

STRATEGI MANAJEMEN SOSIALISASI PENYELENGGARAAN HAJI DAN UMRAH PT FAJRI TOUR TRAVEL TANGERANG

Ahmad Rafiudin ¹

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

ahmadrafiudin14@gmail.com

Silvia Qurrotul Aini ²

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

silviaaini10@gmail.com

ABSTRAK

The problems studied in this thesis are: How is the Umrah Jamaat Socialization Strategy carried out by Travel Indonesia PT. The purpose of this research is to find out the form of strategy in socializing with Umrah pilgrims at PT Fajri Tour Travel Tangerang. facts and data regarding the form of the Umrah Jama'at Socialization Strategy at PT Fajri Tour Travel Tangerang, then the data is described, analyzed and discussed to answer these problems. From the results of this study it was found that the strategy used by PT. Fajri Tour Travel Tangerang is an Intensive Strategy, which includes product development and increased product sales. This form of development is adapted to situations and conditions with a dynamic form, one of its characteristics is that marketing implementers can be creative according to the shape of the market they are facing. So with this dynamic form of development, it is also hoped that the increase in product sales has the opportunity to increase consumer acquisition from time to time. While the socialization process is carried out in collaboration with institutional parties, such as the taklim assembly, Islamic holidays and other events related to program socialization, and also always carries out socialization by providing good services, such as office services and when doing activities. socialization in agencies or institutions.

Keyword: Management, Travel, Socialization

ABSTRAK

Permasalahan yang dikaji dalam skripsi ini adalah: Bagaimana Strategi Sosialisasi Jemaat Umroh yang dilakukan oleh Travel Indonesia PT. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk strategi dalam bersosialisasi dengan jamaah umrah di PT Fajri Tour Travel Tangerang. fakta dan data mengenai bentuk Strategi Sosialisasi Jamaah Umroh di PT Fajri Tour Travel Tangerang, kemudian data tersebut dideskripsikan, dianalisis dan didiskusikan untuk menjawab permasalahan tersebut. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa strategi yang digunakan oleh PT. Fajri Tour Travel Tangerang merupakan Strategi Intensif yang meliputi pengembangan produk dan peningkatan penjualan produk. Bentuk pengembangan ini disesuaikan dengan situasi dan kondisi dengan bentuk yang dinamis, salah satu cirinya adalah pelaksana pemasaran dapat berkreasi sesuai dengan bentuk pasar yang dihadapinya. Sehingga dengan bentuk perkembangan yang dinamis ini, diharapkan juga peningkatan penjualan produk berpeluang untuk meningkatkan perolehan konsumen dari waktu ke waktu. Sedangkan proses sosialisasi dilakukan bekerjasama dengan pihak institusi, seperti majelis taklim, hari besar Islam dan acara-acara lain yang berkaitan dengan sosialisasi program, dan juga selalu melakukan sosialisasi dengan memberikan pelayanan yang baik, seperti pelayanan kantor dan saat melakukan kegiatan. sosialisasi di instansi atau lembaga. Hari besar Islam dan acara lainnya yang berkaitan dengan sosialisasi program, dan juga selalu melakukan sosialisasi dengan memberikan pelayanan yang baik, seperti pelayanan kantor dan saat melakukan kegiatan. sosialisasi di instansi atau lembaga. Hari besar Islam dan acara lainnya yang berkaitan dengan sosialisasi program, dan juga selalu melakukan sosialisasi dengan memberikan pelayanan yang baik, seperti pelayanan kantor dan saat melakukan kegiatan. sosialisasi di instansi atau lembaga.

Kata kunci: Manajemen, Perjalanan, Sosialisasi

PENDAHULUAN

Manajemen dari PT Fajri Toru Travel Tangerang adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengaturan anggota organisasi dan penggunaan semua sumber daya yang ada secara tepat untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Dakwah adalah kegiatan yang menyeru, mengajak, dan menyeru manusia untuk beriman dan bertakwa kepada Allah SWT sesuai dengan aqidah, syariat, dan akhlak Islam. Umat Islam sangat rindu untuk pergi ke tanah suci, dan

