

**ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
PELAYANAN PADA PT.CAHAYA HARAMAIN TOUR UMROH DAN
HAJI KHUSUS**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S.I) Dalam Ekonomi Islam



Diajukan Oleh:

Bakiyatus Sholikhah

1405026205

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM WALISONGO SEMARANG**

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) Bandel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

An. Bakiyatus Sholikhah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing menyatakan bahwa naskah skripsi saudara:

Nama : Bakiyatus Sholikhah

NIM : 1405026205

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada PT. Cahaya Haramain Umroh dan Haji Khusus

Dengan ini kami mengahapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 15 Juni 2020

Pembimbing I

Pembimbing II

CHOIRUL HUDA, M.Ag

SINGGIH M, S.Sos.I,MEI

NIP. 19760109200501 1004

NIP. 19821031201503100

MOTTO

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٤٢

“Dan janganlah kamu campur adukkan yang hak dengan yang bathil dan janganlah kamu sembunyikan yang hak itu, sedang kamu mengetahui”.

(QS.Al-Baqarah :42)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayat-Nya serta segala keridhoan dan kesempatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Agung Muhammad SAW. Dengan terselesaikannya skripsi ini maka penulis mempersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya bapak Ahmad Palal (Alm) dan ibu Zumaroh terima kasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril, apa yang saya dapatkan hari ini belum mampu membayar semua kebaikan kalian Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan beliau dengan kasih sayang dan limpahan rahmatnya, aamiin.
2. Kakak-kakakku Moh Fadkhul Aris, Amin Fadholi mbakku Nawiroh dan juga adikku Roudhotul Jannah, terimakasih untuk dukungan dan doanya.
3. Sahabat-sahabatku Ainun Nafisah, Zumrotun Nikmah H, Hindun Suci H, Amalia Farkhatul U, Nurul Huda Ika S, Cahayani, Sabrina intan, Haryanti R terima kasih banyak
4. Teman-teman kelasku EIG, terimakasih atas semua perhatiannya
5. Rekan-rekan KKN MIT 5 di Bandungan UIN Walisongo Semarang, terima kasih untuk kalian.
6. Teman-temanku kerja terima kasih sudah memberikanku semangat.

DEKLARASI

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini beserta seluruh isinya adalah hasil karya sendiri. Di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi lainnya. Demikian juga dengan skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi sebagai bahan rujukan yang sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 15 Juni 2020

Deklarator,

Bakiyatus Sholikhah

NIM. 1405026205

TRANSLITERASI

Transliterasi ini merupakan hal yang paling penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku nama lembaga dan

lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf lain. Untuk menjamin konsistensi, maka perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ‘	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya بِالطِّ = *al thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al-...* misalnya الصنعة = *al-shina'ah*. *Al-* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' marbutah

Setia *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Ibadah haji dan umroh merupakan sebuah kewajiban bagi seluruh umat muslim di dunia bagi yang mampu. Dan harus dilaksanakan secara maksimal dan

profesional untuk menghindari dari permasalahan yang dihadapi. Jika pelayanan itu memuaskan, maka manajemen pun ikut baik.

Kebanyakan permasalahan dalam penyelenggaraan haji dan umroh itu adalah tentang pelayanan yang diberikan oleh konsumen dari perusahaan itu sendiri. Bila pelayanan atas jasa yang diberikan sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di kategorikan baik dan memuaskan, sebaliknya bila pelayanan atau jasa yang diberikan lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas dikategorikan buruk.

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana analisis SWOT dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh PT. Cahaya Haramain serta bagaimana hasil dari analisis SWOT yang dilakukan oleh PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.

Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif guna mengumpulkan data dan informasi untuk dijadikan sebuah karya ilmiah. Data dan informasi yang diperoleh bersifat prima dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara oleh staff didalamnya, melalui observasi lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan kepustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengelolaan data dari manfaat penelitian teknik wawancara dan observasi menunjukkan bahwa analisis SWOT dalam kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh PT. Cahaya Haramain, menemukan kekuatan dan peluang sangat dominan dalam strategi peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan pada pelanggan. Ini memandakan bahwa sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang dengan pelayanan dari pegawai yang kompeten dan profesional, seperti memiliki wawasan yang luas mengenai produk yang ditawarkan, memberikan pelayanan sesuai permintaan, melayani secara tepat dan cepat, melakukan pencatatan dengan benar serta membuka layanan informasi bagi pelanggan di berbagai daerah. Dapat disimpulkan bahwa rekomendasi dari strategi yang diberikan adalah progresif, maksudnya adalah perusahaan tersebut dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk terus bisa melakukan ekspansi, yaitu memperbesar pertumbuhan serta meraih kemajuan secara maksimal.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Kualitas Pelayanan, Umroh dan Haji

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur, rahmat serta hidayahnya atas kehadiran Allah SWT, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini, tak lupa juga sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan manusia dari kegelapan ke zaman yang terang benderang.

Penyusunan Skripsi ini dalam rangka untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi strata 1 jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kesalahan-kesalahan, untuk itu segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun sangat penulis perlukan demi kesempurnaan penulis skripsi ini.

Pelaksanaan dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moril dan juga materiil. Berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq Rektor Universitas Negeri Walisongo Semarang, dan para wakil Rektor Universitas Negeri Walisongo Semarang beserta para jajarannya.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Walisongo Semarang.
3. Bapak Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag, selaku Ketua Jurusan dan Bapak Nurudin, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Choirul Huda, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Singgih Muheramtahadi, S.Sos.I,MEI selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi petunjuk dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat serta akhlak yang baik.
6. Seluruh Staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Walisongo Semarang dan perpustakaan Universitas yang telah direpotkan selama pembuatan skripsi ini.
7. Dan semua pihak yang belum tercantumkan dan tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan, saran serta bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini akan mendapat pahala dari ALLAH swt. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, 15 Juni 2020

Penulis

Bakiyatus Sholikhah

NIM.1405026205

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....i

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN DEKLARASI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Rumusan Masalah.....	5
3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	5
4. Tinjauan Pustaka.....	6
5. Metode penelitian.....	8
6. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Analisis SWOT.....	11
B. Kualitas Pelayanan.....	19
C. Pelayanan Jamaah Haji Dan Umroh.....	23
BAB III GAMBARAN UMUM PT. CAHAYA HARAMAIN TOUR UMROH DAN HAJI KHUSUS	
A. Sejarah PT. Cahaya Haramain.....	26
B. Visi dan Misi PT. Cahaya Haramain.....	27
C. Lokasi PT. Cahaya Haramain.....	27
D. Struktur Organisasi PT. Cahaya Haramain.....	28
E. Produk-Produk dan Fasilitas PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.....	31
BAB IV ANALISIS SWOT PT. CAHAYA HARAMAIN TOUR UMROH DAN HAJI KHUSUS	

- A. Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Kualitas pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.....36
- B. Hasil Analisis SWOT dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus....42

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan.....44
- B. Saran.....44
- C. Penutup.....45

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah haji dan umroh merupakan sebuah kewajiban bagi seluruh umat muslim di dunia bagi yang mampu. Dan merupakan rukun islam yang kelima setelah zakat. Oleh karena itu wajib bagi umat islam untuk menjalankan ibadah haji apabila mampu untuk menjalankannya dan apabila mampu tapi tidak menjalankannya maka akan mendapat dosa. Hukum ibadah haji dan umroh adalah wajib untuk yang pertama apabila menunaikannya lebih dari satu kali maka hukumnya menjadi sunnah.¹

Di dalam Al-Qur'an surat Al-hajj ayat 27 Allah berfirman kepada nabi Ibrahim tentang menunaikan ibadah haji adalah memenuhi panggilan Allah

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَىٰ كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ

٢٧

“Dan berserulah untuk kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh”.²

Mengerjakan ibadah haji merupakan kewajiban manusia kepada Allah bagi yang mampu untuk ke Baitullah. Dengan banyaknya yang menjelaskan tentang keutamaan apabila menjalankan ibadah haji mendorong umat muslim berbondong-bondong untuk menenunaikan panggilan Allah, hal ini dilihat dari semakin banyaknya jumlah calon jamaah haji dan umroh dari tahun ketahun.

Kegiatan ibadah haji dan umroh mempunyai sisi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaannya yaitu standar pelaksanaannya saat masih di tanah air dan pelayanan saat di tanah suci.

¹ Aula Mashuri Siregar, Analisis SWOT Terhadap Pelayanan Haji Umroh Kementerian Agama Kabupaten Deli Serdang, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

² Departemen Agama RI. al-Qur'an dan terjemahannya (Jakarta: Dharma Art, 2015)

Untuk menghindari setiap permasalahan yang dihadapi saat melaksanakan ibadah haji dan umroh harus dilaksanakan secara maksimal dan profesional. Dengan menggunakan manajemen yang baik maka pelayanan yang diberikan akan memuaskan. Kebanyakan permasalahan dalam penyelenggaraan haji dan umroh itu terletak pada sistem manajemen yang sesuai dengan fungsi-fungsi manajerial, perencanaan, pengorganisasian serta adanya pengawasan guna mencapai penyelenggaraan haji dan umroh yang nyaman, aman, teratur, tertib dan ekonomis.

Dalam pembinaannya juga banyak aspek penting yang harus diperhatikan seperti dalam pelayanan jasa, bimbingan manasik, penyediaan perlengkapan dan konsultasi keagamaan.

Pelayanan ibadah haji dan umroh merupakan tugas dan tanggung jawab pemerintah dibawah koordinasi Menteri Agama yang kemudian berkoordinasi dengan masyarakat, lembaga atau instansi terkait dan pemerintah Arab Saudi. Di Indonesia maupun di Arab sendiri harus melibatkan lembaga atau instansi karena semakin besarnya jumlah jamaah haji terutama di Indonesia.³

Penyelenggaraan ibadah haji yang efektif akan berdampak pada kualitas pelayanan dan perlindungan bagi jamaah. Kualitas pelayanan atau pemberian jasa yang baik juga akan mempengaruhi kepuasan pada jamaah yang pada hakikatnya akan menciptakan loyalitas jamaah pada lembaga atau instansi yang bersangkutan.⁴ Bila pelayanan atas jasa yang diberikan sesuai yang diharapkan, maka kualitas pelayanan atau jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya bila pelayanan atau jasa yang diberikan lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk.

³ Jirjis Alfarisi Abdul Ghofar, Strategi Biro Wisata PT. Mufiratur Semarang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh Tahun 2015, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisosngo Semarang.

⁴ Abdul Aziz dan Kustini, Ibadah Haji Dalam Sorotan Publik (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan,2007) hlm.22

Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan ibadah haji perlu adanya analisis dalam pelayanan dan tata kelola pemerintah maupun instansi yang bersangkutan dengan baik. Sesuai dengan undang-undang tentang penyelenggaraan ibadah haji.

Pembinaan haji dan umroh di wujudkan dalam bentuk penyuluhan, pembimbingan dan juga penjelasan kepada calon jamaah dan masyarakat. Pelayanan diwujudkan dalam bentuk pemberian layanan administrasi dan dokumentasi, konsumsi, kesehatan, transportasi dan juga akomodasi. Perlindungan diwujudkan dalam bentuk keamanan dan jaminan bagi jamaah haji selama menunaikan ibadah haji dan umroh.

