



Studi Kasus Pengelolaan Usaha Travel Haji dan Umrah pada PT. Multazam Wisata Agung

Syahviqa Izzati¹, Namira Alya Adzani Siagian², Hilwa Muslimah Harahap³, Zainarti⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: syahviqaizzati@gmail.com¹, namiraalya331@gmail.com², hilwamuslimahharahap097@gmail.com³,
zainartimm60@gmail.com⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan usaha travel haji dan umrah pada PT. Multazam Wisata Agung yang berlokasi di Jalan Titi Papan Gang Pertahanan No. 10 Medan Petisah. Fokus penelitian mencakup aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan dalam penyelenggaraan layanan haji dan umrah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap pihak manajemen dan karyawan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Multazam Wisata Agung telah menerapkan sistem pengelolaan usaha yang cukup terstruktur, khususnya dalam perencanaan program perjalanan dan pelayanan jamaah. Namun demikian, masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan administrasi. Pengawasan internal telah berjalan, tetapi perlu ditingkatkan agar kualitas layanan tetap konsisten dan sesuai dengan regulasi pemerintah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola travel haji dan umrah dalam meningkatkan efektivitas manajemen usaha serta kualitas pelayanan kepada jamaah.

Kata Kunci: Penelitian Ini, Pengelolaan Usaha, Travel Haji Dan Umrah, Manajemen Pelayanan, Studi Kasus.

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan ibadah haji dan umrah merupakan sektor jasa keagamaan yang memiliki karakteristik khusus karena berkaitan langsung dengan pelayanan spiritual, administratif, dan logistik bagi jamaah. Di Indonesia, tingginya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah mendorong pertumbuhan pesat usaha travel yang bergerak di bidang tersebut. Kondisi ini menuntut perusahaan travel haji dan umrah untuk memiliki sistem pengelolaan usaha yang profesional, transparan, dan berorientasi pada kepuasan jamaah. Pengelolaan usaha yang baik tidak hanya berkaitan dengan aspek perencanaan perjalanan, tetapi juga mencakup manajemen pelayanan, sumber daya manusia, keuangan, serta kepatuhan terhadap regulasi pemerintah. Kegagalan dalam pengelolaan dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan masyarakat dan berpotensi menimbulkan permasalahan hukum. Oleh karena itu, kajian mengenai pengelolaan usaha travel haji dan umrah menjadi penting untuk memastikan keberlangsungan usaha sekaligus perlindungan bagi jamaah sebagai konsumen jasa keagamaan (Anesta & Kenedi, 2023).

Manajemen pelayanan merupakan faktor utama yang menentukan kualitas penyelenggaraan jasa travel haji dan umrah. Pelayanan yang baik akan menciptakan rasa aman, nyaman, dan kepuasan bagi jamaah selama proses pendaftaran hingga pelaksanaan ibadah di tanah suci. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan keluhan, ketidakpuasan, bahkan konflik antara jamaah dan pihak travel. Dalam konteks persaingan usaha yang semakin ketat, biro travel haji dan umrah dituntut untuk mampu merancang strategi pelayanan yang efektif dan berorientasi pada kebutuhan jamaah. Hal ini mencakup kejelasan informasi, ketepatan jadwal, kualitas pembimbing ibadah, serta kemampuan menangani permasalahan yang muncul di lapangan. Manajemen pelayanan yang terencana dan terorganisasi dengan baik akan meningkatkan minat calon jamaah serta memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat luas (Lasmi & Kenedi, 2023).

Selain pelayanan, strategi pemasaran juga memegang peranan penting dalam keberhasilan usaha travel haji dan umrah. Perubahan perilaku konsumen, terutama setelah pandemi COVID-19, menuntut perusahaan untuk lebih adaptif dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi dan komunikasi. Media sosial, platform daring, serta kerja sama dengan berbagai pihak menjadi strategi yang umum digunakan untuk menjangkau calon jamaah secara lebih luas. Namun, strategi pemasaran yang efektif tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga harus didukung oleh kualitas layanan yang konsisten dan terpercaya. Pemasaran yang tidak diimbangi dengan pelayanan yang baik justru dapat menimbulkan ekspektasi berlebihan dan berujung pada ketidakpuasan jamaah. Oleh karena itu, integrasi antara manajemen pemasaran dan manajemen pelayanan menjadi kunci keberhasilan usaha travel haji dan umrah di tengah dinamika persaingan yang semakin kompleks (Cahyono, 2021).