menjadi tamu Allah SWT / dhuyuf ar-rahman. Namun karena kuota atau waktu yang relatif lama, hal itu tidak menyurutkan niat mereka untuk berziarah ke rumah Allah swt di Makkah al-Mukarramah. Karena haji merupakan ibadah khusus yang erat kaitannya dengan waktu yaitu pada bulan Zul Hijjah maka cara berangkatnya adalah dengan terlebih dahulu menunaikan umroh untuk sampai ke kota Mekkah dan Madinah, dengan menunaikan Umroh, yang mayoritas ulama menyatakan atau menganggap hukum itu sunnah. . Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, melaksanakan ibadah haji setiap tahunnya, sehingga jumlah jamaah haji cenderung meningkat dari tahun ke tahun, jumlah jamaah haji selalu meningkat setiap tahunnya. Ada banyak motif umat Islam Indonesia melaksanakan ibadah haji, di antaranya meningkatkan amal shaleh, menjadi teladan bagi masyarakat, mendapatkan status sosial dan meningkatkan gengsi politik. Semakin tinggi pendidikan umat Islam, semakin kuat motivasi mereka untuk menunaikan ibadah haji. jumlah peziarah selalu meningkat setiap tahunnya. Ada banyak motif umat Islam Indonesia melaksanakan ibadah haji, yakni meningkatkan amal shaleh, menjadi teladan bagi masyarakat, mendapatkan status sosial dan meningkatkan gengsi politik. Semakin tinggi pendidikan umat Islam, semakin kuat motivasi mereka untuk menunaikan ibadah haji. jumlah peziarah selalu meningkat setiap tahunnya. Ada banyak motif umat Islam Indonesia melaksanakan ibadah haji, di antaranya meningkatkan amal shaleh, menjadi teladan bagi masyarakat, mendapatkan status sosial dan meningkatkan gengsi politik. Semakin tinggi pendidikan umat Islam, semakin kuat motivasi mereka untuk menunaikan ibadah haji.

Banyaknya umat Islam di Indonesia yang ingin pergi ke tanah suci untuk menunaikan ibadah haji menyebabkan daftar tunggu yang panjang, sehingga jamaah haji harus menunggu puluhan tahun untuk menunaikan ibadah haji. Di Indonesia, berdasarkan data yang dirilis Kementerian Agama Republik Indonesia pada Juni 2019, daftar tunggu haji tercepat adalah 11 tahun. Umat Islam yang menunaikan ibadah haji karena tidak mampu untuk segera berangkat menunaikan ibadah haji, membuat usaha biro jasa perjalanan haji dan umroh semakin menjamur. Hal ini merupakan bentuk model wisata spiritual yang melayani konsumen/pengguna jasa agar mendapatkan kemudahan menuju kota Mekkah dalam pelaksanaan ibadah umroh. Sesuai dengan banyaknya permintaan dan minat dari pengguna biro perjalanan umroh dan haji milik swasta ini, biaya umroh sudah meroket, namun tentunya biayanya tidak melebihi biaya haji biasa sekitar Rp. 50.235.602, hanya dari biaya haji. Yaitu, kadang-kadang sekitar Rp. 25.000.000.00,-an. Ada juga agen dari travel yang melakukan bujukan dan penawaran untuk keluarga yang ingin pergi haji

METODE

Agar penelitian yang penulis lakukan lebih fokus dan detail, maka batasan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut: “Dalam penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada bentuk Strategi Sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Fajri Tour Travel Tangerang”.

- Contoh: Manajemen strategi sosialisasi jemaah haji dan umrah di PT. Fajri Tour Travel Tangerang cukup aman dalam pelaksanaannya.
- Pengumpulan data: Sumber data sekunder berupa Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia yang berkaitan dengan Penyelenggaraan Haji dan Umrah, serta sumber pendukung lainnya. Hasil Penelitian sebagai berikut : Pelayanan yang diberikan oleh travel haji dan umroh Kota Medan, merupakan pelayanan prima/service yang mengutamakan kualitas, kemudahan, Manajemen dan Strategi.
- Tindakan (Alternatif: Pengukuran): Kesamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan adalah membahas strategi pada agen haji dan umrah. Perbedaan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya membahas tentang Strategi dan Manajemen Haji Dan Travel Umrah Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL

Sosialisasi mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural lingkungan sosial dari masyarakat yang bersangkutan, interaksi sosial dan tingkah laku sosial. Berdasarkan hal tersebut, sosialisasi merupakan mata rantai paling penting di antara sistem-sistem sosial lainnya, karena dalam sosialisasi adanya interaksi individu-individu sampai dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi. Sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan budaya kelompok-kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma-norma sosialnya, sehingga mengarahkan orang-orang tersebut untuk mengharapkan harapan terhadap orang lain. Berdasarkan uraian di atas persamaan mengenai sosialisasi, terletak pada objek sosialisasi yaitu masyarakat yang dilihat dari sudut hubungan antara manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia di dalam masyarakat. Jadi, dalam sosialisasi terdapat interaksi antara manusia sebagai anggota kelompok. Timbulnya kelompok-kelompok dalam masyarakat

adalah karena kedua sifat dari manusia yang bertentangan satu sama lain, di pihak lain ingin menunjukkan, di pihak lain cenderung untuk bersaing dengan sesama manusia untuk dapat berkuasa. Kekuasaan merupakan kajian dan konsep dari politik mengenai kebijakan.

