²³ J. Supranto, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hlm. 233.

- 3) Emosional, Aspek emosional dalam pengalaman konsumen memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas. memahami dan mengelola aspek emosional dalam pengalaman konsumen adalah langkah penting bagi penyelenggara untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Keterikatan emosional yang kuat dapat menjadi salah satu pendorong utama keberhasilan jangka panjang dalam bisnis.
 - 4) Harga, Konsumen cenderung merasa puas jika suatu produk menawarkan kualitas yang sebanding tetapi dengan harga yang lebih terjangkau.
 - 5) Biaya, Konsumen cenderung merasa puas jika produk atau layanan yang dipilihnya tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak memakan waktu terlalu lama.²⁴
- c. Haji plus

Dalam bahasa Arab, kata "haji" berasal dari kata "hajj" yang memiliki arti "berniat". Ini menunjukkan bahwa haji bukan hanya sekadar perjalanan fisik, tetapi juga melibatkan niat dan tujuan yang suci. Secara istilah, haji merujuk pada serangkaian aktivitas khusus yang dilakukan dalam waktu serta tempat tertentu, dengan memiliki tujuan yang spesifik. Pada kitab "*Fiqh al-Hajj*", haji diartikan dalam bahasa sebagai "*al-qasd*", yang berarti kehendak atau niat. Sedangkan menurut syariat, haji adalah niat untuk mengunjungi Baitullah al-Haram dan melaksanakan ibadah sebagai bentuk kewajiban yang diperintahkan oleh Allah.²⁵ Haji plus merupakan program haji resmi yang diselenggarakan di Indonesia, sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji. Program ini bertujuan untuk memberikan alternatif bagi jamaah yang ingin melaksanakan

²⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, terj. Bob Sabran, (Jakarta: Indeks, 2007), hlm. 177.

²⁵ Muhammad Nuri, "Pragmatisme Penyelenggaraan Ibadah Haji di Indonesia, (Malaysia: University of Malay, 2014), hlm. 145.

ibadah haji dengan fasilitas dan layanan yang lebih baik. Haji merupakan rukun Islam kelima dan wajib bagi setiap umat Islam, serta dianggap sebagai kewajiban pribadi yang menjadi simbol utama ketaatan dalam Islam.²⁶

2. Penelitian yang Relevan

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti telah mencari dan menggunakan berbagai referensi yang relevan dengan topik yang akan diteliti. Terdapat sejumlah referensi penelitian yang telah ada sebelumnya, yang dapat menjadi sumber data acuan terkait dengan permasalahan penelitian ini. penulis menyampaikan beberapa penemuan studi terdahulu yang relevan terhadap studi ini yakni:

- a. Studi yang pertama diteliti oleh Yazid Buci Qamarullah pada tahun 2022 yang berbentuk skripsi dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul “Strategi Pelayanan Haji dan Umrah dan Respon Kepuasan Jamaah di PT. Alkamilah Wahana Berkah Lamandau Kalimantan Tengah”.²⁷ Hasil dari penelitian ini bahwasanya penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji mengenai strategi pelayanan haji dan umrah serta mengidentifikasi respon kepuasan jamaah terhadap layanan yang diberikan. Kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu keduanya mengkaji strategi untuk memperoleh respon kepuasan jamaah. Namun, perbedaan mendasar antara keduanya ada pada fokus penelitian yang berpusat terhadap strategi pelayanan haji dan umrah, sebaliknya peneliti memfokuskan manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus.
- b. Studi yang kedua diteliti oleh Heni Suhaeni pada tahun 2022 yang berbentuk Jurnal dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul “ Strategi KBIH At-

²⁶ Ifitah Jafar “Ibadah Haji Dalam Al-Qur’an (sekelumit hikmah dibalik pelaksanaan ibadah haji)”, Jurnal Kajian Haji, Umrah dan Keislaman, 2020, hlm. 31.

²⁷ Yazid Buci Qamarullah, “Strategi Pelayanan Haji dan Umrah dan Respon Kepuasan Jamaah di PT. Alkamilah Wahana Berkah Lamandau Kalimantan Tengah”, (Surabaya: UIN Surabaya, 2022), hlm. 136.