Seperti halnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi atau biro perjalanan (tour dan travel). Terutama di PT. Cahaya Haramain yang merupakan biro perjalanan tour, umroh dan haji khusus tidaknya hanya orientasi bisnis juga orientasi pada spiritual.

PT. Cahaya Haramain didirikan sejak tahun 2013 dan sudah memiliki ijin dari Kementrian Agama yaitu D/477-2016. Dan tujuan dari PT. Cahaya Haramain yaitu menjadi perusahaan yang amanah sesuai dengan peraturan-peraturan yang ada sehingga bisa melayani para tamu Allah dalam menjalankan ibadah haji maupun umroh. PT. Cahaya Haramain juga Selalu mengedepankan pelayanan dan keamanan yang optimal dalam melaksanakan ibadah mulai masih di tanah air maupun di tanah suci. Dan untuk mendukung bisnis utamanya (*Core Bussiness*) umroh dan haji khusus PT. Cahaya Haramain juga memiliki produk jasa yang lain seperti tour wisata, oleh-oleh haji, dan juga tiketing pesawat dan kereta. Dengan *Sporting Business* tersebut supaya bisa memperlancar usaha yang di miliki oleh PT. Cahaya Haramain.⁵

Berikut data karyawan di PT. Cahaya Haramain Umroh dan Haji Khusus

⁵ Wawancara dengan Pak Mulyono Staff PT.Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus (Semarang, 25 Desember 2019)

Tabel 1.1
Data karyawan PT. Cahaya Haramain

No	Jenis kelamin	Jumlah Karyawan	Pendidikan Terakhir
1.	Laki-laki	6	S1
2.	Perempuan	2	S1

Sumber: PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

Dapat dilihat dari data di atas PT. Cahaya Haramain memiliki 8 karyawan dan rata-rata berpendidikan tinggi dengan itu bahwa PT. Cahaya Haramain memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan berkompeten.

Berikut adalah data pertumbuhan jumlah jamaah umroh sebagai berikut:

Tabel 1.2

Data pertumbuhan jumlah jamaah umroh dari tahun 2016-2019

No.	Tahun	Jumlah Jamaah
1.	2016	400 orang
2.	2017	500 orang
3.	2018	300 orang
4.	2019	400 orang

Sumber: PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pertumbuhan jumlah jamaah umroh pada tahun 2016 yaitu 400 orang pada tahun 2017 mengalami kenaikan ada 500 orang kemudian mengalami penurunan tahun 2018 yaitu 300 orang dan pada tahun 2019 hanya mengalami kenaikan 100 orang menjadi 400 orang.

Sedangkan data pertumbuhan jumlah haji bisa dilihat di tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.3

Data pertumbuhan jumlah haji pada tahun 2013-2014

Tahun Daftar	Tahun Keberangkatan	Jumlah Jamaah
2013	2018	10 orang
2014	2019	7 orang

Sumber: PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa calon jamaah yang mendaftar pada tahun 2013 berangkat pada tahun 2018 dengan jumlah jamaah 10 orang dan pada tahun 2014 calon jamaah mendaftar dan kemudian pada tahun 2019 bisa berangkat jumlah jamaahnya mengalami penurunan yaitu hanya 7 orang.

Di lihat dari tabel di atas kita bisa melihat bagaimana pertumbuhan jumlah jamaah umroh maupun haji yang dari tahun kadang naik dan kadang turun inilah tantangan yang harus dihadapi oleh PT. Cahaya Haramain karena semakin banyaknya tour haji dan umroh yang tersebar di Indonesia khususnya Semarang. Oleh karena itu PT. Cahaya Haramain harus bisa memahami kebutuhan pelanggan dan tentunya dengan menerapkan sistem pelayanan yang baik dan efisien sehingga para jamaah atau masyarakat bisa menjadi pelanggan sebagai mitra bagi PT. Cahaya Haramain dan untuk mempertahankan calon jamaah untuk menjadi pelanggan setia dalam jangka panjang dengan meyakinkan dan membuktikan bahwa PT. Cahaya Haramain bisa bertanggungjawab terhadap calon jamaahnya.⁶

Tetapi setelah saya observasi pada saat saya berada di PT. Cahaya Haramain saya melihat pelayanan yang diberikan masih biasa-biasa saja dan fasilitasnya pun masih minim.

Berdasarkan hasil observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa perlu adanya analisis dan strategi yang diterapkan guna sejauh mana lembaga tersebut berkembang dan mampu memberikan pelayanan sebaik mungkin

⁶ Wawancara dengan Pak Mulyono Staff PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus (Semarang, 25 Desember 2019)

terhadap jamaahnya. salah satu analisis yang bisa digunakan oleh para perusahaan atau instansi yaitu analisis SWOT.

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Treats* ancaman dalam suatu instansi atau perusahaan.

Analisis SWOT adalah sebuah cara mengidentifikasi berbagai faktor untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi berdasarkan 4 faktor yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Treats*. Faktor kekuatan dan kelemahan biasanya terdapat pada instansi itu sendiri sedangkan faktor peluang dan ancaman biasanya terdapat pada lingkungan sekitar. Analisis SWOT itu dinyatakan bahwa instrumen paling efektif dalam melakukan analisis strategik, dan itu terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga juga bisa berdampak pada faktor kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi semakin kecil.⁷

Oleh karena itu penulis ingin mengetahui peningkatkan kualitas pelayanan dengan menggunakan analisis SWOT pada PT. Cahaya Haramian Tour Umroh dan Haji Khusus. Melalui analisis SWOT dapat menjadi bahan untuk membuat perencanaan strategi dan mencapai tujuan perusahaan secara lebih sistematis. Analisis yang diterapkan dengan baik dan dijalankan dengan benar, dalam sebuah perusahaan akan membantu untuk melihat sisi-sisi perusahaan yang selama ini tidak terlihat. Tanpa melakukan analisis bisa jadi bisnis yang dibangun tidak berjalan secara efektif dan efisien.

Dengan menggunakan analisis SWOT penulis dapat mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada PT. Cahaya Haramain dengan melihat apa saja kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang di perusahaan tersebut. Dari hasil analisis ini dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kekuatan, dan mempertahankan peluang, serta pada saat yang bersamaan mengurangi kelemahan dan menghindari potensi ancaman. Berdasarkan pada

⁷ Sondang P. Siagian, Manajemen Strategi , (Jakarta: Bumi Aksara,1995), h. 172

latar belakang tersebut penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang **“Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis SWOT dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dilakukan PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus?
2. Bagaimana hasil dari analisis SWOT yang dilakukan oleh PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT yang dilakukan oleh PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.

2. Manfaat Penelitian

Penulis berharap dari hasil penelitian ini bisa di jadikan manfaat diantaranya sebagai berikut:

a. Manfaat Bagi Akademis

Untuk menambah ilmu pengetahuan, khususnya bagi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Walisongo Semarang. Dan memberikan informasi secara umum kepada pihak-pihak yang membutuhkan penelitian tentang analisis SWOT dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi, pertimbangan dan masukan bagi PT. Cahaya Haramain dalam

memberikan pelayanan yang maksimal kepada para penggunanya (jamaah) haji dan umroh.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan ulasan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang ada kemiripan objek atau permasalahan, yang ada kaitannya dengan penelitian yang sedang dilakukan.

1. Hani Aulia dalam skripsinya yang berjudul *Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh di Bandar Lampung*. Hasil penelitian menunjukkan yang pertama yaitu hasil perhitungan matrik IFE dan EFE PT. Bunda Asni Prima yaitu sebesar 3,289 dan 2,895. PT. Asni prima memiliki kekuatan internal yang lebih tinggi dari pada Bunda Asih lestari, namun PT. Bunda Lestari lebih dapat merespon terhadap peluang dan ancaman perusahaan dibandingkan dengan PT. Asni Prima. Kedua hasil analisis SWOT PT. Bunda Lestari yaitu pelayanan berbasis kekeluargaan, menetapkan harga terjangkau dengan pelayanan terbaik untuk semua kalangan, memberikan produk pelayanan yang terbaik, lokasi yang strategis dan promosi dengan emnggunakan media sosial.⁸
2. Jirlis Alfarisi Abdul Ghofar dalam skripsinya yang berjudul *Strategi Biro Wisata PT. Musfiratur Semarang dalam meningkatkan kualitas pelayanan ibadah haji dan umroh tahun 2015*. Hasil menunjukkan memiliki peluang untuk dapat tumbuh dan berkembang dengan maksimal. Namun demikian masih ada hambatan dan ancaman. Dan ini dapat diatasi dengan mudah oleh pihak direksi maupun menerapkan strategi peningkatkan kualitas pelayanan.⁹

⁸ Hani Aulia dalam skripsinya yang berjudul *Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh di Bandar Lampung*.skripsi Universitas Bandar Lampung , 2017

⁹ Jirlis Alfarisi Abdul Ghofar dalam skripsinya yang berjudul *Strategi Biro Wisata PT. Musfiratur Semarang dalam meningkatkan kualitas pelayanan ibadah haji dan umroh tahun 2015*. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

3. Dwi Rusiani dalam skripsinya yang berjudul *Analisis SWOT seksi penyelenggaraan haji dan umroh kantor kementerian agama kabupaten gunungkidul daerah istimewa jogjakarta*. Hasil menunjukkan bahwa posisi lembaga di kuadran 1 hal ini dimaksudkan lembaga saat ini dalam kondisi kuat dan berpeluang dalam meraih kemajuan secara maksimal, dan terus berupaya memberikan pelayanan yang nyaman dan aman untuk para jamaah, keinginan masyarakat dari tahun ketahun semakin meningkat.¹⁰
4. Rido Insan Raharjo dalam skripsinya yang berjudul *Strategi pemasaran melalui analisis SWOT pada usaha penyewaan lapangan futsal di scudetto futsal banyuwangi*. Hasil menunjukkan bahwa posisi usaha lapangan futsal di scudetto futsal berada pada kuadran 1 dimana ada peluang yang kuat dalam analisis internal dan eksternal.¹¹
5. Aulia Mashuri Siregar dalam skripsinya yang berjudul *analisis SWOT dalam pelayanan haji dan umroh kementerian agama kabupaten deli serdang*. Hasil menunjukkan bahwa berada pada kuadran 1 yaitu ada beberapa hal yang menjadi kekuatan dari pada pelayanan haji dan umroh kementerian agama deli serdang yaitu adanya koordinasi yang rapi dan mapan kepada pihak atau instansi terkait sehingga mempermudah kelancaran pelaksanaan pelayanan ibadah haji dan umroh, tersedianya tempat bimbingan praktek manasik.¹²

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan penelitian

¹⁰Dwi Rusiani dalam skripsinya yang berjudul *Analisis SWOT seksi penyelenggaraan haji dan umroh kantor kementerian agama kabupaten gunungkidul daerah istimewa jogjakarta*, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Jogjakarta.

¹¹ Rido Insan Raharjo dalam skripsinya yang berjudul *Strategi pemasaran melalui analisis SWOT pada usaha penyewaan lapangan futsal di scudetto futsal banyuwangi*, skripsi Universitas Negeri Jogjakarta, 2018.

