



## Strategi Pelayanan Biro Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Shafira Tour & Travel Cabang Jember

Muhammad Ifan Ubaidillah<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> UIN Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, Indonesia

\*E-mail: [muhammadivan523@gmail.com](mailto:muhammadivan523@gmail.com)

### Keywords

Service Strategy;  
Pilgrimage and  
Umrah;  
Increasing Customer  
Numbers.

### Abstract

Service strategy entails a series of intangible activities occurring through interactions between customers, employees, or other elements provided by a company's service provider, aiming to address customer problems or needs. This study aims to comprehend the service strategy of Shafira Tour & Travel Branch in Jember to increase customer numbers and the challenges it faces. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing data collection techniques such as interviews, observations, and documentation. Findings reveal the utilization of the "welcoming attitude" strategy, extending beyond verbal greetings to involve actions aligned with staff directives. The strategy process comprises formulation, implementation, and evaluation stages. The main challenges faced by Shafira Tour & Travel Branch in Jember include competitor rivalry and digital technology advancement, presenting both opportunities and threats. The opportunity lies in leveraging technology to ease marketing efforts, while the threat manifests in price competition with similar competitors in the pilgrimage and umrah travel industry.

### Kata Kunci

Strategi Pelayanan;  
Haji dan Umroh;  
Meningkatkan  
Jumlah Konsumen.

### Abstrak

Strategi pelayanan adalah rangkaian kegiatan yang bersifat tidak terlihat secara fisik dan terjadi melalui interaksi antara pelanggan dan karyawan, atau elemen lain yang disediakan oleh penyedia layanan perusahaan. Tujuannya adalah untuk menyelesaikan masalah atau kebutuhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan memahami strategi pelayanan Shafira Tour & Travel Cabang Jember dalam meningkatkan jumlah konsumen dan tantangan yang dihadapinya. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi "sambut sikap" digunakan untuk memberikan respons lebih dari sekadar sambutan verbal, melibatkan tindakan sesuai petunjuk staf. Proses strategi terdiri dari perumusan, implementasi, dan evaluasi. Tantangan utama yang dihadapi Shafira Tour & Travel Cabang Jember adalah persaingan kompetitor dan perkembangan teknologi digital, yang memberikan peluang dan ancaman. Peluang yang dimiliki Shafira Tour & Travel Cabang Jember adalah mempermudah pemasaran melalui teknologi, sementara ancamannya adalah persaingan harga dengan kompetitor sejenis di industri travel haji dan umroh.

## Pendahuluan

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk yang memeluk agama Islam. Berdasarkan data tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia mencapai 229,6



juta orang, yang setara dengan sekitar 87,2% dari total populasi negara ini. Persentase tersebut juga mencakup sekitar 13% dari jumlah populasi Muslim global. Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam tentu akan sangat berbanding jauh dengan peningkatan aktivitas keagamaan masyarakat Islam yang ada di Indonesia. Bukanlah sesuatu yang mengherankan jika dari tahun ketahun jumlah konsumen biro travel haji dan umroh semakin ramai dengan tingginya permintaan ini, disebabkan oleh minat yang tinggi dari masyarakat Indonesia untuk menjalankan ibadah haji dan umroh, akan tetapi untuk ibadah haji sendiri Arab Saudi membatasi kuota jamaah haji Indonesia dengan menggunakan daftar tunggu yang mana daftar tunggu tersebut bisa mencapai hingga 30 tahun.

Antrian yang panjang untuk pendaftaran membuat masyarakat lebih memilih ibadah umroh sebagai jalur alternatif pengganti daripada ibadah haji. Umroh bisa dikatakan haji kecil bagi masyarakat yang tidak siap untuk menunggu daftar tunggu yang telah ditentukan, karena kegiatan atau amalan ibadah haji juga dilakukan saat melaksanakan ibadah umroh. Apalagi Indonesia menjadi negara muslim terbesar di dunia sehingga menjadi suatu potensi besar permainan bisnis yang mana wisata halal yang menjadi tujuan khususnya di bidang umroh,<sup>1</sup>