Taqwa dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Calon Jamaah Haji”.²⁸ Hasil dari penelitian ini bahwasanya membahas tentang strategi yang diimplementasikan guna meningkatkan pelayanan kepada calon jamaah haji, yang mencakup perencanaan serta pelaksanaan program. Perbedaan pada peneliti diatas dengan penelitian yang sedang dikaji terletak pada fokus pembahasannya, yaitu cara untuk meningkatkan pelayanan terhadap calon jamaah. Sementara itu, kesamaan di antara kedua penelitian ini adalah adanya perhatian yang sama terhadap aspek strategi.

- c. Studi yang ketiga diteliti oleh Fikri Haikhal pada tahun 2024 yang berbentuk skripsi dari Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang berjudul “Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah di Biro Travel Najma”.²⁹ Bahwasanya hasil pembahasan penelitian ini adalah mengenai manajemen strategi yang diterapkan oleh Biro Travel Najma untuk meningkatkan kualitas pelayanan haji dan umrah, sesuai dengan harapan perusahaan. Dari penelitian tersebut, terdapat perbedaan yang signifikan, yaitu fokus bahasan mengenai peningkatan kualitas pelayanan haji dan umrah, sementara penelitian lain yang akan dibandingkan lebih menitikberatkan pada manajemen strategi dalam rangka meningkatkan kepuasan jamaah haji plus serta dilakukan di lokasi yang berbeda. Namun, kesamaan dari kedua penelitian ini terletak pada fokus pembahasan yang mencakup manajemen strategi serta proses dan fungsi yang terkait dengan manajemen strategi.

²⁸ Heni Suhaini, “ Strategi KBIH At-Taqwa dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Calon Jamaah Haji”, Jurnal Manajemen Dakwah Volume 2, Nomor 1 (2022), hlm. 17.

²⁹ Fikri Haikhal, “Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah di Biro Travel Najma”, (Pekalongan: UIN K.H. Abdurrahman Wahid, 2024), hlm. 123.

- d. Studi yang keempat diteliti oleh Sheila Novila pada tahun 2022 yang berbentuk jurnal dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul “Manajemen Strategi Pelayanan Prima PT. Dago Wisata Internasional dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah Haji dan Umrah”.³⁰ Jurnal penelitian ini, dijelaskan mengenai manajemen strategi dengan pelayanan prima, bertujuan guna mengidentifikasi peningkatan kepuasan jamaah di PT. Dago Wisata Internasional Kota Bandung. Bahwasanya penelitian ini menerapkan strategi yang dilakukan mencakup formulasi, implementasi, serta evaluasi strategi pelayanan. Penelitian ini menunjukkan kesamaan dengan kajian lainnya yang juga berfokus pada manajemen strategi yang bertujuan meningkatkan kepuasan jamaah haji dan umrah. Namun, perbedaan utama terletak pada fokus penelitian ini yang dikhususkan untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji dan umrah, sementara penelitian penulis lebih terbatas pada peningkatan kepuasan jamaah haji plus. Selain itu, tempat pelaksanaan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini juga berbeda dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.
- e. Studi yang kelima diteliti oleh Dela Maghfiroh Kamila pada tahun 2020 yang berbentuk jurnal dari Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo yang berjudul “Strategi Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Haji (Studi Kasus KBIHU Nurul Haramain Probolinggo 2020)”.³¹ Dalam penelitian ini, dibahas strategi pelayanan yang diterapkan di KBIHU Nurul Haramain Probolinggo guna meningkatkan kepuasan jamaah haji. Jika ditinjau dari kesamaan, penelitian ini juga mengedepankan strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji.

³⁰ Sheila Novila, “Manajemen Strategi Pelayanan Prima PT. Dago Wisata Internasional dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah Haji dan Umrah”, *Academic Journal of Hajj and Umra* Vol. 1, No. 2 2022, hlm. 18.

³¹ Dela Maghfiroh Kamila, “Strategi Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Haji (Studi Kasus KBIHU Nurul Haramain Probolinggo 2020)”, *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol. 01, No. 01 2021, hlm. 11.