¹² Aulia Mashuri Siregar dalam skripsinya yang berjudul *analisis SWOT dalam pelayanan haji dan umroh kementerian agama kabupaten deli serdang*, skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reserch*). Yang bertujuan untuk memahami secara mendalam terhadap suatu masalah mempelajari secara intensif tentang fenomena yang terjadi dalam lingkungan unit sosial misal masyarakat atau lembaga.¹³

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode-metode kualitatif sering digunakan untuk melihat fenomena alam sosial termasuk didalamnya terdapat kajian ilmu pendidikan, manajemen admintrasi bisnis, kebijakan publik, pembangunan atau ilmu hukum.¹⁴

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian.¹⁵ Dari penelitian ini data diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan pimpinan serta karyawan PT. Cahaya Haramain.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, dokumentasi, laporan-laporan catatan atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.¹⁶

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah salah satu proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan dan penyajian fakta untk tujuan tertentu. Penelitian ada beberapa metode pengumpulan data yang umum digunakan. Diantaranya antara lain:

¹³ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* (Yogjakarta: Ghraha Ilmu, 2010),h.21

¹⁴ Rully Indrawan, R. Poppy Yuniawati, *Metodologi Penelitian* (Bandung: PT. Rafika Aditama, 2014), h. 67

¹⁵ Pedoman Skripsi FEBI

¹⁶ Ibid.Wahyu Purhantara....

a. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih yang tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi. Wawancara biasanya digunakan untuk metode pengumpulan data. Percakapan dilakukan oleh dua orang yaitu narasumber (pemberi informasi) dan juga pewawancara.

Di dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung oleh pimpinan serta karyawan di PT. Cahaya Haramain guna mendapatkan informasi yang diperlukan untuk mendukung penelitian tersebut.¹⁷

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan cara mendengar atau melihat, mengamati dan mencatat suatu objek dengan sistematis fenomena yang diteliti.¹⁸

c. Studi Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek itu sendiri atau orang lain. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapat gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumentasi yang lain langsung oleh subjek yang bersangkutan.¹⁹

F. Sistematika Penulisan

¹⁷ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 118.

¹⁸ Sukandarrumidi, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012), h. 69

¹⁹ Ibid, Haris Herdiansyah...

Sistematika ini dibuat untuk mempermudah pembahasan dan pemahaman dalam penulisan skripsi ini. Maka penulis skripsi ini akan dibagi menjadi 5 bab, yang terdiri dari:

BAB 1, berisi Pendahuluan, yang menjelaskan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Teori Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II, berisi Landasan Teori Penelitian, Pembahasan dalam bab ini akan diuraikan mengenai (1) Analisis SWOT yang meliputi: Pengertian *strengths*, Pengertian *weakness*, Pengertian *opportunity* dan Pengertian *treats*. (2) Haji dan umroh yang meliputi: Pengertian umroh dan haji, Hukum umroh dan haji, Syarat umroh dan haji, Rukun umroh dan haji dan Wajib umroh dan haji.

BAB III, berisi Gambaran Umum PT.Cahaya Haramain yang meliputi: Sejarah, Visi dan misi, Letak geografis, Struktur organisasi, Produk-produk dan fasilitas, Persentase grafik perkembangan.

BAB IV, berisi Analisis SWOT dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang digunakan oleh PT. Cahaya Haramain dan Hasil analisis SWOT yang digunakan oleh PT. Cahaya Haramain.

BAB V, berisi Penutup: Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Terdapat saran-saran dan rekomendasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Treats* (ancaman) dalam suatu perusahaan atau instansi.²⁰

Menurut Philip Kotler analisis SWOT adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu perusahaan.²¹

Menurut Usman Efendi dalam bukunya Asas Manajemen, analisis SWOT adalah perlengkapan yang digunakan untuk menganalisis situasi perusahaan secara keseluruhan. Dengan analisis SWOT diharapkan perusahaan mampu menyeimbangkan antara kelemahan dan ancaman dengan adanya kekuatan dan peluang yang ada.²²

Melakukan analisis SWOT artinya mengajarkan untuk masuk dalam analisis perusahaan secara komprehensif, dengan begitu perusahaan yang dimiliki untuk lebih jauh menempatkan kajian secara strategis. Melakukan analisis dengan pendekatan SWOT memang memiliki kelebihan dan kelemahan. Namun setidaknya telah diperoleh gambaran yang membuat perusahaan bisa menilai serta memutuskan langkah-langkah apa yang bisa dikerjakan dikemudian hari. Jadi dengan kata lain perusahaan sudah memiliki kerangka (*framework*) antisipasi apabila nanti suatu saat terkena kendala atau masalah.

²⁰ Freddy Rangkuti, Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 1997)

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Tigabelas, (Jakarta: Prehallindo, 2008), h. 51.

²² Hidayati Fauziah Pasaribu, Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugrah Abadi Medan, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Faktor-faktor yang ditetapkan kemudian diterapkan dalam bentuk matrik SWOT, dan pengaplikasiannya adalah:

- a. Bagaimana kekuatan (*Strenghts*) mampu mengambil keuntungan (*Adventage*) dari peluang (*Opportunity*) yang ada.
- b. Bagaimana cara mengatasi kelemahan-kelemahan (*Weaknesess*) yang mencegah dari keuntungan (*Adventage*) dari peluang (*Opportunity*) yang ada.
- c. Bagaimana kekuatan (*Strenghts*) mampu menghadapi ancaman (*Treats*) yang ada.
- d. Bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mampu membuat ancaman (*Treats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman (*Treats*) yang baru.²³

2. Kegunaan Analisis SWOT

- a. Digunakan untuk menganalisis kondisi internal instansi dan lingkungan eksternal lembaga. Analisis ini telah banyak digunakan oleh organisasi maupun perusahaan sebagai pendekatan strategi bisnis mereka. Dengan melakukan analisis SWOT maka organisasi atau perusahaan mengetahui kondisi internal dan eksternal ini berupa kekuatan-kekuatan yang dimiliki oleh organisasi. Sedangkan kondisi eksternal berupa kesempatan hambatan yang dimiliki perusahaan tersebut.
- b. Digunakan untuk mengetahui posisi sebuah perusahaan atau organisasi diantara yang lain. Pengidentifikasian oleh 4 faktor yang ada dalam analisis SWOT membantu perusahaan untuk melihat posisi mereka dibanding perusahaan yang memiliki pelayanan atau produk serupa. Hasil dari analisis yang ditemukan memudahkan untuk melihat kompetitor mana yang berada di atas perusahaan dan kompetitor mana yang berada dibawah perusahaan.

²³ Fajar Nuraini DF, Teknik Analisis SWOT, (Yogjakarta: Quadrant, 2016), h.8

- c. Digunakan untuk mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dihadapkan oleh pesaingnya. Dalam sebuah organisasi, analisis SWOT membantu untuk mengetahui apakah produk atau jasa yang ditawarkan dapat berkompetisi oleh kompetitor yang memberikan pelayanan atau produk serupa. Dengan demikian memudahkan untuk menentukan strategi yang baik untuk merespon para kompetitor yang ada.²⁴

3. Manfaat Analisis SWOT

Beberapa manfaat penggunaan analisis SWOT diantaranya sebagai berikut:

- a. Dengan menggunakan analisis SWOT perusahaan menjadi memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya.
- b. Analisis SWOT bisa digunakan perusahaan untuk melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang.
- c. Menggunakan analisis SWOT perusahaan bisa mengetahui kelemahan serta bisa mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.
- d. Analisis SWOT juga bisa mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut.²⁵

4. Faktor- faktor Analisis SWOT

Ada 4 faktor analisis SWOT yaitu sebagai berikut:

- a. *Strenghts* (Kekuatan)

Strenghts merupakan sebuah kondisi yang menjadikan sebuah kekuatan dalam suatu organisasi atau lembaga. Faktor-faktor kekuatan merupakan sebuah kemampuan khusus yang terdapat dalam tubuh organisasi itu sendiri dan nilai plus atau keunggulan dari sebuah organisasi. Hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi

²⁴ Fajar Nuraini DF, Teknik Analisis SWOT, (Yogyakarta: Quadrant, 2016), h. 9

²⁵ <http://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-analisis-SWOT.htm> di unduh pada tanggal 2 Februari 2020 pada pukul 12.30 WIB.

memiliki hal khusus yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya serta dapat memuaskan *stakeholder* maupun pelanggan.

b. *Weaknesses* (Kelemahan)

Weaknesses merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadikan kelemahan atau kekurangan dari dalam tubuh organisasi. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam sebuah organisasi. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah kelebihan yang tidak dimiliki oleh organisasi yang lain.

c. *Opportunities* (Peluang)

Opportunities merupakan suatu kondisi lingkungan diluar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan atau organisasi. Dengan mengetahui hal-hal eksternal mana yang dapat dijadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal (*strengths dan weaknesses*) perusahaan atau organisasi dengan analisis internal kompetitor lain. Beberapa hal yang dapat dijadikan peluang harus dicapai dengan target.

d. *Treats* (Ancaman)

Treats merupakan kebalikan dari *opportunities* atau peluang. Ancaman merupakan kondisi internal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan, ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah perusahaan. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi sehingga menjadi penghalang atau penghambat tercapainya visi dan

misi sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman bisa dilihat tingkat keparahan pengaruhnya dan kemungkinan terjadinya (*Probability of occurrence*).²⁶

5. Analisis Faktor Lingkungan Internal Dan Eksternal Perusahaan

a. Analisis Faktor Lingkungan Internal

Menurut Jauck and Cluek analisis faktor lingkungan eksternal adalah proses perencanaan strategi mengkaji pemasaran dan distribusi perusahaan, penelitian dan pengembangan, produksi dan operasi, sumber daya dan karyawan perusahaan untuk menentukan dimana kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan. Pendekatan fungsi bisnis berupaya mengidentifikasi dan menilai faktor-faktor internal yang mencakup lingkungan perusahaan dan keterbatasan yang biasanya dikategorikan sebagai berikut:

1. Manajemen

Manajemen adalah suatu proses dimana seseorang dapat mengatur segala sesuatu dalam sebuah organisasi maupun perusahaan yang mencakup produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan keuangan. Manajemen perlu dilakukan guna mencapai tujuan yang ingin dicapai dari target perusahaan atau organisasi itu sendiri.

2. Pemasaran

Pemasaran yaitu proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial, yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan keinginan pelanggan baik produk maupun jasa. Aspek-aspek pemasaran ini meliputi periklanan, public relation, promosi

²⁶ Dian Wijayanto, Pengantar Manajemen, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.

dan penjualan. Dan dalam perusahaan tujuan utama adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan.

3. Produksi dan operasi

Produksi merupakan suatu kegiatan mengubah bahan mentah menjadi barang jadi atau dari output menjadi input.

4. Penelitian dan Pengembangan

Penelitian dan pengembangan biasanya diarahkan pada produk-produk baru sebelum pesaing melakukannya. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan pemasaran serta mendapatkan keunggulan dari biaya melalui efisiensi.²⁷

b. Analisis Faktor Lingkungan Eksternal

Menurut Pearce dan Rebinson analisis faktor lingkungan eksternal yaitu terdiri atas seluruh kondisi serta kekuatan yang mempengaruhi pilihan strategi dan menentukan situasi kompetitif. Model manajemen strategik membagi lingkungan eksternal dalam tiga segmen interaktif lingkungan jauh, lingkungan industri dan lingkungan operasi. Dan faktor-faktor yang mempengaruhi lingkungan eksternal yaitu:

1. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi berkaitan dengan arah perekonomian dimana suatu perusahaan beroperasi, karena pola konsumsi dipengaruhi oleh kemakmuran relatif dari berbagai segmen pasar, maka setiap perusahaan harus mempertimbangkan tren ekonomi pada segmen yang mempengaruhi industrinya.