Dalam perspektif Islam, penyelenggaraan usaha travel haji dan umrah juga harus berlandaskan pada prinsip etika bisnis Islam. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, dan keadilan menjadi landasan utama dalam memberikan pelayanan kepada jamaah. Etika bisnis Islam menekankan bahwa keuntungan usaha tidak boleh dicapai dengan mengorbankan hak dan kenyamanan jamaah. Penerapan etika bisnis yang konsisten akan membangun kepercayaan jangka panjang antara perusahaan dan jamaah, serta menciptakan hubungan yang saling menguntungkan. Dalam praktiknya, etika bisnis Islam tercermin dalam transparansi biaya, kejelasan fasilitas, serta komitmen perusahaan dalam memenuhi janji layanan yang telah disepakati. Oleh karena itu, kajian mengenai pengelolaan usaha travel haji dan umrah tidak dapat dipisahkan dari aspek etika bisnis Islam sebagai pedoman moral dalam menjalankan aktivitas usaha (Jayanti & Nizruddin, 2021).

Pandemi COVID-19 memberikan dampak signifikan terhadap industri travel haji dan umrah di Indonesia. Pembatasan perjalanan internasional, penundaan keberangkatan, serta perubahan regulasi pemerintah memaksa perusahaan travel untuk melakukan penyesuaian strategi pengelolaan usaha. Dalam situasi ini, kemampuan manajemen dalam mengelola risiko, menjaga kepercayaan jamaah, serta mempertahankan kualitas pelayanan menjadi sangat krusial. Banyak perusahaan yang harus berinovasi dalam pelayanan, seperti meningkatkan layanan komunikasi, memberikan pendampingan administratif, dan memperbaiki sistem manajemen internal. Kondisi pasca pandemi menuntut perusahaan travel haji dan umrah untuk lebih siap menghadapi ketidakpastian serta mampu menerapkan manajemen yang fleksibel dan adaptif. Oleh karena itu, studi mengenai strategi pengelolaan usaha travel haji dan umrah pasca pandemi menjadi relevan untuk memahami tantangan dan peluang yang dihadapi sektor ini (Yuliasih, 2022).

Pengelolaan usaha travel haji dan umrah juga tidak terlepas dari peran sumber daya manusia, khususnya pembimbing ibadah dan staf pelayanan. Kompetensi, profesionalisme, serta sikap pelayanan yang dimiliki oleh sumber daya manusia akan sangat memengaruhi kualitas layanan yang diterima jamaah. Pembimbing ibadah yang kompeten mampu memberikan arahan manasik secara tepat, sementara staf pelayanan yang responsif dapat membantu menyelesaikan permasalahan jamaah dengan cepat dan efektif. Oleh karena itu, perusahaan travel perlu melakukan pengelolaan sumber daya manusia secara berkelanjutan melalui pelatihan, evaluasi kinerja, dan pengawasan internal. Pengelolaan sumber daya manusia yang baik akan meningkatkan kepuasan jamaah serta mendukung tercapainya tujuan organisasi secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa aspek manajemen internal memiliki peran strategis dalam keberhasilan usaha travel haji dan umrah (Ningsiwi, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada pengelolaan usaha travel haji dan umrah pada PT. Multazam Wisata Agung yang berlokasi di Medan Petisah. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada peran perusahaan sebagai salah satu penyelenggara jasa haji dan umrah yang aktif melayani masyarakat. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai bagaimana perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan,



dan pengawasan usaha dilakukan dalam praktik nyata. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mengidentifikasi kendala yang dihadapi serta upaya yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik sekaligus masukan praktis bagi pengelola travel haji dan umrah lainnya dalam mengembangkan sistem pengelolaan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan (Chulaivi & Zaky, 2024).

TINJAUAN TEORITIS

Konsep Manajemen Usaha Jasa

Manajemen usaha jasa merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap seluruh sumber daya organisasi guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam konteks usaha jasa, manajemen tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan, tetapi juga pada penciptaan nilai layanan yang dirasakan langsung oleh konsumen. Karakteristik usaha jasa yang bersifat tidak berwujud, tidak dapat disimpan, dan sangat bergantung pada interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan menjadikan manajemen usaha jasa memiliki kompleksitas tersendiri. Oleh karena itu, pengelolaan yang terstruktur dan sistematis menjadi kunci utama dalam menjaga kualitas layanan dan keberlanjutan usaha, terutama pada sektor jasa keagamaan seperti travel haji dan umrah (Anesta & Kenedi, 2023).