Ibadah umroh merupakan suatu kegiatan yang mana pelaksanaannya dilakukan di Baitullah dan pelaksanaannya harus di luar bulan haji dengan melakukan tawaf, sa'i, dan tahallul. Haji dan umroh jelas sekali berbeda, dilihat dari segi kegiatan kegiatannya yang mana umroh tidak melaksanakan 3 kegiatan ibadah haji yaitu : lempar jumrah, wukuf dan mabit sebagaimana yang dilakukan saat melaksanakan ibadah haji.<sup>2</sup>

Keberhasilan suatu biro haji umroh dalam bisnis Islam di tentukan dari segi pelayanan unggulan dan profesionalisme tinggi menjadi ciri khas biro travel haji umroh. Akan tetapi bisa saja hanya berlaku sementara saja. Disebabkan suatu sikap biro yang kurang memberi suatu pelayanan yang kurang baik terhadap jamaahnya karena indeks kepuasan pelanggan bisa menjadi suatu patokan dalam meningkatkan jumlah konsumen.<sup>3</sup>

Pelayanan juga memerlukan suatu etika yang mana etika tersebut sangatlah berguna sesuai dengan kebiasaan dan kebiasaan tersebut mengarah kepada hal yang baik baik atau sebaliknya. Pemberian pelayanan yang optimal melalui sikap ramah dan sopan dapat memberikan ketenangan kepada pelanggan. Perilaku dan sifat tersebut sejalan dengan prinsip-prinsip dakwah yang terpuji (mahmudah), kejujuran (al-amanah), menjaga diri (al-iffah), dan perlakuan baik (ihsan).<sup>4</sup> Dari hal

<sup>1</sup> Kurnia Muhajarah dan Lukmanul Hakim, "Promoting Halal Tourism: Penggunaan Digital Marketing Communication Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Masjid," Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, dan Ekonomi 2, no. 1 (2021).

<sup>2</sup> Pemerintah Indonesia, "Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh" (2019).

<sup>3</sup> 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): 9, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1811>. diakses pada 19 maret 2023.

<sup>4</sup> Meithiana Indrasari, Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 53.



tersebut dapat diketahui bahwasanya dalam pelayanan harus menerapkan suatu strategi.

Strategi diambil dari bahasa Yunani (*strategos*) yang mana strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang melibatkan serangkaian tindakan yang diarahkan menuju tujuan tertentu, biasanya berupa pencapaian kemenangan. Strategi juga dapat diartikan sebagai instrumen rencana yang digunakan oleh pemimpin tertinggi, yang terfokus kepada realisasi tujuan panjang. mengimplikasikan penyusunan dan perancangan merupakan bentuk dari cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi pertama kali dikemukakan oleh Chandler pada tahun 1962.<sup>5</sup> Dalam rangka memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, perusahaan harus menyajikan layanan terbaiknya. Pelayanan menjadi faktor krusial dalam menciptakan daya tarik pada layanan, sehingga pelanggan merasa nyaman untuk menanyakan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Memberikan pelayanan yang baik harus menerapkan strategi pelayanan karena kualitas pelayanan sebagai faktor penentu kesuksesan rencana strategis dengan pelayanan yang akan dipakai.

Mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam sehingga ada ratusan biro travel haji dan umroh, bahkan di Kota Jember sendiri ada beberapa biro travel haji dan umroh diantaranya: Ebad Group, Rahmatan, Zam-Zam, Arminareka, Samira, Noor Aliya, PT. Kamilah dan Shafira Tour & Travel Cabang Jember. Yang sering disebut dengan Shafira adalah biro penyedia jasa layanan travel haji umroh yang bertempat di Jl. Kalimantan No.30, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121. Shafira Tour & Travel Cabang Jember merupakan lembaga swasta yang diberikan wewenang oleh Kementerian Agama untuk ikut berpartisipasi dalam pembimbingan serta penyelenggaraan jamaah haji dan umroh. Shafira Tour & Travel merupakan penyelenggara resmi Umroh & Haji. Yang mana sudah mendapatkan Izin Umroh: SK DEPAG NO.095/2015. Izin Haji Plus: SK DEPAG NO. D/504/2014.<sup>6</sup>