²⁷ Hani Aulia, Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh di Bandar Lampung, Skripsi Universitas Lampung

2. Faktor Sosial Budaya, Demografi dan lingkungan

Penduduk di negara berkembang memiliki komposisi penduduk yang masih muda, hal ini menguntungkan karena pangsa pasar yang besar dan pekerja yang murah. Faktor sosial ekonomi terpusat pada nilai dan sikap orang, pelanggan dan karyawan yang dapat mempengaruhi strategi. Nilai-nilai ini terwujud kedalam perubahan gaya hidup yang mempengaruhi permintaan terhadap produk dan jasa.

3. Faktor Politik, Pemerintah dan Hukum

Arah kebijakan dan stabilitas pemerintah politik pemerintah dan hukum menjadi faktor penting bagi para pengusaha untuk berwirausaha. Situasi politik yang tidak mendukung akan berdampak negatif bagi dunia usaha, begitu pula sebaliknya. Beberapa hal utama yang perlu diperhatikan dari faktor politik agar bisnis dapat berkembang adalah stabilitas pemerintah dengan sistem perpajakan, peraturan tentang perdagangan luar negeri, undang-undang tentang lingkungan dan perburuhan.

4. Faktor Teknologi

Kekuatan teknologi untuk menghindari keuanan dan meningkatkan inovasi, suatu perusahaan harus menyadari perubahan teknologi yang mungkin mempengaruhi industrinya. Adaptasi teknologi yang kreatif dapat menciptakan kemungkinan akan produk baru pada perbaikan produk yang sudah ada atau pada manufaktur dan pemasaran.²⁸

²⁸ Ibid...

6. Matrik SWOT

Matrik SWOT merupakan sebuah alat analisis yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.²⁹

Tabel 2.1
Matrik SWOT

EFAST INFAST	OPPORTUNITY (Peluang)	TREATS (Ancaman)
STRENGTH (Kekuatan)	STRATEGI SO	STRATEGI SO
WEAKNESS (Kelemahan)	STRATEGI SO	STRATEGI WT

Strategi SO (SO Strateges) menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Ini adalah posisi perusahaan yang sangat baik, dimana semua pemimpin organisasi atau perusahaan mengarahkan perusahaannya menuju ke kondisi yang memungkinkan mereka untuk menerapkan strategi SO. Strategi SO menggabungkan antara kekuatan peluang yang ada di perusahaan atau organisasi tersebut yang nantinya akan memunculkan suatu strategi yang dapat mempertahankan perusahaan tersebut.

²⁹ Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2002), h.19

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Terkadang perusahaan memiliki peluang yang baik, namun karena kelemahan yang dimilikinya, dia tidak dapat memanfaatkan peluang tersebut. Strategi WO ini menggabungkan antara kelemahan dengan peluang yang nantinya akan memunculkan suatu ide yang mana lembaga dapat menonjolkan peluang yang ada untuk mengurangi kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Strategi ini menggabungkan antara kekuatan dan ancaman yang nantinya pegawai perusahaan yang dapat menggunakannya untuk menghadapi suatu ancaman.

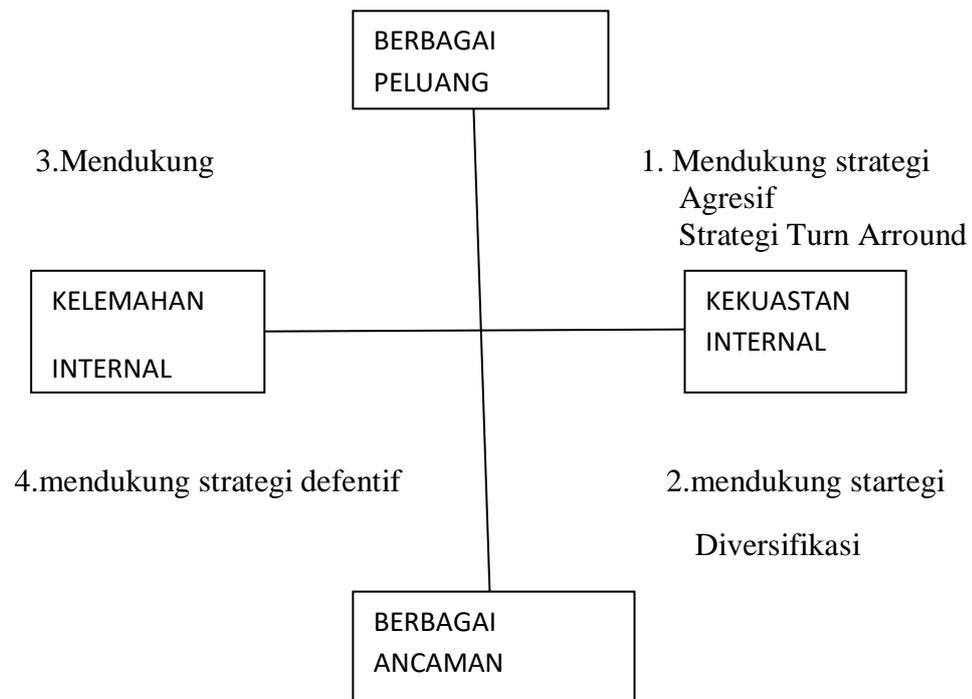
Strategi WT adalah taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.³⁰

7. Cara Membuat Analisis SWOT

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Dan SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weakness* lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT juga membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*).

³⁰ Rohiyat, Manajemen Sekolah, (Bandung: Rafika Aditama,2010), h. 108

Diagram 2.1
Analisis SWOT³¹



Kuadran 1 : menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan atau lembaga tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2 : menunjukkan bahwa meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : menunjukkan perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dipihak lain, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal.

³¹ Freddy Rangkuti, Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 20

Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG matrik. Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : menunjukkan bahwa ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.³²

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah totalitas fasilitas dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan, tersurat maupun tersirat. Salah satu yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.³³

Sedangkan pelayanan merupakan kegiatan ekonomi yang menciptakan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa.

Sedangkan menurut Khotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.³⁴

Jadi pelayanan dapat diartikan suatu kinerja atau tindakan yang menciptakan manfaat bagi pelanggan dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dari dalam diri atau atas nama penerima. Sehingga pelayanan itu sendiri memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan dalam hubungan dengan menciptakan nilai-nilai pelanggan.

³² Ibid., hal.21

³³ Lupiyodi dan Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta: Salemba Empat ,2003), hlm. 18

³⁴ Philip Kothler dan Keller, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Indek, 2003), hlm. 85

Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena dengan dengan meningkatkan pelayanan itu bisa juga meningkatkan kepuasan pada pelanggan atau konsumen dan juga bisa meningkatkan keuntungan perusahaan itu sendiri. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai pelayanan yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka pelayanan dipersepsikan buruk. Maka, tidaknya tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Sedangkan kualitas pelayanan menurut Rangkuti, merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.³⁵ Dan juga Handi Irawan menjelaskan bahwa kualitas pelayanan salah satu faktor yang mendorong kepuasan pelanggan.

Jadi dari beberapa teori bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Teori ini berlaku untuk sebuah penelitian karena mampu mengakomodasi dan mewakili objek-objek kualitas produk dan kualitas pelayanan dari produk yang diteliti.³⁶

2. Ciri Pelayanan yang Baik

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam kepuasan terhadap pelanggan atau konsumen dengan standar yang telah ditetapkan. Itu ditunjukkan oleh sumber daya manusia serta sarana dan prasaranayang dimiliki oleh lembaga atau perusahaan itu sendiri. Jika pelayanan yang diberikan baik atau sesuai maka konsumen pun akan merasa puas dan itu akan menjadikan dampak positif juga buat perusahaan atau lembaga dan yang nantinya akan di tularkan kepada

³⁵ Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 31

³⁶ Jirjis Alfarisi Abdul Ghofar, Stregei Biro Wisata PT. Makfiratur Semarang dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh Tahun 2015, Skripsi Universitas Islam Walisongo Semarang.

calon konsumen yang lain. Dengan kata lain perusahaan atau lembaga akan dapat selalu meningkat.

Dalam prakteknya ciri-ciri pelayanan yang baik memiliki kriteria tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakannya guna memberikan pelayanan yang efektif kepada konsumen atau pelanggan.

Berikut ini adalah ciri-ciri pelayanan yang baik bagi perusahaan diantaranya:

a. Tersedianya sumber daya manusia yang baik

Sumber daya manusia atau karyawan yang baik akan berpengaruh terhadap konsumen terutama dalam hal pelayanan. Jika karyawan itu berlaku sopan, ramah, tanggap, menyenangkan, pandai bicara maka konsumen pun akan merasa senang dan pastinya nyaman sehingga bisa mengambil hati dan memikat para konsumen. Tidak hanya itu Kinerja juga berpengaruh.

b. Tanggung jawab

Tanggung jawab artinya menjalankan kewajibannya dengan baik dan sampai selesai, seperti halnya dalam pelayanan karyawan harus bisa bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan, apabila terjadi sesuatu maka karyawan harus bisa membantu menyelesaikan. Dan itu akan menjadikan konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan.

c. Mampu berkomunikasi

Komunikasi sangat penting di dalam pelayanan. Komunikasi adalah awal pertama untuk memikat hati konsumennya dengan syarat berkomunikasi dengan cara tersendiri dan pastinya harus sopan dan tidak menyinggung hati konsumen atau pelanggan.

d. Memiliki pengalaman dan kemampuan yang baik

Karyawan harus mampu melayani karyawan dengan pengalaman dan kemampuan yang mereka miliki. Karyawan juga harus dididik agar bisa memberikan masukan kepada konsumen apabila terjadi masalah dalam produk yang dimiliki perusahaan tersebut.

e. Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen

Kepercayaan calon konsumen perusahaan mutlak diberikan kepada calon jamaah yang nantinya akan menjadi konsumen bagi perusahaan tersebut. Demikian juga karyawan harus bisa memberikan kepercayaan lebih kepada pelanggan agar tidak lari ke perusahaan yang lain.

f. Berusaha memahami kebutuhan konsumen

Karyawan harus bisa memahami apa yang di butuhkan konsumen dan harus cepat tanggap. Dengan begitu konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

g. Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai

Konsumen pada dasarnya ingin dilayani secara prima. Selain sumber daya manusia perusahaan juga harus memberikan sarana dan prasarana yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen, seperti halnya peralatan dan fasilitas ruang tunggu dan ruang menerima tamu itu harus ada supaya para konsumen bisa nyaman saat berada di tempat tersebut.³⁷

Dalam hal ini, konsumen adalah pihak yang menikmati jasa yang telah diberikan, sehingga merekalah yang bisa menentukan

³⁷ Aula Mashuri Siregar, Analisis SWOT Terhadap Pelayanan Haji dan Umroh Kementerian Agama Kabupaten Deli Serdang, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

kualitas jasanya. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan nilai menyeluruh atas keunggulan jasa.

Dalam hal ini ada 5 dimensi kualitas pelayanan jasa yang baik, yaitu sebagai berikut:

1. *Reability* (Kehandalan)

Yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang disajikan dengan tepat dan terpercaya.

2. *Responsiveness* (Responsif)

Yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin.

3. *Assurance* (Kepercayaan)

Yaitu pengetahuan dan kesopanan santunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya diri konsumen terhadap perusahaan.