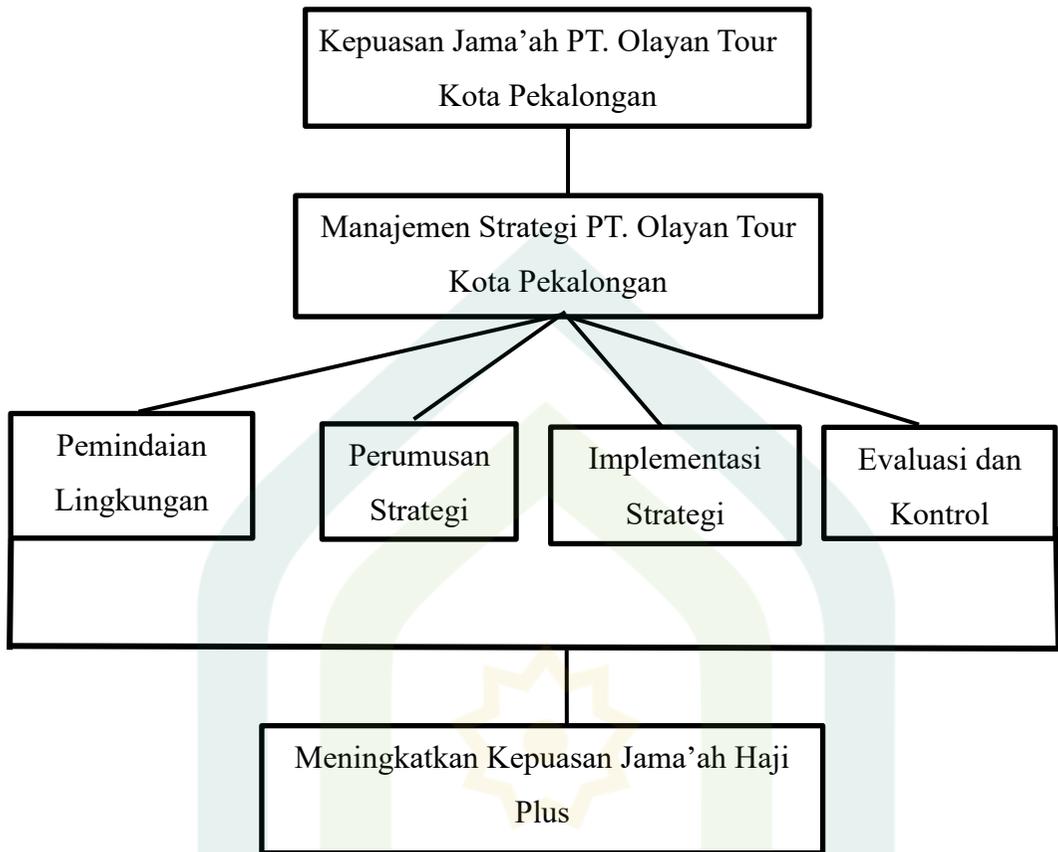
Namun, perbedaan mencolok terletak pada fokus penelitian, penelitian ini hanya menitikberatkan pada kepuasan jamaah haji tanpa mempertimbangkan aspek kepuasan jamaah haji plus, yang menjadi perhatian dalam penelitian penulis. Selain itu, terdapat perbedaan dalam teori yang digunakan serta lokasi pelaksanaan penelitian yang berbeda.

F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir diartikan sebagai suatu model yang sudah dibuat secara urut (terstruktur) agar bisa mengetahui teori yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang terjadi. Penelitian membutuhkan kerangka berpikir agar dapat menjelaskan secara teoritis dan rinci pada suatu permasalahan yang terdapat di penelitian yang dibahas.³² PT. Olayan Tour Kota Pekalongan menerapkan manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus dengan melakukan *pemindaian lingkungan*, proses pemindaian lingkungan yang menyeluruh memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis yang memengaruhi masa depan, serta merumuskan rencana jangka panjang yang sesuai. *Perumusan strategi* merupakan langkah penting dalam manajemen perusahaan yang melibatkan analisis mendalam terhadap lingkungan internal dan eksternal.

Dengan memahami faktor-faktor strategis yang memengaruhi masa depan perusahaan, manajemen dapat mengembangkan rencana yang efektif untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman, dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang ada. Sementara itu, *implementasi strategi* mengacu pada proses manajemen yang mengubah strategi dan kebijakan menjadi tindakan konkret melalui penetapan program, anggaran, dan prosedur penting. Setelah itu, *evaluasi dan kontrol* berperan penting dalam menilai pencapaian perusahaan dengan membandingkan kinerja aktual dengan hasil yang diharapkan.