Pelayanan yang diberikan oleh Shafira Tour & Travel Cabang Jember melibatkan pemberian informasi terkait peraturan dari Kementerian Agama mengenai ibadah haji dan umroh, praktek manasik haji dan umroh, pendaftaran, serta seluruh proses administrasi terkait haji dan umroh. Layanan ini sesuai dengan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umroh. Menurunnya jumlah konsumen menjadi suatu masalah bagi seluruh biro travel haji umroh terutama pada Shafira Tour & Travel Cabang Jember setiap tahunnya jumlah konsumen selalu menurun atau berkurang. Apakah yang sebenarnya terjadi pada Shafira Tour & Travel Cabang Jember? Apa yang membuat kepercayaan masyarakat kepada Shafira Tour & Travel Cabang Jember semakin menurun seperti yang terdapat dalam daftar bimbingan jamaah haji Shafira Tour & Travel Cabang Jember dari tahun 2014-2022?

Berdasarkan konteks penelitian di atas maka saya sebagai peneliti tertarik memilih penelitian ini dengan judul "Strategi pelayanan biro haji dan umrah dalam

<sup>5</sup>Prof. Dr. Hj. Sedarmayanti, M.Pd., APU, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Pt. Refika Aditama, 2014),02.

<sup>6</sup> Website Shafira Tour & Travel

meningkatkan jumlah konsumen di Shafira Tour & Travel Cabang Jember". saya memilih judul ini guna untuk menjadi bahan acuan penelitian skripsi. Dengan fokus penelitian 1. Bagaimana strategi pelayanan yang diberikan oleh Shafira Tour & Travel Cabang Jember terhadap pelanggan? 2. Apa tantangan Shafira Tour & Travel Cabang Jember dalam menerapkan strategi Pelayanan dalam upaya Meningkatkan jumlah konsumen? dengan tujuan penelitian 1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan biro haji dan umroh dalam meningkatkan jumlah konsumen di Shafira Tour & Travel Cabang Jember. 2. Untuk mengetahui tantangan dalam menerapkan strategi pelayanan biro haji dan umroh dalam meningkatkan jumlah konsumen di Shafira Tour & Travel Cabang Jember.

## Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman berdasarkan metodologi yang mengeksplorasi fenomena sosial dan masalah manusia. Dalam pendekatan ini, peneliti membuat gambaran yang kompleks, menyelidiki kata-kata, melaporkan pandangan rinci responden, dan melakukan studi dalam konteks situasi alami. Pendekatan deskriptif dalam metodologi ini memberikan gambaran rinci tentang fenomena yang diteliti, sementara pendekatan kualitatif memberikan ruang untuk pemahaman mendalam terhadap konteks dan makna yang mendasari fenomena tersebut. Dengan menggunakan metode ini, penelitian dapat merinci informasi dan menggambarkan aspek-aspek yang kompleks dari masalah yang diselidiki.<sup>7</sup>

Pendapat Bog dan Taylor yang menyebut "metodologi kualitatif" sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, sesuai dengan karakteristik penelitian yang Anda lakukan. Karena penelitian ini tidak melibatkan perhitungan statistik atau data numerik, melainkan lebih berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena yang diamati, maka penelitian ini disebut sebagai penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menjelajahi kompleksitas konteks sosial dan mendapatkan wawasan yang mendalam melalui analisis kata-kata dan perilaku yang ditemukan dalam penelitian.<sup>8</sup>

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Jenis penelitian deskriptif adalah salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik atau keadaan suatu fenomena secara detail, tanpa melakukan manipulasi variabel atau mengidentifikasi hubungan sebabakibat. Penelitian deskriptif berfokus pada mengumpulkan data yang menceritakan situasi yang sedang diamati. Penelitian ini sering digunakan untuk mendapatkan pemahaman awal tentang suatu topik atau untuk mengidentifikasi pola-pola dan tren

<sup>7</sup>Habsyi, Bakhrudin All. "Seni Memahami Penelitian Kualitatif Dalam Bimbingan Dan Konseling: Studi Literatur." *Jurnal Konseling Andi Matappa* 1.2 (2017): 90-100.