4. *Empathy* (Empati)

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan baik dengan komunikasi yang baik, perhatian dan memahami kebutuhan pelanggan.

5. *Tangible* (Berwujud)

Yaitu penampilan fisik, peralatan, personil dan juga media komunikasi.³⁸

Dengan adanya faktor pertimbangan dalam meningkatkan mutu pelayanan diharapkan konsumen dapat merasakan lebih yang mereka inginkan.

³⁸ Ibid...

C. Pelayanan Jamaah Umroh dan Haji

Pelayanan jamaah haji dan umroh merupakan proses pemberian layanan dari orang-orang yang memiliki keahlian khusus dan pengalaman dalam menjalankan ibadah haji dan umroh kepada orang-orang yang mampu dalam menjalankannya.

Tugas dan seksi penyelenggara haji dan umroh adalah membimbing, mengawasi, mengevaluasi dan melaporkan pelaksanaan tugas sesuai dengan kebijakan perusahaan dan sesuai dengan peraturan undang-undang tentang pelayanan haji yang telah berlaku.³⁹

Pelayanan ibadah haji dan umroh merupakan tanggung jawab pemerintah maupun lembaga bimbingan haji yang bersangkutan baik pusat maupun daerah. Pada era desentralisasi dan semakin kuatnya demokratisasi saat ini, maka tuntutan akan tanggung jawab publik tersebut juga semakin kuat dan terbuka.

Sekarang pada saat ini yang menjadi kinerja perusahaan salah satunya yaitu manajemen tentang pelayanan ibadah haji dan umroh. Dalam berbagai kesempatan ketidakpuasan jamaah haji dan umroh atas kinerja manajemen pelayanan ini sudah banyak di ungkapkan oleh masyarakat secara terbuka.

Masyarakat menuntut penyelenggaraan manajemen pelayanan lebih responsif atas kebutuhan dan harus transparan, partisipatif dan juga akuntabel.

Dengan adanya hal itu pemerintah ataupun lembaga yang bersangkutan harus bisa memberikan pelayanan yang lebih efektif lagi supaya para jamaah haji dan umroh akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan kepadanya.

³⁹ [Http:// Kemenaggera.net/](http://Kemenaggera.net/), diakses Pada Tanggal 4 Maret 2020 Pada Pukul 20.00 WIB

1. Tugas Pokok Penyelenggaraan Haji dan Umroh

Berdasarkan peraturan Menteri Agama Republik Indonesia bidang penyelenggara haji dan umroh mempunyai tugas yaitu:

- a. Pelaksanaan pelayanan
- b. Pelaksanaan bimbingan
- c. Pengelola sistem informasi di bidang haji dan umroh dan harus berdasarkan kebijakan teknis yang ditetapkan oleh lembaga atau pemerintah yang bersangkutan.

Tujuan penyelenggaraan ibadah haji dan umroh sebagai mana yang tertuang dalam undang-undang tentang penyelenggaraan ibadah haji menyatakan bahwa penyelenggaraan yang baik agar pelaksanaan ibadah haji dapat berjalan aman, nyaman, lancar dan sesuai dengan tuntunan agama secara mandiri sehingga diperoleh haji yang mabrur.⁴⁰

2. Fungsi Bidang Pelayanan Haji dan Umroh

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana seperti di dalam undang-undang bidang penyelenggara haji dan umroh menyelenggarakan fungsi yaitu:

- a. Menyiapkan kebijakan teknis dan perencanaan di bidang penyelenggara haji dan umroh.
- b. Pelaksanaan pelayanan, bimbingan dan pembinaan di bidang pendaftaran, dokumentasi, perlengkapan haji dan pengelolaan sistem informasi haji.
- c. Evaluasi dan penyusunan laporan dibidang penyelenggaraan haji dan umroh.⁴¹

⁴⁰ [Htp://Depag RI 2006.net.....](http://Depag RI 2006.net.....)//Diakses pada tanggal 20 Febuari 2020 pada Pukul 13.00

⁴¹ Aula Mashuri Siregar, Analisis SWOT Terhadap Pelayanan Haji dan Umroh Kementerian Agama Kabupaten Deli Serdang, Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. CAHAYA HARAMAIN TOUR UMROH DAN HAJI KHUSUS

A. Sejarah PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

PT. Cahaya Haramain adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa tour umroh dan haji. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2013, dan telah memiliki izin pelaksanaan umroh dari kementerian agama dengan nomor D/447-2016. Sedangkan untuk haji khusus PT. Cahaya Haramain belum memiliki izin resmi, namun PT. Cahaya Haramain telah bekerjasama dengan PT. 2000 Wisata Jakarta yang beralamatkan di Jl. Dewi Sartika No. 26 A Cawang, Jakarta Timur.

PT. Cahaya Haramain sendiri merupakan perusahaan yang berorientasi bisnis, namun tentunya tidak lepas pula dari orientasi spiritual. Hal tersebut menjadikan adanya dua pilar dasar berdirinya perusahaan ini. Yang pertama adalah keimanan, dan yang kedua adalah keamanan. Atas dasar kedua pilar tersebut serta mengedepankan nilai-nilai islami, PT. Cahaya Haramain diharapkan menjadi perusahaan yang amanah dalam melayani umat, serta dapat menjadi pelayan bagi tamu-tamu Allah dalam melaksanakan ibadah haji maupun umroh.

Pemilihan nama perusahaan pada PT. Cahaya Haramain sendiri bukan tanpa alasan. Di baliknya terdapat harapan serta cita-cita perusahaan. Cahaya Haramain sendiri memiliki arti khusus bagi pendirinya, yaitu diharapkan para jamaah yang telah menjalankan ibadah umroh maupun haji di Haramain akan kembali dengan membawa cahaya dan menjadikan orang yang berada dalam namungan cahaya tersebut wajah serta hatinya akan diliputi dengan cahaya yang dapat dirasakan oleh orang-orang disekitarnya. Sehingga, dimanapun ia berada akan selalu mendatangkan ketenangan dan kedamaian.

Tujuan utama didirikannya PT. Cahaya Haramain adalah menjadi perusahaan yang amanah dalam melayani umat sebagai tamu Allah dalam menunaikan ibadah haji maupun umroh. PT. Cahaya Haramain selalu mengutamakan kenyamanan serta pelayanan yang optimal dalam pelaksanaan ibadah sejak berada di tanah air hingga saat pelaksanaan ibadah di tanah suci. Dalam menjalankan bisnisnya, PT. Cahaya Haramain memang terfokus dalam usaha penyediaan jasa umroh dan haji khusus, namun untuk menopang bisnis utama (Core Bussiness) tersebut, perusahaan juga menyediakan layanan tiketing untuk pesawat dan kereta, wisata tour, serta oleh-oleh haji sebagai suppoting bussiness yang berfungsi memperlancar bisnis utama yaitu umroh dan haji khusus.

Dalam pelaksanaannya, PT. Cahaya Haramain didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai. Hal tersebut ditandai dengan baiknya pelayanan yang diberikan perusahaan, diantaranya adalah pembimbing ibadah serta tim yang berpengalaman. Pegawai dan staff yang profesional, juga program pelaksanaan ibadah yang telah disusun dengan rapi dan terencana dengan baik sehingga dapat memberi pelayanan terbaik bagi para jamaah untuk mencapai ketenangan dan kekhusyukan dalam melaksanakan ibadah untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT di Baitullah.⁴²

B. Visi dan Misi PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

1. Visi

PT. Cahaya Haramain memiliki visi bahwasanya haji dan umroh merupakan sarana untuk membina lisan kamil yang berakhlak dengan cara meniru perilaku Rasulluah SAW.

2. Misi

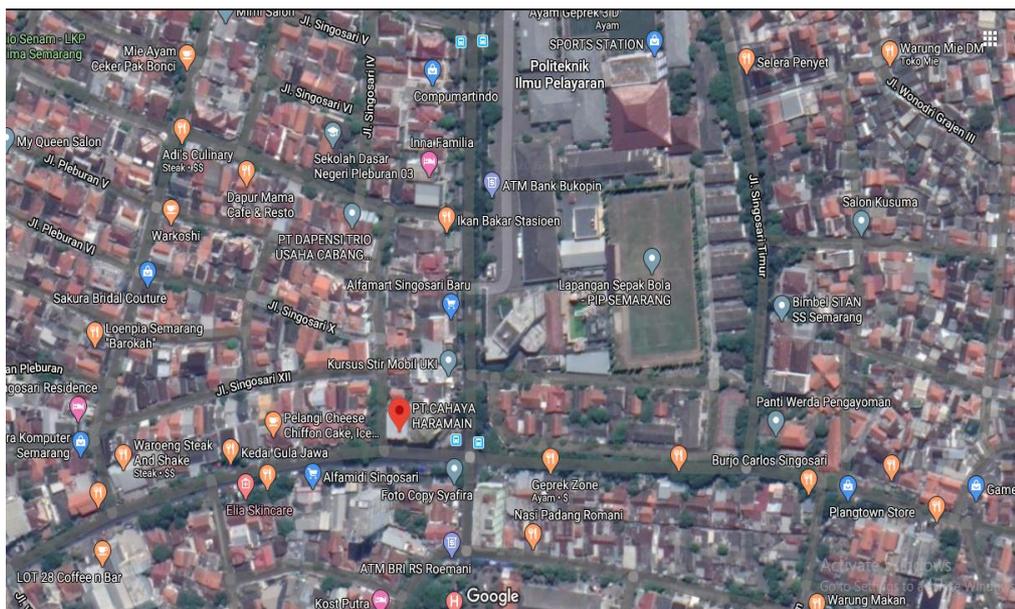
- a. Memantapkan kesiapan calon jamaah umroh dan haji dengan benar dan sempurna agar dapat mencapai ibadah mabrur sesuai yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW.

⁴² Profil dari PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus Singosari Semarang

- b. Mengembangkan persatuan atau ukhwah islamiyah dan silaturahmi untuk menciptakan kehidupan yang rahmatan lil'alamin.
- c. Memberikan layanan terbaik kepada para jamaah umroh dan haji agar tercipta perjalanan yang menyenangkan sekaligus mengesankan bagi mereka.

C. Lokasi PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

PT. Cahaya Haramain berlokasi di Jalan Singosari Raya No. 35 B, Wonodri, Kec. Semarang Selatan. Berikut ini adalah lokasi geografis PT. Cahaya Haramain.