³² Muhammad Sidik Priadana and Denok Sunarsih, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang: Pascal Books, 2021), hlm. 150.



Bagan 1.1 Kerangka Berpikir

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Untuk penelitian ini memakai jenis penelitian *field reseach* (lapangan) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang dipakai pada penelitian ini sangat sesuai memakai cara analisis lebih mendalam, maksudnya mengidentifikasi masalah dengan setiap kasus, yakni mempunyai sifat pada fenomena tertentu yang bisa berbeda terhadap sifat masalah.³³ Penjelasan yang sederhana, dapat dipahami sebagai suatu pendekatan

³³ Walidin, W., Saifullah, & Tabrani, "Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory, (FTK, Ar-Raniry Press, 2015), hlm. 77.

penelitian yang tidak mengandalkan prosedur statistik. Secara fundamental, penelitian ini berfokus pada cara peneliti pemahaman mendalam terhadap makna yang terkandung dalam peristiwa, interaksi, dan perilaku subjek dalam konteks tertentu, yang ditentukan oleh perspektif peneliti tersebut.

2. Sumber Data Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua sistematika sumber data yang akan digunakan antara lain :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber yang langsung dalam menyediakan informasi bagi para pengumpul data dan biasanya diperoleh melalui cara seperti observasi atau wawancara. Sumber data primer dari penelitian ini diperoleh dari pimpinan PT. Olayan Tour Kota Pekalongan yaitu Bapak Ilyas Sofwan, Lc, MM. dan 43 jamaah Haji Plus PT. Olayan Tour Kota Pekalongan.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan dan diolah sebelumnya oleh pihak lain, yang kemudian digunakan kembali oleh peneliti untuk keperluan penelitiannya. Data sekunder ini biasanya diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, artikel, laporan penelitian terdahulu, data statistik, arsip, dan publikasi lain yang relevan dengan topik penelitian. Data sekunder yang relevan juga bisa membantu menganalisis perbandingan antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian terdahulu, yang pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan menyeluruh.³⁴

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Jika dibandingkan dengan metode lain, observasi merupakan suatu pendekatan pengumpulan data yang

³⁴ Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktis*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm. 128.

mempunyai kualitas tertentu. Alam dan manusia bukanlah satu-satunya hal yang dapat dilihat. Dari hasil pengamatan tersebut, peneliti akan mencatat dan mendokumentasikan data yang diperoleh, yang selanjutnya akan dianalisis untuk kepentingan penelitian dengan mengamati manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus di PT. Olayan Tour di Kota Pekalongan.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa kuesioner terbuka, tertutup, atau gabungan keduanya. Kuesioner online ini menggunakan Google Form yang akan disebarakan kepada responden untuk memperoleh data yang diinginkan sesuai dengan kenyataan.

c. Wawancara

Metode wawancara teknik yang diaplikasikan yaitu dengan melakukan wawancara langsung pada objek penelitian yaitu kepada Bapak Ilyas Sofwan, Lc, MM. selaku pimpinan PT. Olayan Tour Kota Pekalongan dan jamaah dari PT. Olayan Tour dengan maksud agar nantinya mendapatkan data dan informasi yang valid dan akurat. Dalam melaksanakan proses wawancara, peneliti sudah menyiapkan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Pembahasan didalam wawancara tersebut mengenai bagaimana strategi manajemen dari PT. Olayan Tour terkait peningkatan kepuasan jamaah haji plus. Dari hasil wawancara tersebut akan mendapatkan data yang akan digunakan sebagai bahan penelitian.

d. Dokumentasi

Pada teknik dokumentasi sendiri yaitu dengan menggunakan metode pengumpulan data yang berfokus pada perspektif subjek dengan mengumpulkan semua informasi baik dalam bentuk tertulis maupun tidak tertulis yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dilapangan.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis merupakan tahapan analisis maksudnya dengan tahapan mengidentifikasi dan membuat langkah yang sistematis. Informasi yang sudah didapat dari lewat wawancara mendalam, catatan lapangan, serta bahan yang lainnya agar mudah dipahami. Mengontrol menurut jenis, pola, dan satuan dasar penjelasannya adalah cara lain untuk memikirkan analisis.³⁵

a. Pengumpulan Data

Penyajian data merupakan kegiatan menyusun kumpulan beberapa informasi agar lebih muda dipahami dan dianalisa. Informasi biasanya disajikan melalui diagram alur, penjelasan ringkas, hubungan antar jenis, dan format lainnya. Pada langkah ini peneliti hendak menjabarkan terkait bagaimana manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan.

