

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara filosofis, pelaksanaan ibadah umrah merupakan bagian dari upaya seorang muslim dalam mendekatkan diri kepada Allah SWT. Ibadah ini tidak hanya memiliki dimensi ritual, tetapi juga mengandung nilai-nilai keikhlasan, pengorbanan, dan ketaatan kepada Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 158:

إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ
فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ
شَاكِرٌ عَلِيمٌ (البقرة) (١٥٨)

Artinya: "Sesungguhnya Safa dan Marwah merupakan sebagian syi'ar (agama) Allah. Maka barangsiapa beribadah haji ke Baitullah atau berumrah, tidak ada dosa baginya mengerjakan sa'i antara keduanya. Dan barangsiapa dengan kerelaan hati mengerjakan kebajikan, maka Allah Maha Mensyukuri, Maha Mengetahui." (QS. 2 : 158)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa ibadah haji dan umrah merupakan bagian dari syiar Islam yang memiliki kedudukan penting dalam kehidupan umat muslim. Oleh karena itu, keberadaan biro perjalanan umrah tidak hanya berfungsi sebagai penyedia jasa perjalanan, tetapi juga sebagai sarana yang membantu masyarakat dalam melaksanakan ibadah secara aman, nyaman, dan sesuai dengan tuntunan syariat Islam. Dengan demikian, pengelolaan biro perjalanan umrah memerlukan strategi manajemen yang baik agar mampu memberikan pelayanan terbaik kepada jamaah sekaligus menjaga kepercayaan masyarakat.

Dalam konteks biro perjalanan umrah, penerapan manajemen strategi sangat diperlukan untuk menghadapi persaingan usaha, membangun kepercayaan masyarakat, serta meningkatkan jumlah jamaah. Melalui formulasi strategi yang tepat, implementasi yang efektif, dan evaluasi yang berkelanjutan, perusahaan dapat mengembangkan berbagai program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga mampu menarik minat calon jamaah untuk menggunakan layanan yang ditawarkan.

Secara teoritis menurut Fred R. David, manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Fred R. David menjelaskan bahwa manajemen strategi terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Ketiga tahapan tersebut menjadi landasan penting bagi organisasi dalam mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Junaidah et al., 2024). Strategi merupakan alat yang digunakan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Chandler menyatakan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan yang berkaitan dengan sasaran jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya. Sementara itu, Hamel dan Prahalad menjelaskan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat terus-menerus dan meningkat yang dilakukan berdasarkan kebutuhan pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi menjadi pedoman penting bagi organisasi dalam menghadapi perubahan lingkungan dan persaingan yang terjadi (Akbar, 2023). Dalam pelaksanaannya, strategi tidak dapat dipisahkan

dari manajemen. Menurut George R. Terry, manajemen merupakan proses mencapai tujuan melalui kegiatan yang dilakukan oleh individu-individu yang bekerja sama dengan menggunakan berbagai sumber daya yang tersedia (Rifaldi Dwi Syahputra & Nuri Aslami, 2023).

Ibadah umrah merupakan salah satu ibadah yang sangat diharapkan oleh umat Islam karena memberikan kesempatan untuk berkunjung ke Tanah Suci dan melaksanakan rangkaian ibadah yang memiliki nilai spiritual yang tinggi. Berbeda dengan ibadah haji yang pelaksanaannya dibatasi oleh kuota dan waktu tertentu, ibadah umrah dapat dilaksanakan sepanjang tahun sehingga menjadi alternatif bagi masyarakat muslim yang ingin menunaikan ibadah ke Baitullah. Tingginya minat masyarakat terhadap ibadah umrah juga dipengaruhi oleh panjangnya masa tunggu keberangkatan haji reguler yang di beberapa daerah dapat mencapai puluhan tahun. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat lebih memilih ibadah umrah sebagai sarana untuk memenuhi kerinduan beribadah di Tanah Suci.