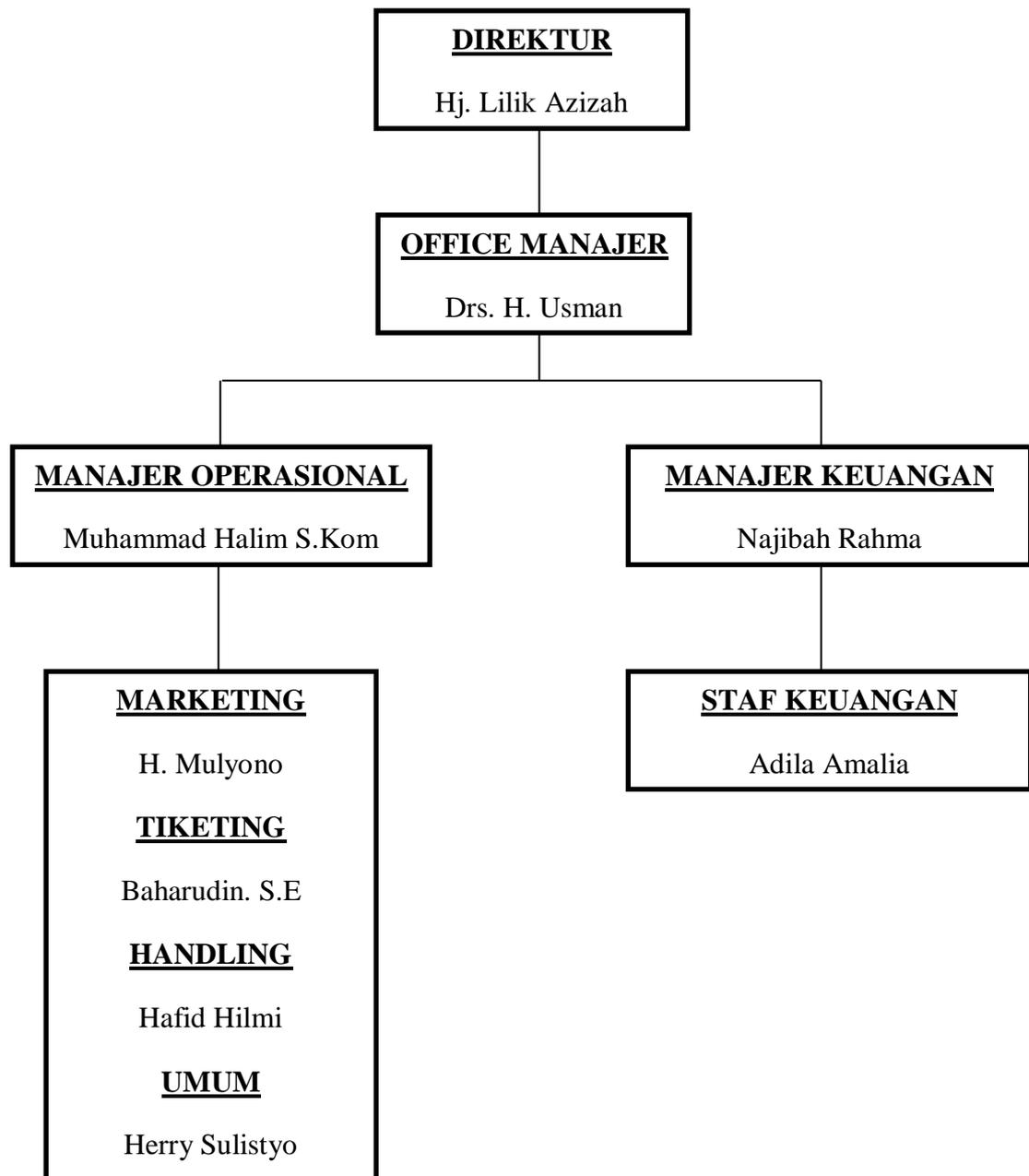


Sumber : Google Maps

D. Struktur Organisasi PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

Setiap perusahaan pasti memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi digunakan untuk menyusun sistem koordinasi antar bagian kerja serta mempermudah dalam pembagian tugas dan wewenang dalam

perusahaan. Berikut ini adalah bagan struktur organisasi PT. Cahaya haramain.



Berikut adalah pemaparan tugas dari masing-masing bagian :

1. Direktur

Direktur mempunyai tugas utama yaitu sebagai pengawas sekaligus penasihat di perusahaan yang membantu perusahaan untuk mengelola perusahaan dan mengawasi kinerja karyawan.

2. Office Manajer

Office manajer mempunyai tugas untuk mengendalikan, memimpin, dan mengatur perusahaan serta membangun kepercayaan diantara karyawan.

3. Manajer Operasional

Manajer operasional memiliki tugas pokok untuk memastikan jalannya kegiatan operasional dalam perusahaan, juga bertanggungjawab untuk memberikan pelayanan sebaik dan seefisien mungkin kepada jamaah.

4. Manajer Keuangan

Manajer keuangan bertugas untuk melakukan perencanaan dan pengkoordinasian dalam pengembangan sistem keuangan dan akuntansi, juga memiliki tugas untuk mengontrol seluruh proses transaksi yang terjadi dalam perusahaan.

5. Marketing

Marketing bertugas untuk melakukan promosi guna memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat melalui pengenalan produk dan lain sebagainya.

6. Tiketing

Tiketing bertugas untuk melakukan pengaturan dan pengelolaan data-data konsumen yang ingin melakukan pemesanan tiket pesawat maupun kereta, juga memiliki tanggung jawab dalam pembuatan paspor bagi para jamaah.

7. Handling

Handling bertugas membantu serta memudahkan semua aktivitas jamaah saat berada di bandara.

8. Umum

Staf umum memiliki tugas untuk membantu proses administrasi dan operasional. Salah satu tugas staf umum adalah membuat surat seperti memo masuk dan memo keluar.

Tabel 3.1

Jumlah karyawan di PT. Cahaya Haramain

Jenis Kelamin	Jumlah karyawan
Laki-laki	6
Perempuan	2
Total Karyawan	8

Sumber :

E. Produk dan Fasilitas PT. Cahaya Haramain Tour dan Haji Khusus

1. Produk-produk PT. Cahaya Haramain

a. Haji Khusus

Produk haji dibedakan menjadi 2, yaitu haji reguler dan haji khusus. Haji reguler yaitu haji yang dikelola oleh pemerintah, sedangkan haji khusus yaitu haji yang dikelola oleh lembaga swasta, yaitu biro haji yang ada di Indonesia. Harga atau biaya haji khusus lebih mahal daripada haji reguler, namun kuota pesertanya tetap masuk dalam kuota haji pemerintah.

b. Umroh hemat

Umroh hemat yaitu umroh dengan harga atau pengeluaran biaya yang hemat, biasanya menggunakan penerbangn dengan biaya yang lebih ekonomis. Pelaksanaannya biasanya sekitar 9 hari dengan

fasilitas hotel atau penginapan berbintang 3. Jarak yang harus ditempuh dari hotel menuju Masjidil Haram sekitar 500-750 meter dengan maksimal transit 2 kali. Untuk kegiatan umroh hemat biasanya dimulai antara bulan November sampai Desember.

c. Umroh reguler

Umroh reguler yaitu umroh yang dilakukan dengan biaya standar. Biasanya dilaksanakan 9 hari dengan fasilitas hotel berbintang 4 serta jarak hotel dengan Masjidil Haram sekitar 200-350 meter.

d. Umroh Eksekutif

Umroh eksekutif yaitu umroh yang dilakukan atas permintaan dari kelompok maupun keluarga. Fasilitas yang ditawarkan merupakan fasilitas yang bagus baik dari penerbangan maupun hotel. Jarak antara hotel dengan Masjidil Haram sekitar 100-150 meter..

e. Umroh Group Request

Umroh Group Request hampir sama dengan umroh eksekutif yaitu dilakukan secara kelompok, namun juga memiliki perbedaan. Perbedaannya adalah umroh grup request bisa memilih fasilitas yang akan digunakan, dalam hal ini fasilitas penerbangan maupun hotel. Konsumen bisa memilih fasilitas umroh reguler, hemat, eksekutif maupun umroh plus.

f. Umroh plus

Umroh plus adalah paket ibadah umroh yang ditambah dengan perjalanan wisata rohani ke negara-negara yang memiliki sejarah perkembangan islam, seperti mesir, yordania dan lain sebagainya. Pelaksanaan umroh plus yaitu 12 hari. 9 hari umroh dan 3 hari tour.

g. Tour musim

Tour musim adalah perjalanan wisata rohani yang dilakukan ke negara-negara yang memiliki sejarah perkembangan agama islam.

h. Ticketing pesawat

Ticketing pesawat merupakan produk dari PT. Cahaya haramain yaitu menyediakan penjualan tiket pesawat bagi jamaah.⁴³

2. Ketentuan Haji Khusus PT. Cahaya Haramain

a. Jadwal keberangkatan haji khusus

Renacana keberangkatan haji khusus pada bulan Dzulhijjah tepatnya pada tanggal 8 dengan waktu yang lebih singkat. Sedangkan haji reguler bisa lebih panjang yaitu selama 40 hari.⁴⁴

b. Harga Haji Khusus

Harga haji khusus sekitar 13,500 USD lebih kecil dari haji reguler 3-4 kali lebih mahal. Karena haji khusus mempunyai kelebihan-kelebihan seperti dalam jadwal keberangkatannya lebih cepat, berbeda dengan haji reguler tempat penginapan haji khusus lebih dekat dari Masjidil Haram, kebutuhan konsumsi dan akomodasi di tanggung oleh pihak penyelenggara sedangkan haji reguler ditanggung sendiri, dan juga fasilitas hotel haji khusus lebih banyak.

c. Biaya untuk seperti akomodasi, penginapan dan makan 3x sehari dan juga perlengkapan dan peralatan haji lainnya, sudah termasuk dalam biaya haji khusus

d. Biaya yang harus di tambah itu seperti biaya paspor, kelebihan bagasi, atau mau tour di luar acara.

e. Perlengkapan bagi jamaah haji khusus berupa:

1. Tas/ koper
2. Travelling Bag
3. Bahan seragam
4. Kain ihram/ bergoh panjang
5. Sabuk ihrom
6. Tas paspor, tas batu kerikil

⁴³ Wawancara dengan Pak Mulyono Staff PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.

⁴⁴ Ibid.....

7. Syal
 8. Buku doa
 9. Name tag
 10. Kaos identitas
 11. Obat-obatan
- f. Haji khusus bisa batal apabila meninggal dunia, mengundurkan diri alasan kesehatan.
- Untuk pengembalian dari DEPAG dikembalikan ke rekening jamaah haji atau ahli waris dengan potongan biaya administrasi kebijakan biro sebesar 400 USD atau 5% dari harga program haji khusus.
- g. Persyaratan pendaftaran haji khusus
1. Paspor asli
 2. Buku nikah asli (untuk suami istri)
 3. Akte kelahiran
 4. Kartu penduduk dan KK asli
 5. Menyerangkan bukti pembayaran DP atau uang muka sebesar 4,500 USD
- h. Sistem pembayaran bisa langsung ke kantor PT. Cahaya Haramain juga bisa melalui Bank
3. Ketentuan Umroh di PT. Cahaya Haramain
- a. Waktu kerberangkatan

Tabel 3.2
Rencana keberangkatan

Bulan keberangkatan	Waktu	Tanggal
Desember	9 hari	25 desember
Januari	9 hari	6 atau 7 januari
Febuari	9 hari	17 atau 24 febuari

Maret	9 hari	18 atau 24 maret
April	9 hari	6, 13 atau 20 april
Mei	9 hari	11, 18 atau 25 mei
Juni	9 hari	8 atau 15 juni

Sumber: PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

b. Harga Umroh PT. Cahaya Haramain

Tabel 3.3

Harga program umroh PT. Cahaya Haramain

Umroh	Harga
Umroh hemat	Rp. 21.900.000
Umroh reguler	Rp. 24.900.000
Umroh executive	Rp. 29.000.000
Umroh grup request	Sesuai permintaan
Umroh plus	Rp. 35.000.000

Sumber: PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

- c. Biaya sudah termasuk akomodasi hotel, tiket pesawat, makan 3x sehari, visa umroh, perlengkapan dan peralatan umroh lainnya.
- d. Biaya tidak termasuk pembuatan paspor, vaksin meningitis, tour luar program, kelebihan bagasi.
- e. Perlengkapan bagi jamaah umroh
 1. Tas/ koper
 2. *Traveling bag*
 3. Bahan seragam
 4. Kain ihrom/ bergoh panjang
 5. Sabuk ihrom
 6. Tas paspor, tas krikil dan juga tas sandal
 7. Buku doa
 8. *Nametag*

- f. Pembatalan umroh
 1. Pembatalan dilakukan apabila sebulan sebelum keberangkatan untuk pengembaliannya sebesar 10% dari biaya paket.
 2. Pembatalan apabila 3 minggu sebelum tanggal keberangkatan untuk pengambilannya sebesar 25% dari biaya paket.
 3. Pembatalannya apabila 2 minggu sebelum keberangkatan untuk pengambilannya sebesar 75% dari biaya paket.
 4. Pembatalan apabila 1 minggu sebelum keberangkatan untuk pengambilannya sebesar 95%.