b. Kategori Data (Reduksi Data)

Reduksi data yakni berupa kegiatan untuk memilih yang pokok dan berfokus pada suatu hal yang dimaksud dengan menentukan tema dan pola pada data. Jika seluruh informasi yang sudah didapat dari temuan observasi dan wawancara.³⁶ Pada langkah ini reduksi data kemudian akan

dilangsungkan sesudah penulis memperoleh data dari PT. Olayan Tour Kota Pekalongan disimpulkan oleh penulis untuk memilah data yang akan digunakan menjadi bukti tambahan yang memperkuat pada studi ini.

c. Verifikasi Data

Verifikasi merupakan kesimpulan bagi informasi yang sudah direduksi dan juga disajikan. Langkah ini dilakukan agar analisis yang dilakukan dapat memastikan keabsahan

³⁵ Sam, Teknik Analisis Data: Pemahaman, Macam, dan Cara Pemilihan, (Sampoerna Universitas, 2022). <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/teknik-analisis-data/>, hlm. 2.

³⁶ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", (Bandung:Alfabeta,2016), hlm. 247.

data penelitian dengan kejadian yang relevan yang terjadi di lapangan.

d. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti mengikuti langkah-langkah yang telah dilalui selama proses penelitian. Di tahap ini, peneliti akan merangkum hasil penelitian secara rinci namun tetap sederhana, berdasarkan temuan-temuan yang telah diperoleh.

H. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan penelitian ini, digunakan sistematika penelitian guna memperoleh pengetahuan secara menyeluruh mengenai topik yang nantinya akan dibahas. Struktur penelitian terdiri dari:

Bab I yang menjabarkan mengenai “latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.”

Bab II yang mempresentasikan teori-teori yang menjadi dasar bagi penelitian, antara lain: Teori Manajemen Strategi, Kepuasan Jamaah, Haji Plus.

Bab III yang menjabarkan tentang “gambaran umum dan hasil penelitian.” Pada bagian ini nantinya akan dijabarkan mengenai gambaran umum terkait kondisi terhadap objek penelitian di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan serta temuan hasil penelitian mengenai manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus yang diterapkan di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan, dan untuk mengetahui tingkat kepuasan jamaah Haji Plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan.

Bab IV yang menjabarkan mengenai “analisis”, bab ini menjelaskan analisis manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji plus dan tingkat kepuasan jamaah haji plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan.

Bab V yang menjabarkan mengenai “kesimpulan serta saran-saran yang diajukan.”

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jama'ah haji plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Olayan Tour Kota Pekalongan dalam manajemen strategi untuk meningkatkan kepuasan jama'ah haji plus dengan melakukan tahap *pemindaian lingkungan*, PT. Olayan Tour berhasil mengidentifikasi kekuatan internal, seperti sumber daya manusia yang kompeten, responsif pelayanan, dan komitmen terhadap kualitas layanan. Di sisi eksternal, perusahaan memanfaatkan kepercayaan jamaah sebagai peluang strategi, meskipun masih menghadapi tantangan dalam promosi dan persaingan yang semakin ketat, terutama dalam pemasaran digital. Dalam *penyusunan strategi*, perusahaan menunjukkan komitmen yang kuat dengan merancang strategi pelayanan yang fokus pada kualitas dan kenyamanan jamaah, berdasarkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan jamaah dan dinamika persaingan di industri biro perjalanan haji.

Kemudian tahap implementasi, PT. Olayan Tour berhasil menjalankan strategi secara efektif melalui pelatihan rutin bagi staf dan pembimbing, menyediakan layanan yang ramah, serta solusi cepat untuk permasalahan jamaah, yang berdampak positif pada pengalaman ibadah haji mereka. Dan tahap evaluasi dan kontrol, perusahaan secara konsisten melakukan evaluasi menggunakan berbagai metode, seperti kuesioner, diskusi terbuka, dan wawancara langsung dengan jamaah. Hasil evaluasi ini digunakan untuk memperbaiki layanan dan menyempurnakan strategi, yang mencerminkan adanya proses kontrol strategi yang adaptif dan berorientasi pada perbaikan berkelanjutan.

