MANAJEMEN STRATEGI SOSIALISASI JAMAAH UMROH (Studi AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri) Area V kota Bengkulu

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos)
Dalam Ilmu Manajemen Dakwah

DISUSUN
OLEH

APRIYANSAH
NIM. 1611330017

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
2021 M/ 1442 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama: Apriyansah NIM: 1611330017 yang berjudul **"Manajemen Strategi Sosialisasi Jamaah Umroh (Studi AET Travel Indonesia PT.Penjuru Wisata Negeri) Area V kota Bengkulu"**. Program studi Manajemen Dawkwah Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Skripsi ini telah diperiksa dan di perbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena Itu, sudah layak untuk diujikan dalam sidang munaqosah/skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.

Bengkulu, Februari 2021

Tim Pembimbing

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Dr. M. Ridho Syabibi, M.Ag	**Rodiyah, MA, Hum**
NIP. 196807272000212100 2	**NIP. 198110142007012010**

Mengetahui
a.nDekan FUAD
KetuaJurusanDakwah

Rini Fitria S,Ag, M.Si
NIP. 197510132006042001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama **Apriyansah** Nim 1611330017 dengan judul **"Manajemen Strategi Sosialisasi Jamaah Umroh Studi AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu"** telah diujikan dan dipertahankan di depan tim penguji sidang Munaqasyah Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Senin
Tanggal : 25 Januari 2021

Dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos) dalam ilmu Manajemen Dakwah.

Bengkulu, Februari 2021
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dr. Suhirman, M.Pd
NIP. 196802191990310003

SIDANG MUNAQASYAH

Ketua

Dr. M. Ridho Syabibi M.Ag
NIP. 196807272000212100 2

Sekretaris

Rodiyah, M.A. Hum
NIP. 198110142007012010

Penguji I

H. Ibrahim, M. Ag
NIP. 197007271994031005

Penguji II

Dilla Astarini, M.Pd
NIP. 199001212019032008

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang tiada terhingga shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW atas risalah yang dibawahnya, dan dengan segala kerendahan hati saya persembahakan. Skripsi ini yang terlahir di antara usaha dan doa orang-orang yang saya cintai, karya tulis ini saya persembahkan untuk:

- Terkhusus kedua orang tuaku tersayang yang selalu mendoakanku, Ayahanda Herlan dan Ibunda Asminawanah yang tiada henti-hentinya memberikan doa, membimbing, dan tiada bosan memberikan nasehat dan dukungan serta dorongan kepadaku sehingga tidak menyerah dalam berjuang untuk menyelesaikan tugas akhirku. Tiada kata yang bisa diucapkan rasa syukur dan terimahkasih untuk bapak dan emak semoga selalu diberikan kesehatan dan perlindungan selalu dari Allah SWT.
- Dan juga kepada adikku Lesna Terta Putri yang telah menjadi kesayanganku agar kamu bisa jadi yang terbaik dan selalu mendoakan kesuksesanku.
- Buat Partnerku Reva Sonitri S.H, yang selalu meluangkan waktu dan pikirannya serat menjadi sumber inspirasi dan motivasiku dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan dorongan dan semangat sehingga tercapai cita-citaku.
- Untuk pembimbingku bapak Dr. M. Ridho Syabibi, M.Ag dan ibu Rodiyah, MA.Hum yang selalu mengarahkan dan membantuku untuk menyelesaikan tugas akhir studi.
- Buat sahabat-sahabatku seperjuanganku yang tiada henti menemani di saat susah maupun senang.

- Buat sahabat-sahabatku Wahyu Urip Kurniawan, sahabat MD, Selamat R, mas Adiy M, Bella S, dan berserta teman-teman seperjuangan mahasiswa/i MD.A dan MD.B Jurusan Manajemen Dakwah Angkatan Tahun 2016 serta kakak dan adik MD Bengkulu, terima kasih kalian sudah menjadi keluarga keduaku di kampus dan diperantauan ini.
- Teman-teman KKN desa Tanjung Aur II Kelompok 28.