Dalam usaha travel haji dan umrah, manajemen usaha jasa mencakup pengelolaan layanan ibadah, administrasi keberangkatan, logistik, hingga pendampingan jamaah selama perjalanan. Setiap tahapan tersebut harus dikelola secara terintegrasi agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan jamaah dan regulasi pemerintah. Manajemen yang lemah berpotensi menimbulkan kesalahan operasional, ketidakpuasan jamaah, dan menurunnya kepercayaan publik. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip manajemen usaha jasa yang profesional menjadi kebutuhan mutlak bagi perusahaan travel haji dan umrah dalam menghadapi persaingan dan dinamika lingkungan usaha (Chulaivi & Zaky, 2024).

Manajemen Pelayanan dalam Travel Haji dan Umrah

Manajemen pelayanan merupakan upaya sistematis untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi layanan agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam travel haji dan umrah, pelayanan memiliki dimensi yang sangat luas, mencakup pelayanan administratif, pelayanan ibadah, pelayanan transportasi, akomodasi, hingga pelayanan kesehatan jamaah. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan dan loyalitas jamaah, sedangkan pelayanan yang buruk dapat menimbulkan citra negatif terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan travel haji dan umrah dituntut untuk memiliki standar pelayanan yang jelas dan konsisten dalam setiap aktivitas operasionalnya (Lasmi & Kenedi, 2023).

Penerapan manajemen pelayanan yang efektif memerlukan koordinasi yang baik antarbagian serta komitmen seluruh sumber daya manusia dalam perusahaan. Pelayanan yang prima tidak hanya bergantung pada prosedur tertulis, tetapi juga pada sikap, etika, dan kompetensi petugas yang berinteraksi langsung dengan jamaah. Dalam praktiknya, banyak permasalahan pelayanan muncul akibat kurangnya pengawasan dan evaluasi berkelanjutan. Oleh sebab itu, manajemen pelayanan harus dijadikan sebagai bagian integral dari strategi pengelolaan usaha travel haji dan umrah agar kualitas layanan tetap terjaga dan mampu memenuhi harapan jamaah (Safitri, 2021).

Strategi Pemasaran Jasa Travel Haji dan Umrah

Strategi pemasaran jasa merupakan rangkaian kegiatan yang dirancang untuk mengenalkan, menawarkan, dan mempertahankan layanan agar diminati oleh konsumen. Dalam usaha travel haji dan umrah, strategi pemasaran tidak hanya berfokus pada promosi

paket perjalanan, tetapi juga pada pembangunan citra dan kepercayaan masyarakat. Kepercayaan menjadi faktor utama dalam keputusan calon jamaah memilih biro travel, mengingat besarnya biaya dan risiko yang terlibat. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus disusun secara hati-hati dan berorientasi pada nilai serta kredibilitas perusahaan (Cahyono, 2021).

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola pemasaran jasa travel haji dan umrah. Pemanfaatan media digital, media sosial, dan kerja sama dengan berbagai mitra menjadi strategi yang banyak digunakan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun, efektivitas strategi pemasaran sangat bergantung pada kesesuaian antara pesan promosi dan realitas layanan yang diberikan. Ketidaksiharian antara promosi dan pelayanan justru dapat menimbulkan kekecewaan jamaah. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus selaras dengan kemampuan manajemen pelayanan agar mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas jamaah secara berkelanjutan (Syamsiyah, 2023).

Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan Travel Haji dan Umrah

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral yang bersumber dari ajaran Islam dan menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas usaha. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, amanah, keadilan, dan tanggung jawab menjadi landasan utama dalam penyelenggaraan usaha travel haji dan umrah. Etika bisnis Islam menekankan bahwa kegiatan usaha tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan, tetapi juga harus memberikan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat, khususnya jamaah sebagai pengguna jasa (Jayanti & Nizruddin, 2021).

Penerapan etika bisnis Islam dalam pengelolaan travel haji dan umrah tercermin dalam transparansi biaya, kejelasan fasilitas, serta komitmen perusahaan dalam memenuhi janji layanan. Pelanggaran terhadap etika bisnis Islam, seperti manipulasi informasi atau pengabaian hak jamaah, dapat merusak kepercayaan dan reputasi perusahaan. Oleh karena itu, etika bisnis Islam harus menjadi bagian integral dari sistem manajemen perusahaan, bukan hanya sebagai slogan, tetapi sebagai praktik nyata dalam setiap aspek pelayanan dan pengambilan keputusan manajerial (Fallah, 2024).

Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Travel Haji dan Umrah

Manajemen sumber daya manusia merupakan proses perencanaan, pengembangan, dan pengawasan terhadap tenaga kerja agar mampu memberikan kontribusi optimal bagi organisasi. Dalam usaha travel haji dan umrah, sumber daya manusia memegang peranan strategis karena berinteraksi langsung dengan jamaah. Kompetensi, sikap pelayanan, dan integritas karyawan sangat menentukan kualitas layanan yang diterima jamaah. Oleh karena itu, pengelolaan sumber daya manusia yang efektif menjadi kunci dalam meningkatkan profesionalisme dan daya saing perusahaan (Ningsiwi, 2022).

Pengembangan sumber daya manusia dalam travel haji dan umrah dapat dilakukan melalui pelatihan, pembinaan, serta evaluasi kinerja secara berkala. Pembimbing ibadah yang kompeten dan staf pelayanan yang responsif akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan jamaah. Sebaliknya, lemahnya pengelolaan sumber daya manusia dapat menimbulkan berbagai permasalahan operasional. Oleh sebab itu, perusahaan travel perlu menjadikan manajemen sumber daya manusia sebagai prioritas utama dalam strategi pengelolaan usaha jangka panjang (Yuliasih, 2022).

Kepuasan Jamaah sebagai Indikator Keberhasilan Usaha

Kepuasan jamaah merupakan ukuran utama keberhasilan usaha travel haji dan umrah. Kepuasan ini muncul ketika layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan jamaah. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan jamaah antara lain kualitas pelayanan, kejelasan informasi, kenyamanan fasilitas, serta profesionalisme petugas. Jamaah yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif dan menjadi pelanggan loyal bagi perusahaan travel (Lasmi & Kenedi, 2023).



Dalam jangka panjang, kepuasan jamaah berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha dan citra positif perusahaan. Oleh karena itu, pengelola travel haji dan umrah perlu menjadikan kepuasan jamaah sebagai fokus utama dalam setiap kebijakan dan strategi manajemen. Evaluasi kepuasan jamaah secara berkala dapat membantu perusahaan mengidentifikasi kelemahan layanan dan melakukan perbaikan berkelanjutan. Dengan demikian, kepuasan jamaah tidak hanya menjadi tujuan akhir, tetapi juga sebagai dasar dalam pengembangan sistem pengelolaan usaha yang lebih efektif dan berorientasi pada kualitas (Chulaivi & Zaky, 2024).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengelolaan usaha travel haji dan umrah pada PT. Multazam Wisata Agung. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada proses, makna, dan realitas sosial yang terjadi dalam praktik pengelolaan usaha, bukan pada pengukuran angka semata. Lokasi penelitian berada di Jalan Titi Papan Gang Pertahanan No. 10 Medan Petisah, dengan subjek penelitian meliputi pimpinan perusahaan, staf administrasi, serta karyawan yang terlibat langsung dalam pelayanan jamaah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung terhadap aktivitas operasional, dan dokumentasi yang berkaitan dengan struktur organisasi, prosedur pelayanan, serta kebijakan perusahaan.

Metode penelitian ini juga menekankan pada keabsahan data melalui teknik triangulasi sumber dan metode guna meningkatkan validitas temuan penelitian. Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan sejak tahap pengumpulan data hingga akhir penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai praktik pengelolaan usaha travel haji dan umrah, sekaligus mengidentifikasi kendala dan upaya perbaikan yang dilakukan oleh PT. Multazam Wisata Agung dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan usaha travel haji dan umrah pada PT. Multazam Wisata Agung telah dilaksanakan secara cukup terstruktur melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Perencanaan usaha mencakup penyusunan paket perjalanan, penetapan biaya, serta penjadwalan manasik yang disesuaikan dengan regulasi pemerintah. Pengorganisasian dilakukan dengan pembagian tugas antara pimpinan, staf administrasi, pembimbing ibadah, dan petugas pelayanan jamaah, meskipun masih terdapat keterbatasan sumber daya manusia yang menyebabkan rangkap tugas. Pelaksanaan layanan berjalan relatif baik, terutama dalam pendampingan jamaah dan bimbingan ibadah, sehingga mampu menciptakan rasa aman dan nyaman bagi jamaah. Namun, pemanfaatan teknologi digital dalam administrasi dan pemasaran belum optimal. Pengawasan internal telah dilakukan melalui pemantauan langsung dan komunikasi dengan jamaah, tetapi belum didukung oleh sistem evaluasi tertulis yang sistematis. Oleh karena itu, peningkatan manajemen berbasis teknologi dan penguatan evaluasi layanan diperlukan guna meningkatkan efektivitas pengelolaan serta kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Gambar 1. Dokumentasi Lokasi PT. Multazam Wisata Agung