2. Tingkat kepuasan jamaah haji plus di PT. Olayan Tour Kota Pekalongan telah berhasil dalam memenuhi harapan jamaah Haji Plus. Pada aspek kualitas produk, yang mencakup kejelasan informasi, kemudahan pendaftaran, dan pelayanan administrasi, dinilai sangat baik oleh sebagian besar responden. Kualitas pelayanan, termasuk fasilitas transportasi dan tanggung jawab staff, juga memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi. Aspek emosional ini menunjukkan bahwa jamaah haji plus merasakan kenyamanan dan kepercayaan yang tinggi terhadap layanan yang diberikan, dalam memperkuat loyalitas dan hubungan jangka panjang.

Dari segi harga dan biaya, jamaah merasa bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan fasilitas yang diterima, dan informasi mengenai biaya disampaikan secara terbuka dan transparan. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa PT. Olayan Tour mampu memberikan layanan yang berkualitas, terpercaya, dan berorientasi pada kepuasan jamaah, yang merupakan fondasi penting dalam mempertahankan kepercayaan dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam industri perjalanan ibadah Haji Plus.

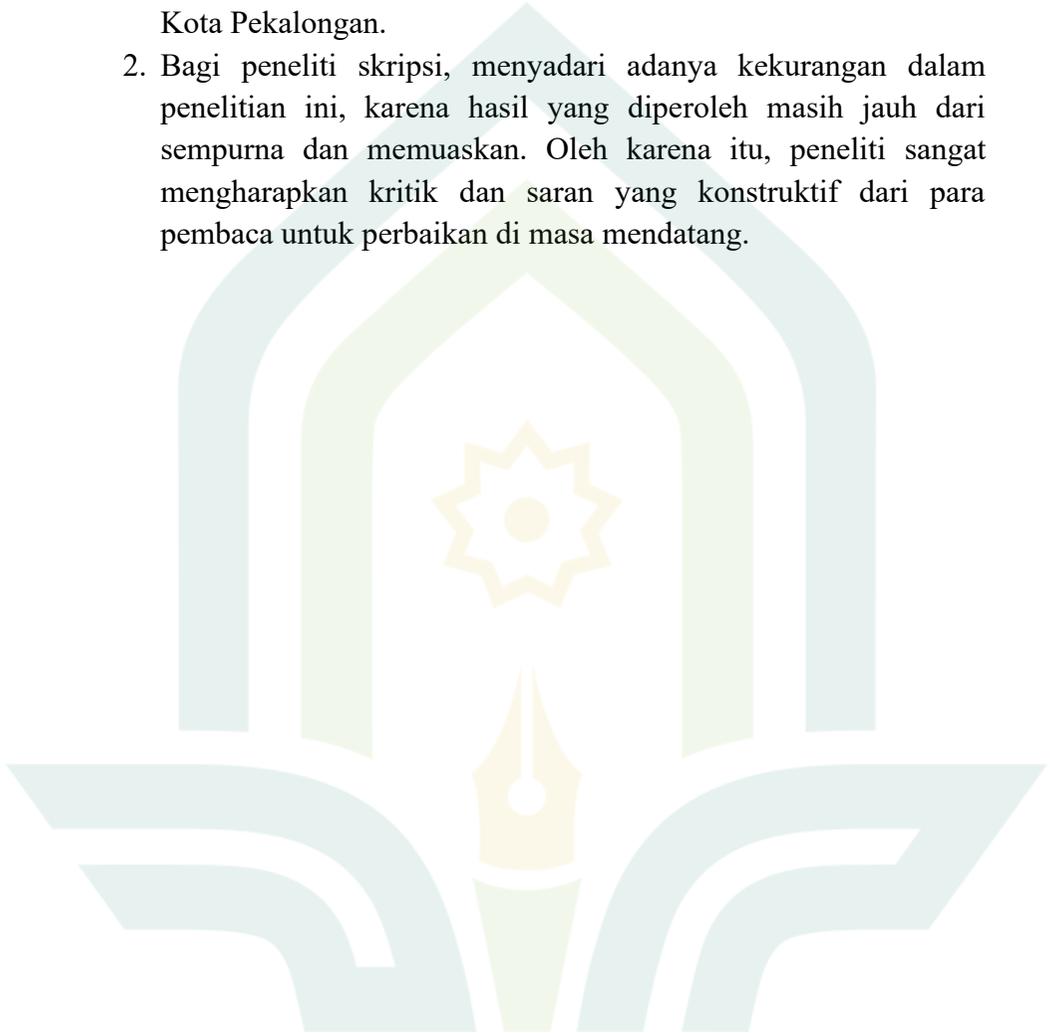
B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis uraikan, maka penulis memberi saran kepada :

