

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul **Strategi Pelayanan Umrah dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah pada PT. Grand Darussalam Cabang Bukittinggi**. Yang ditulis oleh Salsabila Nurul Taqwa NIM 3622014 Program Studi Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena terjadinya fluktuasi jumlah jamaah beberapa tahun terakhir, persaingan antar biro perjalanan umrah, serta perbedaan harga paket yang memengaruhi keputusan masyarakat. Meskipun perusahaan memiliki harga yang relatif lebih rendah dibandingkan pesaing, kondisi tersebut tetap perlu diimbangi dengan kualitas pelayanan yang optimal agar mampu menarik dan mempertahankan calon jamaah secara berkelanjutan. Analisis data menggunakan analisis SWOT; mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), serta Matriks SWOT, dan Tabel Bobot Skor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan umrah pada PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi yaitu pelayanan yang ramah dan komunikatif kepada jamaah serta reputasi yang baik dimanfaatkan untuk menangkap tingginya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah, Harga paket umrah yang relatif kompetitif digunakan untuk menarik pasar melalui daya tarik harga bagi calon jamaah baru, respon cepat terhadap keluhan jamaah serta loyalitas sebagian jamaah yang pernah menggunakan travel umrah dimanfaatkan melalui rekomendasi jamaah sebagai promosi dari mulut ke mulut. Fasilitas perjalanan yang disesuaikan dengan paket yang ditawarkan dan pengembangan variasi paket perjalanan umrah dikaitkan dengan potensi pasar wilayah Bukittinggi dan sekitarnya. Pelaksanaan manasik yang terjadwal sebelum keberangkatan dan pendampingan jamaah selama keberangkatan diperkuat melalui kerjasama dengan hotel, maskapai, dan pembimbing ibadah. Transparansi informasi biaya dan jadwal perjalanan dikombinasikan dengan perkembangan media sosial sebagai sarana promosi. Citra perusahaan yang cukup baik di masyarakat dimanfaatkan untuk memperluas pasar melalui peluang memperluas jaringan pemasaran melalui komunitas keagamaan. Mengoptimalkan sistem evaluasi kepuasan jamaah untuk meningkatkan kualitas layanan berkelanjutan, menggunakan testimoni jamaah sebagai bahan promosi resmi perusahaan, dan memperkuat citra travel yang aman dan terpercaya melalui pelayanan yang konsisten.

Kata Kunci: Strategi pelayanan; minat calon jamaah; travel umrah; SWOT