Tabel 1. Perencanaan Usaha Travel Haji dan Umrah

No	Aspek Perencanaan	Praktik di Lapangan	Temuan Utama
1	Perencanaan paket	Penyusunan paket umrah dan haji reguler	Paket cukup variatif
2	Penetapan biaya	Perhitungan biaya operasional dan margin	Transparan namun manual
3	Penjadwalan	Penentuan jadwal manasik dan keberangkatan	Jadwal relatif konsisten
4	Kerja sama vendor	Maskapai, hotel, transportasi	Vendor tetap
5	Antisipasi risiko	Penyesuaian regulasi dan kuota	Belum terdokumentasi

Pembahasan Tabel 2

Berdasarkan hasil penelitian, perencanaan usaha pada PT. Multazam Wisata Agung telah dilakukan secara sistematis dengan mengacu pada kebutuhan operasional dan regulasi pemerintah. Perencanaan mencakup penyusunan paket perjalanan, penetapan biaya, penjadwalan manasik, serta pemilihan mitra kerja seperti maskapai dan hotel. Pimpinan perusahaan berperan langsung dalam menentukan kebijakan perencanaan, sementara staf administrasi bertugas mengelola data jamaah dan dokumen pendukung. Kelebihan dari tahap ini adalah adanya pembagian alur kerja yang jelas sehingga setiap proses dapat dipantau. Namun, perencanaan masih didominasi metode manual sehingga perubahan regulasi atau kondisi lapangan sering memerlukan penyesuaian cepat. Kondisi ini berpotensi menimbulkan keterlambatan penyampaian informasi kepada jamaah apabila tidak dikelola dengan baik.

Meskipun perencanaan sudah berjalan cukup baik, penelitian menemukan bahwa aspek mitigasi risiko belum terdokumentasi secara formal. Perusahaan belum memiliki panduan tertulis terkait penanganan perubahan kuota, pembatalan penerbangan, atau regulasi mendadak dari pemerintah Arab Saudi. Selama ini, penyesuaian dilakukan berdasarkan pengalaman pimpinan dan diskusi internal. Cara ini efektif dalam kondisi normal, tetapi memiliki keterbatasan jika terjadi situasi darurat. Oleh karena itu, perencanaan perlu diperkuat dengan dokumen standar operasional prosedur (SOP) dan sistem digital yang mampu menyimpan data secara terintegrasi. Dengan perencanaan yang terdokumentasi dan terstruktur, perusahaan dapat meningkatkan ketepatan pengambilan keputusan, mengurangi risiko kesalahan, serta meningkatkan kepercayaan jamaah terhadap profesionalisme penyelenggaraan perjalanan ibadah.

Tabel 2. Pengorganisasian Usaha

No	Unsur Organisasi	Bentuk Pengorganisasian	Keterangan
1	Pimpinan	Pengambil keputusan utama	Terpusat
2	Administrasi	Dokumen dan data jamaah	Beban kerja tinggi
3	Pelayanan jamaah	Informasi dan keluhan	Responsif
4	Pembimbing ibadah	Manasik dan pendampingan	Kompeten
5	Koordinasi	Rapat internal	Tidak rutin

Pembahasan Tabel 2

Pengorganisasian usaha di PT. Multazam Wisata Agung menunjukkan struktur organisasi yang sederhana namun fungsional. Pimpinan perusahaan berperan sebagai pengambil keputusan utama, sedangkan staf administrasi dan pelayanan jamaah menjalankan tugas operasional sehari-hari. Pembimbing ibadah memiliki peran strategis dalam memberikan bimbingan manasik serta pendampingan selama perjalanan. Struktur ini memudahkan koordinasi karena jalur komunikasi relatif pendek. Akan tetapi, keterbatasan jumlah sumber daya manusia menyebabkan beberapa karyawan merangkap tugas, terutama pada musim keberangkatan padat. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan efektivitas kerja apabila tidak diimbangi dengan pembagian tugas yang jelas dan terencana.