1. Bagi PT. Olayan Tour Kota Pekalongan, diharapkan dapat meningkatkan aspek pemasaran dengan melakukan promosi yang tepat dan relevan bagi jamaah, sehingga dapat menciptakan keselarasan yang akan mendorong loyalitas jamaah dan mendorong mereka untuk merekomendasikan PT. Olayan Tour kepada orang lain. Pelayanan haji plus juga perlu ditingkatkan dengan penekanan pada efisiensi, kenyamanan, dan keamanan jamaah, serta meningkatkan kualitas akomodasi dan transportasi. Selain itu, penyediaan paket layanan yang lebih personal dan fleksibel juga sangat dianjurkan. PT. Olayan Tour diharapkan dapat memperbaiki strategi pelayanannya agar jamaah selalu memberikan tanggapan positif terkait kepuasan mereka terhadap

perusahaan. Selain itu, penting untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah dan secara rutin mengumpulkan kritik serta saran dari jamaah setelah kepulangan mereka. Hal ini bertujuan untuk penilaian perusahaan dan menjadikan hasil kritik serta saran tersebut sebagai bahan evaluasi bagi PT. Olayan Tour Kota Pekalongan.

2. Bagi peneliti skripsi, menyadari adanya kekurangan dalam penelitian ini, karena hasil yang diperoleh masih jauh dari sempurna dan memuaskan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca untuk perbaikan di masa mendatang.



DAFTAR PUSTAKA

- A, S. (2024, September Jum'at). "*Indeks Kepuasan Jemaah Haji 2024 88,20, Sangat Memuaskan,*" . Diambil kembali dari Haji Kemenag: <https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/indeks-kepuasan-jemaah-haji-2024-88-20-sangat-memuaskan>
- al-Bassam, A. b. (2006). *Syarah Bulughul Maram*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- al-Jaziri, A. a.-R. (2010). *Ala al-Madzahib al-Arba"ah*. Lebanon: Dar al-Kutub al-,Ilmiyah.
- Antasa, R. (2020). Strategi Pemasaran Tour Dan Travel Haji Dan Umrah Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Pada PT. Al-Multazam Bandar Lampung. *UIN Raden Intan Lampung*, 16.
- Arikunto, S. (2016). "*Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktis*". Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019). *Organisasi dan Adminsitrasi Pendidikan, Teknologi, dan Kejuruan*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Asmuni. (2006). *Manasik Haji dan Umrah Bergambar*. Jakarta: PT Darul Falah.
- Az-Zuhaili, W. (2011). *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jakarta: Darul Fikri.
- David, F. R. (2011). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. (2019). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Salemba Empat.

- David, F. R. (2019). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Djalil, R. d. (2017). *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Djamaluddin, D. (2019). *Panduan Islam Haji&Umroh Lengkap Disertai Rahasia dan Hikmahnya*. Laweyan: Era Intermedia.
- Ebert, R. W. (2020). *BISNIS*. Jakarta: Erlangga.
- Erlangga, R. (2015). *Menjadi Kaya Dengan Berbisnis Trvel Umrah*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Fauzan, S. b. (2019). *Ringkasan Fikih Syaikh Al Fauzan*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Firmansyah, R. (2025, April Kamis). “Perbedaan Haji Plus dan Reguler, Jangan Sampai Salah Pilih!”. Diambil kembali dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/news/indonesia/ach-1684312728-koq/perbedaan-haji-plus-dan-reguler-c1c2?page=all>
- Griffie, R. W. (2004). *"Manajemen"*. Jakarta: Erlangga.
- Griffie, R. W. (2020). *"Manajemen"*. Jakarta: Erlangga.
- Haikhal, F. (2024). , “Manajemen Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah di Biro Travel Najma”. *UIN K.H. Abdurrahman Wahid* , 123.
- Hamid, N. (2020). *Manajemen Bimbingan Haji dan Umrah*. Yogyakarta: Semesta Aksara.