Perkembangan minat masyarakat terhadap ibadah umrah berdampak pada meningkatnya jumlah biro perjalanan umrah di Indonesia, termasuk di Kota Padang. Biro perjalanan wisata umrah merupakan lembaga yang menyediakan layanan perjalanan bagi jamaah yang ingin melaksanakan ibadah umrah maupun haji. Meningkatnya minat masyarakat terhadap umrah dipengaruhi oleh panjangnya antrean haji reguler, biaya umrah yang relatif lebih terjangkau, serta pelaksanaannya yang dapat dilakukan sepanjang tahun. Kondisi tersebut memperkuat peran biro perjalanan umrah sebagai institusi

yang memiliki posisi strategis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat muslim (Anshari, 2024). Selain itu mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam menjadikan usaha biro perjalanan umrah sebagai salah satu sektor jasa yang terus berkembang. Saat ini biro perjalanan umrah dapat ditemukan di berbagai daerah di Indonesia dan menawarkan beragam program serta fasilitas yang bertujuan untuk menarik minat calon jamaah. Persaingan yang semakin ketat antar biro perjalanan menuntut setiap perusahaan untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang (Jahroni & Putra, 2022).

PT. Harira Global Wisata yang berlokasi di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang, ditemukan bahwa perusahaan tersebut merupakan biro perjalanan haji dan umrah yang telah memiliki izin resmi PPIU Nomor 16082200434750002 dan berada di bawah naungan PT. Harira Global Wisata. Dalam menjalankan usahanya, PT. Harira Global Wisata menawarkan berbagai program perjalanan umrah yang disesuaikan dengan kebutuhan jamaah serta didukung oleh tenaga profesional yang berpengalaman. Namun sebagai biro perjalanan yang relatif baru berkembang, perusahaan ini masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan jumlah jamaah di tengah persaingan biro perjalanan umrah yang semakin kompetitif.

Ada beberapa faktor yang memengaruhi upaya peningkatan jumlah jamaah umrah. Pertama, semakin banyaknya biro perjalanan umrah yang bermunculan di Kota Padang menyebabkan masyarakat memiliki banyak pilihan dalam menentukan travel yang akan digunakan. Kedua, adanya kasus

penipuan travel umrah yang pernah terjadi di Indonesia mengakibatkan sebagian masyarakat menjadi lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih biro perjalanan. Kondisi ini menuntut perusahaan travel untuk membangun kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang baik, transparansi informasi, serta strategi pemasaran yang efektif.

PT. Harira Global Wisata telah melakukan berbagai upaya untuk menarik minat masyarakat, seperti melakukan promosi, memberikan informasi terkait program perjalanan umrah, serta melakukan pembinaan kepada calon jamaah. Akan tetapi, upaya tersebut perlu didukung oleh penerapan manajemen strategi yang tepat agar tujuan perusahaan dalam meningkatkan jumlah jamaah dapat tercapai secara optimal. Dengan demikian, keberhasilan sebuah biro perjalanan umrah tidak hanya ditentukan oleh tingginya minat masyarakat terhadap ibadah umrah, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi yang digunakan. Adapun keberangkatan PT. Harira Global Wisata dalam 2 tahun terakhir 145 orang jamaah umroh.

Tabel 1.1

Paket Keberangkatan Umroh

No	Tanggal Keberangkatan	Nama Paket	Jumlah Jemaah
1	17-08-2024	PAKET UMRAH REGULER	10 Orang
2	29-10-2024	PAKET REGULER	14 Orang
3	02-11-2024	PAKET REGULER	5 Orang
4	03-11-2024	UMRAH SAKINAH	26 Orang
5	04-11-2024	PAKET CERMAT	9 Orang
6	23-02-2025	PAKET SAKINAH	33 Orang
7	24-03-2025	UMROH PLUS TURKI	10 Orang
8	28-07-2025	PAKET HEMAT	38 Orang

Sumber : Arsip dokumen PT. Harira Global Wisata Kota Padang (2025)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah jamaah naik turun dari 2024 sampai 2025. Maka dengan kondisi ini lah membuat peneliti tertarik meneliti strategi untuk merekrut serta meningkatkan jamaah umroh di PT. Harira Global Wisata Kec. Koto Tangah, Padang. Berdasarkan pengamatan penulis bahwa PT. Harira Global Wisata Kec. Kota Tangah Kota Padang belum memaksimalkan platform media social serta website yang ada. PT. Harira masih berfokus menyampaikan promosi melalui mulut ke mulut sehingga di zaman yang serba canggih saat ini cara tersebut tidak mampu tercangkup seluruh orang.