<sup>8</sup>Neong Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarisih, 1996), edisi revisi, h. 135.



tertentu. Hasil penelitian deskriptif disajikan dalam bentuk narasi atau deskripsi yang detail, memberikan gambaran yang komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

Penelitian ini dilakukan di Shafira Tour & Travel Cabang Jember, Yang bertempat di Jl. Kalimantan No.30, Krajan Timur, Sumpersari, Kec. Sumpersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121, Penelitian ini sudah dimulai sejak bulan April 2023. Dengan menggunakan subjek penelitian Pimpinan Shafira Tour & Travel Cabang Jember, Staf pelayanan Shafira Tour & Travel Cabang Jember, dan Konsumen / Jamaah.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan informasi yang terkumpul dari pengamatan, wawancara, dan dokumentasi di lapangan, data tersebut akan disajikan melalui penyajian data. Data yang diperoleh di lapangan mencakup, antara lain:

### **Strategi Pelayanan Yang Diberikan Oleh Shafira Tour & Travel Cabang Jember Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen**

Strategi pelayanan merujuk pada serangkaian kegiatan yang bersifat abstrak atau tidak dapat diraba, yang muncul dari interaksi antara konsumen dan karyawan, atau unsur-unsur lain yang disediakan oleh penyedia layanan perusahaan. Tujuan dari strategi pelayanan ini adalah untuk mengatasi masalah atau kebutuhan yang dihadapi oleh konsumen atau pelanggan.<sup>9</sup>

Shafira Tour & Travel Cabang Jember menggunakan strategi pelayanan yang disebut dengan sambut sikap, pada strategi ini sudah mencakup strategi pelayanan mendasar seperti cepat tanggap, sopan dan ramah, yang disebut dengan strategi sambut sikap adalah suatu pelayanan kepada konsumen bukan hanya sekedar dengan kata akan tetapi juga dengan sikap yang harus sesuai dengan ucapan.

Dalam membuat suatu proses perencanaan strategi pelayanan sambut sikap yang diberikan Shafira Tour & Travel Cabang Jember meliputi tiga tahapan yaitu: Perumusan strategi

Membuat perumusan strategi pelayanan sambut sikap pada Shafira Tour & Travel Cabang Jember melakukan suatu pengamatan terhadap para pesaing dan melihat kebutuhan para konsumen atau jamaah, dalam pengamatan terhadap pesaing, Shafira mengamati perihal strategi yang digunakan oleh pesaing sehingga banyak diminati oleh calon konsumen atau jamaah serta mengamati kekurangan yang ada pada pesaing sehingga pihak dari Shafira Tour & Travel Cabang Jember dapat menutupi kekurangan tersebut.

---

<sup>9</sup> Ratmiko dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's karakter dan Standar Pelayanan Minilam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), cet. Ke-4, h. 2.

### Implementasi strategi

Implementasi strategi adalah proses mengubah suatu strategis menjadi suatu tindakan, setelah membuat suatu perumusan strategi dan pihak Shafira Tour & Travel Cabang Jember sudah memilih strategi sambutan sikap tersebut maka pihak Shafira Tour & Travel Cabang Jember menerapkan strategi tersebut mulai dari cara penyambutan, melayani dan seterusnya sehingga konsumen atau jamaah tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang ada di Shafira Tour & Travel Cabang Jember.

### Evaluasi strategi

Evaluasi strategi sangatlah diperlukan karena evaluasi strategi dapat menjadi tolak ukur dari keberhasilan suatu strategi yang sudah ditetapkan, dalam evaluasi strategi yang dilakukan oleh Shafira Tour & Travel Cabang Jember dengan cara melihat data konsumen setiap bulan apakah bertambah atau berkurang.

Hasil evaluasi strategi pelayanan sambutan sikap yang diterapkan oleh Shafira Tour & Travel Cabang Jember sudah dapat dikatakan berhasil karena setelah menggunakan strategi tersebut jumlah konsumen atau jamaah semakin bertambah.

Terdapat tiga kegiatan pokok yang dilakukan dalam rangka mengevaluasi strategi.<sup>10</sup>

### Faktor faktor internal.

Faktor internal memiliki suatu kekuatan dan kelemahan yang menjadi dasar asumsi dalam pembuatan strategi dimana pada Shafira Tour & Travel Cabang Jember faktor internal memiliki suatu kekuatan dalam menangani komplain komplain dan menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat akan tetapi Shafira Tour & Travel Cabang Jember juga memiliki suatu kelemahan karena sering terjadinya perubahan pada pada faktor internal yaitu pada staf atau karyawan di bagian marketing.