Nama Perusahaan PT. Fajri Tour Travel Tangerang salah satu caranya adalah dengan paket tour kreatif dan inovatif dari tour bumi rafflesia. Untuk mewujudkannya, akan disediakan berbagai pilihan kepada wisatawan. Wisata budaya, olahraga, kuliner dan pemanfaatan event-event pariwisata Bengkulu seperti festival tabot, festival bumi rafflesia, festival pantai panjang dan kain batik besurek. Sarana dan prasarana pegawai terdiri dari komputer sebanyak empat buah yang digunakan untuk penginputan data, pemesanan tiket hotel dan pesawat, pendaftaran pembuatan paspor, pendaftaran vaksin biometrik dan keperluan lainnya.

Strategi sosialisasi yang digunakan merupakan wujud dari fungsi sebuah pelaksanaan dalam strategi manajemen. Strategi merupakan tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai dalam jangka pendek maupun jangka panjang. PT. Fajri Tour Travel Tangerang melakukan strategi sosialisasi dengan beragam cara, seperti syiar, kerjasama, kajian atau kegiatan, dan kemudahan dalam pelayanan. Dapat dibuka oleh peneliti bahwa jenis strategi yang digunakan oleh PT. Fajri Tour Travel Tangerang ini adalah strategi intensif, karena syiar adalah sebuah bentuk strategi untuk meningkatkan penjualan produk, begitu juga dengan kerjasama, membuat kajian atau kegiatan, ini termasuk dalam kategori penetrasi pasar dalam strategi intensif yang mana penetrasi pasar adalah sebuah peningkatan penjualan produk yang ada ke pasar yang ada.

Dapat dijangkau bahwa sosialisasi strategi yang digunakan oleh PT. Fajri Tour Travel Tangerang menggunakan strategi pengembangan produk, karena dalam strategi ini hampir semua agen travel menggunakan strategi untuk mengembangkan penjualan agar semakin luas, untuk mengembangkan produk maka dilakukanlah dengan cara mempermudah konsumen dalam pelayanan, PT. Fajri Tour Travel Tangerang melakukan strategi sosialisasi syiar di sekolah dengan cara memberikan arah, memberikan alat tulis dengan brandnya, membuat kegiatan/acara dengan mengundang calon jamaah dan alumni untuk menarik konsumen. Strategi ini adalah sebuah pengembangan produk untuk menciptakan peningkatan penjualan produk, strategi ini termasuk dalam strategi intensif.

Perencanaan strategi merupakan langkah awal dalam proses untuk mencapai suatu tujuan dalam pengorganisasian, maka semua sumberdaya pada tujuan utama perusahaan PT. Fajri Tour Travel Tangerang dalam melakukan sosialisasi program jamaah umroh juga memiliki perencanaan untuk mencapai visi dan misinya. Proses perencanaan strategis yang dilakukan adalah dengan mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan pada saat kegiatan dilaksanakan, menentukan da'i, tema yang akan diangkat, serta waktu ini merupakan jenis strategi intensif untuk peningkatan penjualan Produk. Dalam strategi pengorganisasian terdapat Ada dua poin penting yang harus diperhatikan, yaitu desain organisasi dan struktur organisasi. Kedua poin ini akan berdampak pada hasil organisasi yang dilakukan oleh PT. Fajri Tour Travel Tangerang membagi pekerjaan dengan membentuk tim untuk melakukan sosialisasi, yang dikoordinasikan dengan koordinator tim dan disupervisi oleh manajer perusahaan. Strategi ini merupakan bentuk dari strategi intensif karena memerlukan upaya terus menerus dalam meningkatkan penjualan produk dengan persaingan perusahaan, dimana pembagian tugas, pengelompokan, departementalisasi, rantai komando merupakan penerapan pengorganisasian.

Wawancara Transkrip

Pengkodean	Pertanyaan
Peneliti	Strategi apa yang digunakan untuk menarik calon jemaah haji ke PT Fajri tour travel Tangerang?
informan	strategi pelayanan terbaik untuk jemaah agar jemaah ikut program. Dia senang dia memberi tahu keluarga tetangga, sehingga ketika mereka menulis layanan terbaik, maka yang lain juga tertarik. Sehingga mereka memberikan pelayanan yang terbaik bagi jemaah.
Peneliti	Bagaimana strategi ini bekerja dengan baik untuk PT Fajri tour travel Tangerang?
informan	Untuk memberikan pelayanan terbaik memang tidak mudah, pasti ada kendalanya. dari sisi pelayan hotel, pesawat, dll, jika ada kendala akan kami sampaikan kepada jemaah apa adanya. Dan itu disampaikan dengan jelas, agar jemaah memahaminya. Jika ada masalah akan kami atasi semaksimal mungkin agar hamba ini sesuai dengan rencana. Contoh: saat transit dalam penerbangan, maka ada salah satu jemaah yang bosan