Berdasarkan landasan filosofis, kajian teoritis, dan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai bagaimana manajemen strategi yang diterapkan oleh pimpinan PT. Harira Global Wisata dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **“Manajemen Strategi PT. Harira Global Wisata Dalam Menarik Minat Jamaah Umrah di Kota Padang.”**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Manajemen Strategi PT. Harira Global Wisata dalam menarik jamaah umrah di Kota Padang?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Formulasi strategi PT. Harira Global Wisata Kota Padang
2. Implementasi strategi PT. Harira Global Wisata Kota Padang
3. Evaluasi strategi PT. Harira Global Wisata Kota Padang

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui formulasi strategi PT. Harira Global Wisata Kota Padang.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi PT. Harira Global Wisata Kota Padang.
3. Untuk mengetahui evaluasi strategi PT. Harira Global Wisata Kota Padang.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang akan dicapai oleh peneliti antara lain :

1. Manfaat Akademis

Kegunaan Akademis penelitian ini berguna sebagai tambahan referensi terkait dengan Strategi Pemimpin Dalam Merekrut Jamaah

Umroh Di PT Harira Global Wisata Kec. Koto Tangah Kota Padang, sehingga menjadi rujukan jika nantinya ada yang melakukan penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi dan pijakan untuk Penelitian lebih lanjut mengenai mengenai manajemen strategi dan masalah lain

F. Penjelasan Judul

Dalam menghindari terjadinya penafsiran yang salah dalam pemahaman arti dari judul Yang dimaksud, berikut dijelaskan makna dari berbagai kata kunci dalam judul yaitu

Manajemen Strategi : Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar bikinan manajemen tertinggi yang diaplikasikan oleh semua anggota suatu organisasi demi terwujudnya tujuan organisasi.

Jamaah : Menurut Undang-Undang, Jemaah Umrah adalah seseorang yang melaksanakan ibadah umrah. Ketentuan, hak, dan kewajiban jemaah diatur secara spesifik dalam UU Nomor 14 Tahun 2025.

Umrah : Umrah adalah ibadah dalam agama islam berupa kunjungan ke Masjidil Haram, Mekkah, untuk melakukan serangkain ritual seperti ihram, tawaf, sai', dan tahalul.

Kesimpulam judul : Berfokus pada proses manajemen strategi yang

diterapkan oleh PT. Harira Global Wisata yang meliputi formulasi, implementasi, dan evaluasi dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa perjalanan ibadah umrah.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan judul skripsi ini adalah dengan cara pengelompokan menjadi Tiga sub bab yang terdiri dari :

BAB I : Berisikan pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, rumusan Masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, penegasan Judul, serta sistematika penulisan.

BAB II : Berisikan landasan teori mengenai, manajemen, pengertian manajemen, fungsi manajemen, tujuan manajemen, strategi, memformulasikan strategi, implementasi strategi, evaluasi strategi, manajemen strategi, pemasaran, pengertian pemasaran, fungsi pemasaran, tujuan pemasaran, manfaat manajemen strategi, tahapan manajemen strategi, konsep kepemimpinan, pengertian pemimpin, fungsi pemimpin, kepemimpinan transformasional.

BAB III : Berisikan metode penelitian yang menguraikan tentang metode penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik

pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : Berisikan tentang hasil penelitian mengenai Formulasi Strategi, Implementasi Strategi, dan Evaluasi Strategi PT Harira Global Wisata Menarik Minat Jamaah Umroh Di Kota Padang.

BAB V : Berisikan tentang kesimpulan dan saran-saran