### Mengukur prestasi

Pengukuran prestasi Shafira Tour & Travel Cabang Jember melakukan pengukuran terhadap kinerja karyawan apabila dalam penggunaan strategi tidak sesuai dengan apa yang diharapkan atau membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan.

### Mengambil tindakan korektif

engambil tindakan korektif adalah memastikan bahwa prestasi yang dicapai sesuai dengan rencana dalam pengambilan tindakan korektif Shafira Tour & Travel Cabang Jember membandingkan prestasi yang dicapai saat ini dengan prestasi yang lalu pada saat menggunakan strategi yang berbeda.

---

<sup>10</sup> Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen*, (Malang: Bayumedia, 2005), h. 7.

## Tantangan Shafira Tour & Travel Cabang Jember dalam menerapkan strategi pelayanan dalam meningkatkan jumlah konsumen

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), tantangan dijelaskan sebagai suatu situasi yang dapat membangkitkan semangat untuk meningkatkan kemampuan dalam mengatasi masalah. Dengan kata lain, tantangan dapat memberikan motivasi untuk bersungguh-sungguh dalam menjalani suatu tugas dan mencapai hasil sesuai dengan harapan<sup>11</sup>

Gambar 1.  
Analisis SWOT

<b>S</b> Strengths (Kekuatan)	<b>W</b> Weaknesses (Kelemahan)
<b>O</b> Opportunities (Peluang)	<b>T</b> Threats (Ancaman)

Berdasarkan diagram SWOT dapat diketahui bahwa tantangan yang dihadapi Shafira Tour & Travel Cabang Jember berasal dari eksternal yaitu semakin banyaknya kompetitor kompetitor yang bermunculan di area jember khususnya di bidang yang sama travel haji dan umroh, semakin berkembangnya dunia maya juga menjadi sebuah tantangan bagi Shafira Tour & Travel Cabang Jember karena dengan hal ini pihak Shafira kesulitan dalam menyesuaikan dengan perkembangan yang ada, akan tetapi dalam hal ini shafira tour & travel cabang jember memiliki peluang dan ancaman yaitu :

### *Opportunities* (Peluang)

Semakin berkembangnya teknologi digital maka media pemasaran juga semakin berkembang karena dengan menggunakan teknologi digital pemasaran produk atau jasa yang ada di Shafira Tour & Travel Cabang Jember semakin mudah cukup hanya dengan menggunakan komputer, Gadget dan lain sebagainya tidak perlu menyebarkan brosur-brosur secara *offline*.

### *Threats* (Ancaman)

Ancaman pada saat ini adalah perang harga dengan kompetitor atau pesaing travel haji dan umroh yang lain, perang harga ini dapat menjadi suatu ancaman yang sangat berat bagi Shafira Tour & Travel Cabang Jember karena jika dalam perang harga ini Shafira tidak bisa menyesuaikan atau tidak bisa mengimbangkan maka Shafira Tour & Travel Cabang Jember akan kehilangan konsumen ataupun jamaah, karena secara tidak langsung calon jamaah akan memilih travel haji umroh yang lebih minim harga.

<sup>11</sup> Departemen pendidikan nasional, kamus besar bahasa indonesia ( Jakarta: Balai pustaka,2022), edisi ke 3 cet ke 2, 446

## Simpulan

Berdasarkan kajian teori yang dicantumkan oleh peneliti dalam pembuatan skripsi dilanjutkan dengan penyajian data dan analisis data serta pembahasan hasil temuan, maka skripsi ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi pelayanan yang diberikan oleh Shafira Tour & Travel Cabang Jember untuk meningkatkan jumlah konsumen, menggunakan strategi pelayanan yang disebut dengan sambut sikap yang mana dalam strategi tersebut tidak hanya memberikan sambutan terhadap konsumen atau jamaah akan tetapi juga harus memberikan tindakan atau sikap yang sesuai dengan apa yang disebutkan oleh seorang staf pelayanan.