Almamaterku, Agama, bangsa dan Negara yang aku banggakan.

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul " Manajemen Strategi Sosialisais Jamaah Umroh (studi AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri) Area V Kota Bengkulu". Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni dari gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulisdengan jelas dan di cantumkan sebagai acuhan didalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan di daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Bengkulu, Februari 2021
Saya yang menyatakan

METERAI TEMPEL
5F0D7AHF292803285
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Apriyansah
Nim. 1611330017

MOTTO

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِلْعَالَمِينَ

Artinya:

"Sesungguhnya rumah yang mula-mula dibangun untuk (tempat beribadat) manusia, ialah Baitullah yang di Bakkah (Mekah) yang diberkahi dan menjadi petunjuk bagi semua manusia".

(Q.S.Ali Imron 3: 96)

ABSTRAK

Apriyansah, NIM: 1611330017,"Manajemen Startegi Sosialisasi Jamaah Umroh (studi AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri) Area V Kota Bengkulu."

Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: Bagaimana Strategi Sosialisasi jamaah Umroh yang dilakukan oleh AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V Kota Bengkulu. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk Strategi dalam bersosialisasi dengan jamaah Umroh di AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi yang bermanfaat untuk memberikan informasi, fakta dan data mengenai bentuk Strategi Sosialisasi jamaah Umroh di AET Travel Indonesia PT. Penjuru WIsata Negeri Area V Kota Bengkulu, kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan tersebut. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa Strategi yang digunakan AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V Kota Bengkulu adalah Strategi Intensif, yang meliputi pengembangan produk dan peningkatan penjualan produk, Bentuk pengembangan ini disesuaikan dengan situasi dan kondisi dengan bentuk dinamis, salah satu dari sifatnya ialah para pelaksana pemasaran dapat berkreasi sesuai dengan bentuk pasar yang di hadapi. Maka dengan adanya bentuk pengembangan dinamis ini diharapkan juga peningkatan penjualan produk memiliki peluang untuk meningkatan perolehan konsumen dari waktu kewaktu. Sedangkan proses sosialisasi yang dilakukan dengan kerjasama dengan pihak-pihak intansi, seperti majelis taklim, acara hari besar islam dan acara-acara lainnya yang terkait dengan sosialisasi program, dan juga selalu melakukan sosialisasi dengan cara memberikan pelayanan yang baik, seperti pelayanan dikantor maupun saat melakukan sosialisasi di intansi atau lebaga.

Kata Kunci: Manajemen, Strategi, Sosialisasi, AET Travel Indonesia.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Alhamdulillahirobbil'alamin.

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan Rahmat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"MANAJEMEN STRATEGI SOSIALISASI JAMAAH UMROH (Studi AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri) Area V kota Bengkulu".**

Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Program Studi Manajemen Dakwah (MD) Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini izinkan peneliti mengucapkan terima kasih, teriring do'a semoga menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan dari Allah SWT, Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu, yang telah memberikan fasilitas selama menuntut ilmu di IAIN Bengkulu.

2. Dr. Suhirman, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.

3. Rini Fitria, S. Ag, M.Si, selaku Ketua Jurusan Dakwah Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu.

4. Ashadi Cahyadi, S.Sos.I, MA selaku Ketua Prodi Manajemen Dakwah Institut Agama Islam Negeri IAIN Bengkulu.

5. Dr. Rahmat Ramdhani, M.Sos.I selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA).

6. Dr. M. Ridho Syabibi, M.Ag selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, dan arahan dengan penuh kesabaran dan ketekunan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Rodiyah, MA.Hum Selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dan arahan dengan penuh kesabaran dan ketekunan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakan kesuksesan untukku sepanjang waktu.

9. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu, yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan.

10. Staf dan Karyawan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu, yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.