- g. Persyaratan pendaftaran umroh
 1. Paspor
 2. Buku nikah asli (suami dan istri)
 3. Kartu penduduk dan KK
 4. Akta kelahiran asli
 5. Kartu kuning dari kantor kesehatan
 6. Bukti penyerahan pembayaran umroh

- h. Pemabayaran bisa melalui bank atau bisa langsung ke kantor PT. Cahaya Haramain.⁴⁵

⁴⁵ Buku PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.

BAB IV

ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN PADA PT. CAHAYA HARAMAIN TOUR UMROH DAN HAJI KHUSUS

A. Analisis SWOT dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

Kinerja dari sebuah instansi dapat dilaksanakan melalui kombinasi beberapa faktor, yaitu faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal yang kemudian akan dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

1. Faktor Lingkungan Internal

a. Manajemen pelayanan PT. Cahaya Haramain

Sebuah instansi akan memperlihatkan kualitas pelayanannya melalui pelayanan yang diberikan. Pada PT. Cahaya Haramain kualitas pelayanan yang diberikan dilihat dari pelayanannya kepada calon jamaah haji dan umroh. Dalam mengelola terselenggaranya ibadah haji dan umroh, PT. Cahaya Haramain selalu memberikan pelayanan yang baik dan apabila hal tersebut didukung oleh kebijakan serta investasi untuk penyediaan fasilitas serta pegawai yang berkualitas pasti akan lebih baik lagi.

b. Pemasaran

Pemasaran termasuk aspek yang penting di dalam sebuah kegiatan pelayanan. Strategi dalam pemasaran yang dilakukan oleh PT. Cahaya Haramain dengan mendirikan pusat-pusat informasi di beberapa daerah tertentu, menyebarkan brosur di masjid-masjid besar di sekitar daerah Semarang, mengikuti pameran-pameran, bekerjasama dengan beberapa media cetak serta media internet. Dengan demikian

PT. Cahaya Haramain bisa menarik simpati calon jamaah dengan memberikan pelayanan melalui pemasaran yang mereka lakukan.

c. Struktur organisasi

Para pegawai melakukan tugasnya sesuai posisi dalam struktur organisasi dan pelaksanaannya harus terprogram dan terencana. Sehingga bisa memberikan pelayanan yang baik kepada calon jamaah dan mereka akan merasa puas.

d. Sistem informasi pelayanan

Pemberian informasi yang dapat diakses dimana-mana sehingga informasi mudah didapat oleh masyarakat, salah satunya melalui media internet yang mudah didapat.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a. Lingkungan makro pelayanan PT. Cahaya Haramain

Dengan adanya persaingan maka hal tersebut menjadikan tantangan bagi perusahaan. Untuk itu perlu dilakukan upaya agar tidak menurunkan kualitas pelayanan yang diberikan. Dari tahun ke tahun jumlah jamaah haji dari Indonesia selalu meningkat, sedangkan jumlah kuota dari provinsi terbatas. Hal ini menjadi tantangan bagi PT. Cahaya Haramain. Untuk itu diperlukan campur tangan pemerintah guna membuat strategi yang dapat mengatasi masalah ini.

b. Lingkungan makro pelayanan PT. Cahaya Haramain

(1) Pelaksanaan kegiatan pelayanan untuk haji dan umroh harus berkesinambungan sesuai dengan jadwal kegiatan yang jelas dan realistis.

(2) Ada dukungan dalam pelayanan haji dan umroh dari masyarakat

(3) Sarana dan prasarana dalam pelayanan haji dan umroh dapat ditunjang dengan baik

(4) Dapat memberikan informasi berkaitan dengan pelayanan haji dan umroh

(5) Adanya kerjasama dalam bidang pengembangan pelayanan haji dan umroh

Faktor lingkungan internal dan eksternal yang sudah dianalisis secara umum diatas akan dianalisis lebih terperinci dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, dan Threath) guna memperoleh hasil penelitian yang kompleks, koheren dan koprehensif agar dapat memberi jawaban mengenai fokus penelitian strategi pelayanan prima dalam meningkatkan kualitas bimbingan ibadah haji di PT. Cahaya Haramain dengan memperhatikan perkembangan waktu yang kemudian diuraikan dengan baik dan benar agar memberikan hasil yang sempurna.

Analisis SWOT adalah pengidentifikasian dari berbagai faktor secara sistematis dalam merumuskan strategi perusahaan. Analisis tersebut berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strenghts) dan peluang (opportunities) namun dalam waktu bersamaan dapat meminimalkan kelemahan(weaknesses) dan ancaman (treats).

Adapun yang menjadi analisis SWOT di PT. Cahaya HaramainTour Umroh dan Haji Khusus adalah sebagai berikut:

1. Strenghts (Kekuatan)

Analisis mengenai kekuatan, situasi dan kondisi yang merupakan bagian dari kekuatan perusahaan yang ada pada saat ini. Untuk melakukan analisis ini, suatu perusahaan diharuskan menilai perbandingan kekuatan serta kelemahan dari perusahaan dengan pesaingnya. Hasil dari observasi yang telah saya lakukan pada perushaan ini yaitu adanya kekuatan-kekuatan yang terlihat, diantaranya :

a. Merekrut sumber daya manusia yang berkualitas

Pelayanan yang baik bisa ditentukan dari beberapa faktor diantaranya yaitu, sumberdaya manusia yang berkualitas. PT. Cahaya Haramain memiliki keunggulan yaitu memiliki pengelola atau

sumberdaya manusia yang dikerahkan oleh pegawai-pegawai yang bertingkat pendidikan tinggi. Dari penelitian ini diperoleh hasil yaitu terdapat 9 pegawai yang memiliki latar pendidikan bergelar strata 1 (S1) terdiri dari 3 laki-laki dan 6 perempuan.⁴⁶

Keuntungan yang diperoleh dari merekrut orang-orang memiliki kemampuan baik dalam bidang pelayanan suatu usaha jasa adalah dapat meningkatkan citra perusahaan. Jika pegawai memiliki kinerja pelayanan yang baik, ramah, melayani konsumen sepenuh hati dan tanggap, pelanggan akan lebih leluasa mengungkapkan keinginannya karena merasa aman, nyaman, tenang dan senang. Hal tersebut dapat menciptakan hubungan harmonis antara pegawai dengan pelanggan serta memungkinkan seorang konsumen menjadi pelanggan setia perusahaan.

b. Memberi pelatihan kepada seluruh karyawan

Salah satu upaya untuk mencapai keberhasilan perusahaan adalah dengan memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan. Salah satu pelatihan yang dilakukan oleh PT. Cahaya Haramain adalah pelatihan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan peraturan perusahaan. Pelatihan tersebut dilatih oleh pihak AMPHURI (Asosiasi Muslim Penyelenggara Haji dan Umroh Republik Indonesia).

Berkaitan dengan komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik, maka perekrutan pegawai marketing dan pelayanan pelanggan perlu lebih diperhatikan. Orang yang direkrut bukan hanya orang yang memahami tugasnya, tetapi juga memiliki penilaian yang baik terhadap keputusan yang diambilnya sendiri. Perusahaan yang melakukan perekrutan dan pelatihan dengan baik akan menghasilkan pegawai yang produktif. Untuk itu direktur PT. Cahaya Haramain selalu memperhatikan pegawai-pegawainya dan

⁴⁶ Wawancara dengan Pak Mulyono Staff PT. Cahaya Haramain Tour Umroh Dan Haji Khusus (Semarang, 20 Febuari 2020)

memberikan nasihat-nasihat yang membangun agar para pegawai senantiasa melayani pelanggan dengan sebaik mungkin.

- c. Memberikan kepercayaan yang tinggi kepada seluruh calon jamaah
 PT. Cahaya Haramain berusaha memberikan kepercayaan yang tinggi kepada seluruh jamaah haji atau umroh dengan pengalaman yang begitu banyak sehingga jamaah tidak merasa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan.
- d. Tersedianya tempat bimbingan praktek manasik haji
 Untuk lebih memudahkan calon haji dalam memahami tatacara berhaji, perusahaan harus menunjang kegiatan tersebut dengan sarana dan prasarana yang memadai. Misalnya, ruangan yang dilengkapi AC, kursi tunggu, televisi, koran/majalah, air mineral, dll.⁴⁷
- e. Adanya keramahan dari karyawan dalam melayani seluruh jamaah yang datang sehingga ada hubungan yang harmonis.

2. Weaknesses (Kelemahan)

Analisis kelemahan yaitu situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu perusahaan pada saat ini. Itu adalah cara untuk menganalisis kelemahan dalam sebuah perusahaan yang menjadi kendala serius dalam kemajuan perusahaan.

- a. Jaringan komunikasi dan informasi yang masih terbatas
 Jaringan komunikasi dan informasi yang terbatas dapat mengakibatkan keterlambatan dalam pengurusan data jamaah sehingga pelayanan menjadi lambat.
- b. Belum bisa memberikan jaminan pelayanan pada semua produk
 PT. Cahaya Haramain saat ini belum bisa memberikan jaminan pelayanannya pada semua produk sehingga para jamaah belum bisa menikmati semua produk-produknya dan itu bisa menimbulkan kekecewaan bagi nasabah.

⁴⁷ Wawancara dengan Pak Mulyono Staff PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus (Semarang, 20 Februari 2020).

c. Tempat parkir kurang luas

Tempat parkir PT. Cahya Haramain masih kurang luas dan hanya bisa digunakan untuk beberapa kendaraan saja sehingga menyulitkan para jamaah untuk mmarkirkan kendaraannya.

d. Pembimbing kurang peduli dengan para jamaah

Hal ini terlihat pada saat pelaksanaan bimbingan. Masih banyak jamaah yang kurang memperhatikan pembimbing saat menyampaikan materi. Seharusnya pembimbing lebih memperhatikan jamaah dan mengarahkan supaya para jamaah dapat memperhatikan dan mengerti apa yang disampaikan.