	karena penerbangannya terlalu lama. Kemudian pihak travel ini menyediakan penginapan bagi jemaah agar merasa aman. Dan kebetulan, selama ini ada jadwal penerbangan yang transit di Brunei, maka pihak travel ini menyediakan hotel untuk jemaah. Selain itu, perjalanan ini juga mengajak calon jemaah haji untuk mengunjungi masjid di Brunei dan mengajak mereka makan.
Peneliti	Berapa jumlah jemaah haji yang berangkat setiap tahun?
informan	karena perjalanan ini baru saja dibuka, maka tidak terlalu banyak peziarah yang dikirim olehnya. Tahun 2021 ada sekitar 21, dan alhamdulillah tiap tahun bertambah, padahal travel ini baru buka tahun 2019
Peneliti	Bagaimana perusahaan travel travel fajri memasarkan haji dan umrahnya kepada calon jemaah haji?
informan	melalui whatsapp, brosur, facebook, website berupa gambar online yang terhubung dengan wa. Prosesnya: melalui brosur yang disebarakan melalui media wa dan youtube, kemudian bisa juga melalui pertemuan tatap muka. Sasarannya adalah jemaah haji yang telah menunaikan ibadah haji melalui perjalanan ini, kemudian membagikannya kepada orang lain.

B. PEMBAHASAN

Proses pelaksanaan strategi sosialisasi yang dilakukan melalui media seperti grup whatsapp atau media lainnya, dan langsung melalui kegiatan harian, harian dan bulanan. Kajian harian seperti sebelum melakukan aktifitas kantor diawali dengan briefing, apel pagi, berdoa agar pekerjaan di ridhoi Allah SWT. Kajian Hari Ini yang dilakukan di hari jum'at berupa motivasi yang biasanya disampaikan oleh manajer perusahaan. Kajian bulanan yang sudah dilakukan setelah akhir bulan berupa rapat bulanan dari hasil pekerjaan dalam bulan yang berjalan. Dari pelaksanaan strategi yang telah dilakukan oleh PT. Fajri Tour Travel Tangerang ini termasuk dalam jenis strategi intensif. Pelaksanaan strategi dalam sosialisasi program umroh PT. Perjalanan Wisata Fajar Tangerang, motivasi dilakukan setiap hari melalui media sosial (grup whatsapp), dengan tinjauan harian memberi motivasi langsung kepada tim yang biasanya dilakukan setiap hari, melalui penilaian bulan dengan bentuk kegiatan yang berupa rapat dari hasil pekerjaan bulanan.

Maka dapat dikatakan bahwa strategi ini merupakan tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai yaitu peningkatan dalam penjualan produk.

SIMPULAN

Dalam pengendalian kegiatan sosialisasi sangat diperlukan dengan melakukan evaluasi terhadap setiap kegiatan yang dilakukan. Berdasarkan hasil observasi dan data yang penulis dapatkan, pada PT. Fajri Tour Travel Pengendalian kota Tangerang dilakukan melalui evaluasi yaitu evaluasi harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Setiap hari pukul 09.00 biasanya melalui grup whatsapp atau langsung online, mingguan yaitu hari Jumat, bulanan setiap akhir bulan, sedangkan evaluasi tahunan diadakan pada akhir keberangkatan jemaah setiap tahun.

Melalui evaluasi ini juga dilakukan penilaian terhadap tim siaran sesuai dengan hasil pencapaian dan diberikan reward. Dalam kegiatan sosialisasi ini, penulis melihat beberapa kekurangan yaitu tolak ukur keberhasilan kegiatan sosialisasi hanya dilihat dari jumlah jemaah haji yang melaksanakan umroh melalui PT. Fajri Tour Travel Tangerang, meskipun keberhasilan kegiatan sosialisasi tidak hanya diukur dari jumlah jemaah haji, tetapi dapat dilihat dari seberapa besar pemahaman masyarakat tentang ibadah umroh, dalam prosesnya dan apa saja yang perlu dipersiapkan ketika hendak berangkat. melakukan ibadah, kemudian memberikan pemahaman bahwa ibadah umroh bukan hanya sekedar kegiatan wisata tetapi amal untuk mempersiapkan kita di akhirat, dan penulis melihat perlu adanya perbaikan saat melakukan kegiatan sosialisasi.

REFERENSI

- Abdul Majidi Ahmad, 2013. *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umrah*, (Jakarta: Rineka Cipta). Arsyad Al Aziz Syaikh Ali, 2015. *Manasik Haji dan Rahasia Meraih Haji Mabruur*, (Surabaya: Terbit Terang). Al-Bukhari,
- Al-Imam Al-Hafidz Abi 'Abdillah Ibn Isma'il, 2003, *Shahīhu-lBukhāri, Dār Ibn Hazm*, (Beirut-Libanon).
- Arikunto Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta).
- Azhar, 2003. *Pokok-Pokok Manajemen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).