11. Manajer AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri Area V Kota Bengkulu yang telah memberi izin untuk meneliti dan telah memberikan data-data yang penulis perlukan, serta staff PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu yang selalu bersedia memberi waktu dan informasi terkait dengan penelitian yang peneliti lakukan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah berusaha dengan maksimal untuk mencapai hasil terbaik. Bila mana masih banyak ditemukan kelemahan dan kekurangan, mohon kiranya keritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepannya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bengkulu, Februari 2021
Penulis

Apriyansah
NIM. 1611330017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN MOTO ..... **iv**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**
HALAMAN SURAT PERNYATAAN ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **x**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Batasan Masalah 9
D. Tujuan Penelitian 10
E. Kegunaan Penelitian 10
F. Kajian Penelitian terdahulu 10
G. Sistematika Penulisan 12
BAB II LANDASAN TEORI
A. Manajemen 14
1. Pengertian Manajemen 14
2. Fungsi-Fungsi Manajemen 18
3. Unsur-Unsur Manajemen 22
B. Strategi 24
1. Strategi Integrasi 27
2. Strategi Intensif 27
3. Strategi Diversifikasi 28
4. Strategi Definsif 28
5. Strategi Umum Porter 30
6. Analisa Peneliti Mengenai Strategi yang digunakan 30
C. Sosialisasi 31
1. Sosialisasi Primer 33
2. Sosialisasi Sekunder 33
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 37
B. Penjelasan Judul 38
C. Waktu dan Lokasi Penelitian 38
D. Informan Penelitian 39
E. Sumber Data 40

F. Teknik Pengumpulan Data 41
G. Teknik Analisis Data 42
H. Teknik Keabsahan Data 45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Deskripsi Wilayah Penelitian 48
1. Sejarah Singkat Prusahaan 48
2. Visi dan Misi Perusahaan 50
3. Prinsip Kerja Perusahaan 51
4. Sarana dan Prasarana 51
5. Perkembangan Prusahaan dari Tahun 2010-2019 52
6. Struktur Organisasi perusahaan 53
B. Pemaparan Hasil Penelitian 54
1. Informan Penelitian 54
2. Hasil dan Temuan 55
a. Jenis Strategi Sosialisasi yang digunakan 55
b. Proses Perencanaan Strategi Sosialisasi 58
c. Bentuk Pengorganisasian Strategi Soisalisasi 60
d. Proses Pelaksanaan Strategi Sosialisasi 62
e. Proses Pengendalian Strategi Sosialisasi 65
C. Pembahasan Hasil Penelitian 67
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 73
B. Saran 74
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perkembangan Perusahaan..... 52
Tabel 4.2 Profil Informan Penelitian..... 54

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen merupakan sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengaturan terhadap para anggota organisasi serta penggunaan seluruh sumber-sumber yang ada secara tepat untuk meraih tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Dakwah adalah kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syari'at dan ahlak Islam.[1]

Umat Islam sangat rindu untuk berangkat ke tanah suci, dan menjadi tamu-tamunya Allah swt/ *dhuyuf ar-rahman.* Akan tetapi dikarenakan kuota, atau jangka waktu yang relatif lama, maka hal ini tidak mengurungkan niat mereka untuk tetap bertamu ke rumah Allah swt di *Makkah al-Mukarramah.* Dikarenakan haji adalah ibadah khusus yang berkaitan erat dengan waktu, yakni pada bulan *zul hijjah* saja, maka cara yang ditempuh adalah dengan terlebih dahulu melakukan umroh untuk sampai ke kota Mekkah dan Madinah, dengan melakukan ibadah umroh, yang mayoritas ulama menyatakan atau berpendapat hukumnya adalah sunnah.[2] Berbicara mengenai haji dan umroh salah satunya terdapat dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah, sebagai berikut:

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ

[1]Muhammad Munir, Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta:kencana, 2009), Hal.36

[2]Syaikh Aziz Al Ali, *Manasik Haji Dan Rahasia Meraih Haji Mabrur*, (Surabaya: Terbit Terang, 2015), Hal. 76

Artinya: Dan sempurnakanlah ibadah haji dan `umroh karena Allah. (QS. Al-Baqarah/2:196).