Penelitian juga menunjukkan bahwa koordinasi internal belum dilakukan secara konsisten melalui rapat terjadwal. Sebagian besar komunikasi dilakukan secara informal melalui pesan singkat atau percakapan langsung. Meskipun cara ini praktis, risiko miskomunikasi tetap ada, terutama ketika terjadi perubahan jadwal atau kebijakan. Pengorganisasian yang lebih formal melalui pembagian tugas tertulis dan rapat evaluasi rutin akan membantu meningkatkan kinerja organisasi. Dengan pengorganisasian yang baik, perusahaan dapat menjaga stabilitas operasional, meningkatkan akuntabilitas setiap bagian, serta memastikan bahwa seluruh proses pelayanan berjalan sesuai rencana dan standar yang telah ditetapkan.

Tabel 3. Pelaksanaan Layanan Travel

No	Jenis Layanan	Bentuk Pelaksanaan	Evaluasi
1	Pendaftaran	Langsung di kantor	Efektif
2	Manasik	Tatap muka dan praktik	Baik
3	Administrasi	Pengurusan paspor & visa	Cukup
4	Pendampingan	Selama perjalanan	Intensif
5	Informasi	Grup WhatsApp	Perlu standar

Pembahasan Tabel 3

Pelaksanaan layanan di PT. Multazam Wisata Agung dilakukan secara menyeluruh sejak pendaftaran hingga kepulangan jamaah. Proses pendaftaran dilakukan langsung di kantor untuk memudahkan verifikasi dokumen. Manasik diberikan beberapa kali agar jamaah memahami tata cara ibadah secara benar. Pendampingan selama perjalanan menjadi salah satu keunggulan perusahaan karena jamaah merasa lebih aman dan terbantu. Namun, dalam pelaksanaan administrasi masih terdapat kendala teknis seperti keterlambatan pengumpulan dokumen dari jamaah. Hal ini memerlukan pengawasan lebih ketat agar tidak menghambat proses keberangkatan.

Media komunikasi utama yang digunakan dalam pelaksanaan layanan adalah grup WhatsApp. Media ini efektif untuk menyampaikan informasi cepat, tetapi belum memiliki standar resmi sehingga berpotensi menimbulkan perbedaan informasi. Beberapa jamaah lanjut

usia juga mengalami kesulitan mengikuti informasi digital. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan layanan digital dengan layanan tatap muka. Pelaksanaan layanan yang konsisten, jelas, dan ramah akan meningkatkan kepuasan jamaah serta memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat.

Tabel 4. Pengawasan dan Evaluasi

No	Aspek Pengawasan	Bentuk Pengawasan	Hasil
1	Administrasi	Pemeriksaan dokumen	Cukup baik
2	Pelayanan	Monitoring keluhan	Responsif
3	SDM	Evaluasi kinerja	Tidak rutin
4	Kepatuhan regulasi	Mengikuti aturan Kemenag	Sesuai
5	Kepuasan jamaah	Umpan balik lisan	Belum sistematis

Pembahasan Tabel 4

Pengawasan di PT. Multazam Wisata Agung dilakukan secara internal oleh pimpinan perusahaan. Pengawasan administrasi difokuskan pada kelengkapan dokumen jamaah dan kesesuaian jadwal. Dalam hal pelayanan, pengawasan dilakukan melalui pemantauan langsung terhadap keluhan jamaah. Cara ini memungkinkan perusahaan merespons masalah dengan cepat. Namun, pengawasan masih bersifat informal dan belum terdokumentasi secara sistematis. Hal ini berpotensi menyulitkan evaluasi jangka panjang.

Evaluasi kepuasan jamaah sebagian besar dilakukan melalui komunikasi lisan setelah kepulangan. Metode ini memberikan gambaran umum, tetapi kurang akurat untuk analisis mendalam. Perusahaan disarankan menggunakan instrumen evaluasi tertulis seperti kuesioner sederhana. Dengan pengawasan dan evaluasi yang sistematis, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi pemerintah.