- Hasibuan, H. M. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Husein, U. (2020). *Strategi Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Utama.
- Jafar, I. (2020). "Ibadah Haji Dalam Al-Qur'an (sekelumit hikmah dibalik pelaksanaan ibadah haji)". *Jurnal Kajian Haji, Umrah dan Keislaman*, 31.
- Julitawaty, W. (2021). *Manajemen Komunikasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kamila, D. M. (2021). "Strategi Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Haji (Studi Kasus KBIHU Nurul Haramain Probolinggo 2020)". *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11.
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2019). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Keller, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Keller, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kirom, B. (2015). *Mengukur Kepuasan Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Kuswadi, C. m. (2019). *Cara mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- LaneKeller, P. K. (2016). *Marketing Management* . Jakarta: Erlangga.

- Majid, A. (2012). *Haji Mandiri, Mungkinkah? Dalam Dinamika dan Perspektif Haji Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jendral Penyelenggaraan Haji dan Umrah Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Muhammad Fitri, A. T. (2020). *Pelayanan Publik*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nasution, M. N. (2019). “*Manajemen Jasa Terpadu*”. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Novila, S. (2022). “Manajemen Strategi Pelayanan Prima PT. Dago Wisata Internasional dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah Haji dan Umrah”. *Academic Journal of Hajj and Umra*, 18.
- Nuri, M. (2014). “*Pragmantisme Penyelenggaraan Ibadah Haji di Indonesia*”. Malaysia: University od Malay.
- Nurjannah. (2014). Lima Pilar Rukun Islam sebagai Pembentuk Kepribadian Muslim. *Hisbah*, 37-52.
- Oktavia, A. W. (2021). Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jemaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9.
- Pitayama. (2019). Jurnal Pariwisata Terapan: Paradigma Historis Bacckpacking Travel Sebagai Perjalanan Wisata”. *Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*, 35.
- Prawironegoro, A. R. (2015). “*Manajemen Strategis*”. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Qamarullah, Y. B. (2022). “Strategi Pelayanan Haji dan Umrah dan Respon Kepuasan Jamaah di PT. Alkamilah Wahana Berkah Lamandau Kalimantan Tengah”. *UIN Surabaya*, 136.
- Rahman, M. (2017). *Ilmu Adminitrasi*. Makassar: Sah Media.
- Rangkuti, F. (2016). *"Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT"*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sabiq, S. (2009). *Fiqh Sunnah 5*. Jakarta: Cakrawala Publishing,.
- Sam. (2022). Teknik Analisis Data: Pemahaman, Macam, dan Cara Pemilihan. *Sampoerna Universitas*, 2.
- Sari, W. (2012). “Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Pepustakaan” *Jurnal ilmu Informasi Kepustakaan dan Kearsipan*”. *Jurnal Ilmu Informasi Kepustakaan dan Kearsipan*, 41.
- Shihab, M. Q. (2012). , *Haji dan Umroh: Uraian Manasik, Hukum, Hikmah, & Panduan Meraih Haji Mabruur* . Jakarta: Lentera Hati.
- Sholihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Sudiantini, D. (2022). *“Manajemen Strategi”* . Purwokerto: Pena Persada.
- Sugiyono. (2016). *“Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif,dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.

- Suhaini, H. (2022). “ Strategi KBIH At-Taqwa dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Calon Jamaah Haji”. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 17.
- Sunarsih, M. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2012). *Service Management Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Jakarta: Andi.
- Triton. (2008). *Marketing Strategic*. Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Udan, T. T. (2020). *Manajemen Strategi*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Wahyudi, A. S. (1996). “*Manajemen Strategik Pengantar Proses Berpikir Strategik*”. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Wahyudin, U. (2008). *Fikih*. Bandung: PT Grafindo Media Pratama.
- Walidin, W. S. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory. *Ar-Raniry Press*, 77.
- Wheelen, J. D. (2003). *Management Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Wheelen, J. D. (2012). *Management Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Widyani, M. P. (2010). *Panduan Ibadah Haji Dan Umrah*. Sleman: Swagati Press.

Winarso, M. d. (2020). *Pengantar Manajemen*. Purwokerto: Pena Persada.

Zubair, K. M. (2013). *Kamus Fiqih*. Jawa Timur: Lirboyo Press.