Dalam membuat suatu proses perencanaan strategi pelayanan di Shafira Tour & Travel Cabang Jember meliputi tiga tahapan yaitu: a) Perumusan strategi. Membuat perumusan strategi Shafira Tour & Travel Cabang Jember melakukan suatu pengamatan terhadap para pesaing dan melihat kebutuhan para konsumen atau jamaah, setelah mengamati dan melihat kebutuhan jamaah maka pihak Shafira memilih strategi pelayanan yang disebut dengan sambut sikap strategi ini sudah mencakup strategi pelayanan mendasar seperti cepat tanggap, sopan dan ramah, yang disebut dengan strategi sambut sikap adalah suatu pelayanan kepada konsumen bukan hanya sekedar dengan kata akan tetapi juga dengan sikap yang harus sesuai dengan ucapan; b) Implementasi strategi. Implementasi strategi pelayanan sambut sikap yang dilakukan Shafira Tour & Travel Cabang Jember adalah mengubah strategis menjadi Tindakan; c) Evaluasi strategi. Evaluasi strategi yang dilakukan Shafira Tour & Travel Cabang Jember adalah dengan cara melihat data data konsumen atau jamaah jika dari data jumlah konsumen atau jamaah tidak bertambah maka shafira akan mengukur kinerja karyawan dan meminta tanggapan konsumen.

Tantangan Shafira Tour & Travel Cabang Jember dalam menerapkan strategi pelayanan dalam upaya meningkatkan jumlah konsumen, Berdasarkan analisis SWOT tantangan yang dihadapi Shafira Tour & Travel Cabang Jember berasal dari pihak eksternal yaitu pesaing atau kompetitor lain dan semakin berkembangnya sosial media, dalam analisis SWOT hal tersebut memiliki peluang dan ancaman yaitu: a) *Opportunities* (Peluang). berkembangnya teknologi digital maka media pemasaran juga semakin berkembang karena dengan menggunakan teknologi digital pemasaran produk atau jasa yang ada pada Shafira Tour & Travel Cabang Jember semakin mudah; b) *Threats* (Ancaman). perang harga dengan kompetitor atau pesaing travel haji dan umroh yang lain, perang harga ini dapat menjadi suatu ancaman yang sangat berat bagi Shafira Tour & Travel Cabang Jember karena jika dalam perang harga ini shafira tidak bisa menyesuaikan atau tidak bisa mengimbangkan maka Shafira Tour & Travel Cabang Jember akan kehilangan konsumen maupun jamaah.

## Daftar Pustaka





- Al Ahsani, Nasirudin, and Izza Afkarina. "Pendampingan Pendidikan Agama pada SDN Balunglor 06 Balung di Tengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Al-Tatwir* 8.2 (2021): 200-211.
- Asmadi, Iwan. Analisis Motivasi Belajar Mahasiswa Program Studi Manajemen Stie Triguna Jakarta. *akrab juara: jurnal ilmu-ilmu sosial*. 2021.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006.
- Bungin, Muhammad Burhan. *Penelitian kualitatif*. Jakarta. Prenada Media Group. 2015.
- Candra, Almun Wakhida; Renny oktavia. Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 2021.
- David, Fred R. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep Edisi 12*. Jakarta Salemba Empat. 2011.
- Departemen pendidikan nasional. *kamus besar bahasa indonesia* Jakarta: Balai pustaka. 2022.
- Habsy, Bakhrudin. Seni memahami penelitian kualitatif dalam bimbingan dan konseling: studi literatur. *Jurnal Konseling Andi Matappa*. 2017.
- Hariadi, Bambang. *Strategi Manajemen*. Malang: Bayumedia. 2005.
- Hanafi, Muhammad Hamdun. *Manajemen*. Yogyakarta: Unit Penerbit. 2003.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. 2019.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2005.
- Kurnia, Muhajarah dan Hakim, Lukmanul. "Promoting Halal Tourism. Penggunaan Digital Marketing Communication Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Masjid." *Al-Muttaqin: Jurnal Studi. Sosial. dan Ekonomi*. 2021.
- Muhadjir, Noeng. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarisih. 2018.
- Moenir, Ari Soenanda. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. 2016.
- Ratmiko dan Winarsih, Atik Septi. *Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual. Penerapan Citizen's karakter dan Standar Pelayanan Minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007.
- Salim dan Syahrur. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Cipta Pustaka Media. 2012.
- Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: Pt. Refika Aditama, 2014.
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta. 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi pemasaran prinsip dan penerapan*. yogyakarta: Andi. 2019.

