

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan melalui observasi, wawancara mengenai Manajemen Strategi PT. Harira Global Wisata Dalam Menarik Minat Jamaah Umroh Di Kota Padang, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Formulasi Manajemen Strategi PT. Harira Global Wisata dalam Menarik Minat Jamaah Umroh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa formulasi strategi di PT. Harira Global Wisata dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan. Tahap awal dimulai dengan melakukan analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan, seperti kondisi pasar umroh, kebutuhan calon jamaah, perkembangan ekonomi masyarakat, kebijakan pemerintah, serta persaingan antar biro perjalanan umroh. Selanjutnya, perusahaan menetapkan tujuan strategi berdasarkan visi dan misi perusahaan, yaitu meningkatkan jumlah jamaah, meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas jaringan pemasaran, dan membangun citra perusahaan sebagai biro perjalanan umroh yang profesional dan terpercaya.

Dalam proses penyusunan strategi, perusahaan melibatkan berbagai unsur organisasi, mulai dari direktur, manajer operasional, manajer pemasaran, staf administrasi, hingga tim pemasaran. Pengambilan keputusan dilakukan melalui musyawarah dalam rapat koordinasi sehingga

strategi yang dihasilkan merupakan hasil kesepakatan bersama. Selain itu, perusahaan juga melakukan identifikasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar dalam menentukan strategi yang tepat untuk menarik minat jamaah umroh.

2. Implementasi Manajemen Strategi PT. Harira Global Wisata dalam Menarik Minat Jamaah Umroh

Implementasi strategi dilakukan melalui pelaksanaan berbagai program kerja yang telah dirumuskan sebelumnya. Perusahaan melaksanakan promosi secara langsung maupun digital dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, dan YouTube, serta melakukan sosialisasi ke masjid, majelis taklim, dan berbagai komunitas masyarakat. Selain kegiatan promosi, implementasi strategi juga diwujudkan melalui pembagian tugas yang jelas kepada setiap karyawan sesuai dengan bidang kerjanya.

Perusahaan memberikan pelayanan kepada calon jamaah mulai dari konsultasi, proses pendaftaran, pengurusan dokumen, pelaksanaan manasik, hingga keberangkatan ke Tanah Suci. Upaya membangun kepercayaan masyarakat dilakukan dengan menjaga legalitas perusahaan, memberikan pelayanan yang jujur dan transparan, serta mempertahankan kualitas pelayanan kepada jamaah. Meskipun perusahaan menghadapi beberapa kendala, seperti persaingan yang semakin ketat, perubahan kondisi ekonomi, fluktuasi nilai tukar mata uang, dan keterbatasan sumber daya pemasaran, perusahaan terus melakukan perbaikan melalui pelatihan karyawan, penguatan promosi digital, dan peningkatan kualitas pelayanan.

3. Evaluasi Manajemen Strategi PT. Harira Global Wisata dalam Menarik Minat Jamaah Umroh

Evaluasi strategi dilakukan secara berkala sebagai upaya untuk mengetahui tingkat keberhasilan strategi yang telah diterapkan. Keberhasilan strategi diukur melalui beberapa indikator, yaitu peningkatan jumlah jamaah, tercapainya target perusahaan, tingkat kepuasan jamaah, efektivitas kegiatan promosi, serta meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap PT. Harira Global Wisata.

Evaluasi dilakukan setiap bulan melalui rapat internal dan setelah setiap program keberangkatan umroh selesai dilaksanakan. Hasil evaluasi menjadi dasar bagi perusahaan untuk mempertahankan strategi yang dinilai efektif serta memperbaiki strategi yang belum memberikan hasil maksimal. Perusahaan juga terbuka terhadap kritik dan saran dari jamaah sebagai bahan perbaikan pelayanan. Dengan demikian, evaluasi strategi telah menjadi bagian penting dalam proses manajemen strategi karena mampu mendukung pengambilan keputusan dan penyusunan strategi yang lebih efektif pada periode berikutnya.

B. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian tersebut, beberapa saran yang dapat diberikan berkaitan dengan Manajemen Strategi PT. Harira Global Wisata Dalam Menarik Minat Jamaah Umroh Di Kota Padang adalah sebagai berikut:

1. Pada tahapan formulasi strategi, PT. Harira Global Wisata disarankan dapat terus mengembangkan proses perumusan strategi dengan melakukan

analisis lingkungan internal dan eksternal secara lebih komprehensif serta mengikuti perkembangan kebutuhan dan perilaku masyarakat. Perusahaan juga diharapkan mampu menyusun strategi yang lebih inovatif agar dapat meningkatkan daya saing di tengah semakin banyaknya biro perjalanan ibadah umrah.

2. Pada tahapan implementasi strategi, PT. Harira Global Wisata disarankan dapat lebih mengoptimalkan pelaksanaan strategi pemasaran, khususnya melalui pemanfaatan media digital seperti website, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan platform digital lainnya dengan penyajian konten yang lebih menarik, informatif, dan konsisten. Selain itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat koordinasi antarkaryawan, serta mempertahankan pelayanan yang profesional, transparan, dan amanah agar kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan semakin meningkat.
3. Pada tahapan evaluasi strategi, PT. Harira Global Wisata disarankan dapat melaksanakan evaluasi secara lebih terstruktur dan berkesinambungan terhadap seluruh program pemasaran dan pelayanan yang telah dijalankan. Evaluasi hendaknya tidak hanya dilakukan terhadap pencapaian target jumlah jamaah, tetapi juga terhadap tingkat kepuasan jamaah, efektivitas media promosi, kualitas pelayanan, serta kinerja setiap bagian perusahaan sehingga hasil evaluasi dapat dijadikan dasar dalam penyempurnaan strategi pada periode berikutnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Al- Qur'an dan Terjemahannya.(2016). Jakarta: Kementrian Agama RI.
- Akbar, M. S. (2023). *Pengertian Strategi*.
- Anshari, M. F. (2024). *Perkembangan Minat Haji dan Umrah*.
- Bagus Putu Yudhia Kurniawan. (2016). *STRATEGI DAN PROSPEK PENGEMBANGAN JAMBU METE*. (3), 242–258.
- Fathi, A. (2021). *Jamaah Umroh Pada Pt Nur Islami*.
- Fred R. David, *Strategic Management 2019*
- Hidayatullah, M. F. (2025). *Manajemen strategi dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh di pt. ebad group jember*.
- Indrayani, P. (2024). Strategi Promosi Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Di PT Arminareka Perdana Metro Terhadap Minat Masyarakat. *Journal of Applied Linguistics and Literature*, 1(1), 4–6.
- Jahroni, & Putra, A. R. (2022). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kewajaran Harga Terhadap Retensi Pelanggan Pada Biro Perjalanan Umroh*. *Jurnal Baruna Horizon*, 5(2), 69–77. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v5i2.81>. 57–65. 81
- Junaidah, Putri, Y. A., & Sari, M. (2024). *Manajemen Strategi Fred R David*. 161–177.
- Nadila, A., Parenrengi, B., Admaja, G. D., & Supriyadi, R. (2026). *JIMI : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia Evaluasi Strategi Perusahaan dalam Manajemen Strategik*. 2(1), 160–168. <https://doi.org/10.64845/jimi.v1i2>
- Niar, N. N., Septiarini, S., Mokodompit, E. A., Manajemen, M., & Oleo, U. H. (2026). *Strategy In Action*. 4, 809–817.
- Ridwan, & Yuli. (2022). *STRATEGI DALAM PENYUSUNAN BUSINESS PLAN*. 244–253.
- Rifaldi Dwi Syahputra, & Nuri Aslami. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51–61.
- Safarudin, R., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). *Penelitian Kualitatif*. 3, 9680–9694.

- Samsudin. (2008). *Formulasi strategi dalam memilih strategi terbaik untuk meningkatkan mutu lembaga pendidikan*. 1–15.
- Suherman, A. (2022). *Manajemen Strategi*.
- Yessy, A. (2021). *Pengaruh Minat Terhadap Calon Jamaah Dalam Memilih Biro Perjalanan Umroh di Kecamatan Tampan*. (4635), 1–87.