Hasil Wawancara

- **Pimpinan (W1):** Menyatakan bahwa tantangan utama adalah perubahan regulasi dan keterbatasan SDM, namun perusahaan berusaha menjaga kepercayaan jamaah.
- **Staf Administrasi (W2):** Mengungkapkan beban kerja meningkat pada musim ramai karena banyak tugas dirangkap.
- **Pembimbing Ibadah (W3):** Menyampaikan bahwa jamaah umumnya puas dengan manasik, tetapi membutuhkan pendampingan intensif.
- **Jamaah (W4):** Merasa pelayanan ramah dan membantu, namun berharap informasi lebih terstruktur.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha travel haji dan umrah pada PT. Multazam Wisata Agung telah dilaksanakan dengan cukup baik melalui penerapan fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Perusahaan telah memiliki perencanaan program perjalanan dan pelayanan jamaah yang terstruktur serta berupaya memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan jamaah. Hal ini tercermin dari adanya pembagian tugas yang jelas, pelaksanaan pelayanan yang relatif terkoordinasi, serta komitmen perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha sesuai dengan regulasi yang berlaku.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala dalam pengelolaan usaha, khususnya terkait keterbatasan sumber daya manusia dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dan administrasi. Pengawasan internal telah dilakukan, tetapi masih perlu ditingkatkan agar kualitas pelayanan dapat terjaga secara konsisten. Oleh karena itu, PT. Multazam Wisata Agung disarankan untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan berkelanjutan serta



mengembangkan sistem manajemen berbasis teknologi guna meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kepuasan jamaah secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Anesta, K. L., & Kenedi, J. (2023). Manajemen pelayanan dalam meningkatkan minat calon jama'ah haji dan umrah pada PT. Tour and Travel Auliya Perkasa Abadi di Pasaman Barat. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 3(2), 26–36.
<https://e-journal.metrouniv.ac.id/Multazam/article/view/7470>
- Cahyono, K. (2021). Strategi pemasaran biro umroh dan haji pada masa pandemi COVID-19. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 1(2), 113–131.
- Chulaivi, A., Zaky, I. K., Khazimi, I., & Hafiz, A. (2024). Efektivitas manajemen haji dan umrah dalam meningkatkan kepuasan jamaah di Indonesia: Sebuah studi literatur. *Lembaga Kita Journal of Innovation and Technology (LJIT)*, 2(2b).
<https://doi.org/10.35870/ljit.v2i2b.2957>
- Fallah, A. A. (2024). Muthawif concessions in Umrah travel bureau management. *JIELariba (Journal of Islamic Economics & Lariba)*, 10(2), Article 3.
<https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss2.art3>
- Idarotuna Editorial Board. (2024). Pemasaran bisnis travel haji dan umroh berbasis online dan kerja sama. *Idarotuna: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Islam*.
<https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/idarotuna/article/view/24600>
- International Journal of Financial Economics Editorial Team. (2024). Optimizing the Hajj and Umrah management system: Efficiency and effectiveness. *International Journal of Financial Economics*, 1(1). <https://ijefe.or.id/index.php/economic/article/view/29>
- Jayanti, S. H., Nizruddin, N., & Hotman, H. (2021). Etika bisnis Islam dalam pelayanan pada jamaah umrah (PT Garislurus Lintas Semesta Travel Umrah dan Haji Plus). *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 1(1), 73–81.
- Lasmi, A., & Kenedi, J. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 1(2), 80–89.
- Ningsiwi, H. A. (2022). Manajemen pelayanan bimbingan manasik KBIH Muslimat NU Balikpapan di masa pandemi. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 2(2), 193–207.
- Safitri, D. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jamaah umroh. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 1(2), 80–89.
- Socius Editorial Board. (2025). Analisis manajemen risiko terkait regulasi perjalanan umrah di AET Travel. *Socius: Journal of Social Sciences*.
<https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/1528>
- Syamsiyah, N. (2023). Strategi pemasaran produk umrah pada travel Smarts Umrah Lampung. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 3(1), 1–14.
- Trunojoyo Madura Editorial Team. (2024). Strategi travel haji dan umrah Indonesia dalam menghadapi dampak COVID-19. *Jurnal Kompetensi*.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/15194>
- UIN Bukittinggi Proceedings Committee. (2024). Umrah and hajj fund management strategy in Indonesia. *ICIEFS Proceedings*.
<https://proceedings.uinbukittinggi.ac.id/iciefs/article/view/536>
- Yuliasih, M. (2022). Strategi manajemen pelayanan prima tour dan travel haji dan umrah pasca pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmiah Kepariwisata (JIK)*, 19(1), 19–27.