3. Opportunities (Peluang)

Analisis peluang merupakan situasi atau kondisi yang yang merupakan peluang diluar perusahaan dan memberikan peluang berkembangnya perusahaan di masa depan. Ini adalah cara untuk mencari peluang atau terobosan baru yang memungkinkan perusahaan agar bisa berkembang di masa yang akan datang.

a. Terbentuknya peluang untuk meningkatkan pelayanan tenaga kerja atau karyawan di PT. Cahya Haramain

Semua perusahaan pada dasarnya pasti akan meningkatkan pelayanannya setiap tahunnya, tak terkecuali PT. Cahya Haramain yang harus meningkatkan kualitas bimbingan ibadah haji. Hal ini dilakukan mengingat semakin meningkatnya persaingan antar Biro penyelenggaraan haji dan umroh.

b. Minat dan keinginan masyarakat untuk menunaikan ibadah haji dan umroh yang tinggi

Semakin banyaknya masyarakat yang berminat untuk melakukan ibadah haji dan umroh dapat dilihat dari banyaknya jamaah yang semakin tahun semakin bertambah karena penduduk Indonesia yang mayoritas adalah muslim. Sehingga pelayanan bisa di tingkatkan.

c. Program layanan masyarakat yang tersebar di berbagai daerah

PT. Cahaya Haramain memiliki pusat-pusat informasi di berbagai daerah meliputi Jepara, Solo, Gresik dan Surabaya. Dan juga memiliki cabang kantor yang lain sehingga memudahkan para jamaah untuk melakukan pendaftaran haji dan umroh dan dapat meningkatkan jumlah jamaah.

4. Treats (Ancaman)

Setiap perusahaan pasti memiliki hambatan, berikut ini adalah hambatan-hambatan yang dialami PT. Cahaya Haramain :

a. Berpindahannya jamaah

Berpindahannya jamaah PT. Cahaya Haramain disebabkan karena banyaknya pesaing yang memiliki fasilitas-fasilitas pelayanan yang lebih memuaskan.

b. Semakin banyaknya pilihan travel dan biro haji dan umroh yang tersebar di daerah-daerah Indonesia.

c. Kurangnya pengetahuan jamaah tentang pelayanan yang baik ibadah haji

Pentingnya memberikan bimbingan kepada jamaah mengenai pelaksanaan ibadah haji dan umroh agar jamaah lebih mengerti.

d. Jadwal manasik haji yang sering berubah sewaktu-waktu karena adanya penyesuaian situasi dan kondisi para jamaah PT. Cahaya Haramain.

Dari data-data diatas, bisa digambarkan secara jelas tentang bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Ada 4 strategi dalam menganalisis faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan PT. Cahaya Haramain yaitu :

1. Strategi S-O (Strenghts-Opportunities)

Untuk menciptakan peluang PT. Cahaya Haramain bisa menggunakan strategi dengan mengoptimalkan kekuatan yang ada. PT. Cahaya Haramain memiliki karyawan berkualitas dengan pendidikan yang tinggi dan keramahan dari karyawan dalam melayani seluruh jamaah dan memiliki pembimbing untuk mengedukasi jamaah yang ahli dan kompeten dalam bidangnya yang akan meningkatkan kualitas bimbingan ibadah haji dan umroh sehingga meningkatkan minat masyarakat menjadi calon jamaah haji dan umroh di PT. Cahaya Haramain.

2. Strategi W-O (Weaknesses-Opportunities)

Strategi yang bisa digunakan untuk meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada untuk memanfaatkannya sebagai peluang. Kelemahan yang ada biasanya pada jaringan komunikasi dan informasi yang masih terbatas. PT. Cahaya Haramain memiliki pusat-pusat informasi di beberapa daerah tertentu seperti Jepara, Solo, Gresik dan Surabaya. Dan juga mempunyai cabang kantor yang lain sehingga memudahkan para jamaah untuk melakukan pendaftaran haji dan umroh dan dapat meningkatkan jumlah jamaah, sehingga bisa diminimalisir.

Kesadaran yang minim dari para jamaah mengenai kebutuhan terhadap pendalaman materi yang telah disampaikan selama proses bimbingan ibadah haji sehingga para jamaah dalam melaksanakan ibadah haji dan umroh di tanah suci kurang maksimal. Tetapi, dengan adanya kesempatan untuk meningkatkan kualitas bimbingan ibadah haji dan umroh diharapkan akan memberikan kesadaran kepada jamaah bahwa pendalaman materi yang diberikan akan bermanfaat pada saat pelaksanaan ibadah haji dan umroh berlangsung.

3. Strategi S-T (Strengths-Treats)

Strategi ini digunakan dengan cara memanfaatkan kekuatan untuk mengurangi berbagai macam ancaman. PT. Cahaya Haramain memiliki karyawan dan pengurus yang memiliki kualitas dan dedikasi

yang tinggi dalam melaksanakan kegiatan bimbingan ibadah haji dan umroh agar mampu mengatasi jadwal pelaksanaan kegiatan manasik haji yang bisa berubah sewaktu-waktu karena harus menyesuaikan dengan situasi dan kondisi para jamaah.

4. Strategi W-T (Weaknesses-Treats)

Strategi ini digunakan untuk mengurangi kelemahan meminimalisir atau menghindari ancaman. Pelayanan yang kurang maksimal maksimal karena jumlah tenaga kepengurusan dalam pelayanan bimbingan ibadah haji dan umroh. Kurangnya pengetahuan keagamaan tentang ibadah haji bisa diminimalisir dengan memberikan pelatihan lebih banyak lagi untuk karyawan baik tertulis maupun secara langsung.

B. Hasil Analisis SWOT dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus

Dari analisis SWOT yang telah dijabarkan, maka penulis bisa memberikan hasil dari analisis tersebut. PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus berada pada kuadran 1 dimana perusahaan atau lembaga saat ini berada dalam kondisi yang kuat dan memiliki peluang besar untuk meraih kemajuan secara maksimal, serta harus terus berupaya memberikan pelayanan secara maksimal yang aman dan nyaman kepada jamaah, juga keinginan masyarakat yang dari tahun ke tahun semakin meningkat, bersama dengan itu pemerintah juga telah mengupayakan pengembangan sistem dan manajemen guna penyelenggaraan ibadah haji yang memenuhi asas keadilan, profesional, dan akuntabilitas dengan prinsip nirlaba.

Dari hasil tersebut penulis menemukan adanya kekuatan dan peluang yang sangat dominan dalam strategi peningkatan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Cahaya Haramain kepada jamaahnya. Ini memandang bahwa sebuah perusahaan yang kuat dan berpeluang dengan pelayanan dari pegawai yang kompeten dan profesional, seperti memiliki wawasan yang luas

mengenai produk yang ditawarkan, memberikan pelayanan sesuai permintaan, melayani secara tepat dan cepat, melakukan pencatatan dengan benar serta membuka layanan informasi bagi pelanggan di berbagai daerah . dapat disimpulkan bahwa rekomendasi dari strategi yang diberikan adalah progresif, maksudnya adalah perusahaan tersebut dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat memungkinkan untuk terus bisa melakukan ekspansi, yaitu memperbesar pertumbuhan serta meraih kemajuan secara maksimal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus berada pada kuadran 1 dimana perusahaan atau lembaga saat ini berada dalam kondisi yang kuat dan memiliki peluang besar untuk meraih kemajuan secara maksimal, serta harus terus berupaya memberikan pelayanan secara maksimal yang aman dan nyaman kepada jamaah, juga keinginan masyarakat yang dari tahun ke tahun semakin meningkat, bersama dengan itu pemerintah juga telah mengupayakan pengembangan sistem dan manajemen guna penyelenggaraan ibadah haji yang memenuhi asa keadilan, profesional, dan akuntabilitas dengan prinsip nirlaba.

Namun demikian, masih ada beberapa penghambat dan ancaman. Hambatan dan ancaman ini bisa dapat di atasi jika pihak direksi mampu menerapkan strategi peningkatan kualitas pelayanan kepada jamaahnya.

B. Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di PT. Cahaya Haramain, ada beberapa yang harus dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada PT. Cahaya Haramain dan memberikan saran-saran dengan tujuan untuk kebaikan dan kemajuan PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.

1. Memaksimalkan segala potensi yang dimiliki oleh lembaga, berupa sumber daya manusia maupun sumber daya yang lainnya dan juga lingkungan yang potensial agar kualitas pelayanannya bagus dan

penyelenggaraan ibadah haji dan umroh di PT. Cahaya Haramian mampu bersaing dengan lembaga lainnya.

2. Sebaiknya di tambahkan lagi karyawan karena semakin banyaknya masyarakat yang ingin beribadah ke tanah suci
3. Menambah sarana dan prasarana di dalam gedung supaya nyaman dan tenang saat berada di dalamnya.
4. Perusahaan harus lebih maksimal dalam merespon keinginan jamaah dalam setiap pelayanan yang diberikan.

C. Penutup

Penulis mengucapkan Alhamdulillah atas semua syukur yang telah Allah SWT berikan, karena penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini, meskipun masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis menyadari masih banyak perbaikan dalam pembuatan skripsi ini karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena ini, kritik sarannya untuk perbaikan dan penyempurnaan dalam skripsi ini. Agar skripsi ini dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin. Dan terakhir penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang sudah membantu dalam penulisan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia Hani , *Analisis Strategi Bisnis Perusahaan Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh di Bandar Lampung*, Skripsi Universitas Lampung, 2017.
- Buku profil dari PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus.
- Departemen Agama RI. *al-Qur'an dan terjemahannya* (Jakarta: Dharma Art, 2015)
- DF Fajar Nuraini , *Teknik Analisis SWOT*, (Yogyakarta: Quadrant, 2016), h.8
- Ghofar Jirjis Alfarisi Abdul, *Stretegi Biro Wisata PT. Makfiratur Semarang dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh Tahun 2015*, Skripsi Universitas Islam Walisongo Semarang.
- Herdiansyah Haris, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 118.
- <http://Depag RI 2006.net.....//Diakses pada tanggal 20 Febuari 2020 pada Pukul 13.00>
- <Http://Kemenaggera.net/,diakses Pada Tanggal 4 Maret 2020 Pada Pukul 20.00 WIB>
- <Http://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-analisis-SWOT.htm.di> unduh pada tanggal 2 Febuari 2020 pada pukul 12.30 WIB.
- Indrawan Rully, R. Poppy Yuniawati, *Metodologi Penelitian* (Bandung: PT. Rafika Aditama, 2014), h. 67
- Muhammad Suwarsono, *Manajemen Strategik Konsep dan Alat Analisis*, (Jogjakarta: UPP STIM YKPN)
- Kustini, Abdul Aziz, *Ibadah Haji dalam Sorotan Publik* (Jakarta: Puslitbang Kehidupan Keagamaan, 2017)
- Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 18.
- Pedoman Skripsi FEBI

Philip Khotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Tigabelas*, (Jakarta: Prehalindo, 2008)

Profil dari PT. Cahaya haramain Tour Umroh dan Haji Khusus Manyaran Semarang.

Purhantara Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)

Rido Insan Raharjo dalam skripsinya yang berjudul *Strategi pemasaran melalui analisis SWOT pada usaha penyewaan lapangan futsal di scudetto futsal banyuwangi*, skripsi Universitas Negeri Jogjakarta, 2018

Rusiani Dwi dalam skripsinya yang berjudul *Analisis SWOT seksi penyelenggaraan haji dan umroh kantor kementerian agama kabupaten gunungkidul daerah istimewa jogjakarta*, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Jogjakarta.

Rohiyat, *Manajemen Sekolah*, (Bandung: Rafika Aditama, 2010), h. 108

Siagian Sondang P, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995)

Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2016)

Sukandarrumudi, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: Gadjah Mada University Press 2012)

Wawancara dengan Pak Mulyono Staff PT. Cahaya Haramain Tour Umroh dan Haji Khusus