Ayat di atas berkenaan dengan perkataan ayat sebelumnya dalam menjelaskan mengenai hukum haji sesudah disebutkan terlebih dahulu mengenai hukum puasa. Karena bahwasanya bulan melakukan ibadah haji adalah setelah datangnya bulan untuk kewajiban berpuasa. Mengenai ayat-ayat tentang peperangan, untuk menjelaskan hukum yang berkaitan dengan bulan-bulan haram dan tentang Masjid al-Haram. Ibadah haji dan umroh mempunyai imbalan yang besar di sisi Allah swt, terdapat dalam hadis Nabi Muhammad saw. Artinya : Telah menceritakan kepada kami Abdullah ibn Yusuf, telah mengkhabarkan kepada kami Malik, dari Sumay hamba sahanya Abu Bakar ibn `Abdurrahman, dari Abu Shalih as-Saman, dari Abu Hurairah ra, bahwasanya Rasul saw bersabda: Umroh kepada umroh yang berikutnya adalah suatu pengampunan dosa, sedangkan haji yang mabrur tiada balasan yang layak baginya selain surga.[3]

Allah SWT memerintahkan untuk melaksanakan haji atau umroh, sedangkan hukum umroh ini, fardhu apabila baru pertama kali dilaksanakan, Atau umrah karena bernadzar, Atau umroh, karena ada kaitannya dengan ibadah haji. Hukum umroh sunnah, apabila dilaksanakan untuk kedua kalinya atau untuk seterusnya. Umroh ini, bisa dikerjakan disaat dan waktu apapun sepanjang tahun, kecuali di hari Arafah, hari raya qurban dan hari-hari

[3]Al-Bukhari. Al-Imam Al-Hafidz Abi ’Abdillah Ibn Isma’il, *Shahīhu-l-Bukhāri, Dār Ibn Hazm*, (Beirut-Libanon, 2003), Hal. 474.

Tasyriq, hukumnya makruh tahrim.[4] Perbedaan haji dan umroh terletak pada waktu penunaian dan beberapa hukumnya saja. Haji mempunyai waktu khusus dan tidak diperbolehkan berpindah ke waktu lain. Sedangkan umroh tidak mempunyai waktu yang khusus dan dapat dilakukan sepanjang tahun.[5]

Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia, melakukan penyelenggaraan ibadah haji setiap tahunnya, Sehingga jumlah jamaah haji cenderung meningkat dari tahun ke tahun, jumlah jamaah selalu bertambah setiap tahun. Banyak motif muslim Indonesia melaksanakan ibadah haji diantaranya untuk meningkatkan amal kebaikan, menjadi teladan bagi masyarakat, memperoleh status sosial dan meningkatkan pamor politik. Semakin tinggi pendidikan umat Islam, kian kuat motivasi mereka untuk menunaikan ibadah haji. Banyaknya umat Islam di Indonesia yang ingin pergi ke tanah suci untuk melaksanakan ibadah haji menyebabkan *waiting list* yang panjang, hingga jamaah harus menunggu selama puluhan tahun untuk melaksanakan ibadah haji. Di Indonesia sendiri berdasarkan data yang dikeluarkan Kementrian Agama RI bulan Juni 2019 daftar tunggu haji tercepat adalah 11 tahun.[6]

Umat Islam yang telah berazam untuk melakukan ibadah umroh dikarenakan tidak bisanya berangkat dengan segera untuk melakukan haji, membuat usaha-usaha biro jasa travel haji dan umroh semakin menjamur. Hal ini adalah merupakan suatu bentuk model wisata rohani yang melayani

---

[4]Muqarrabin Misbah, *Penuntun Manasik Haji dan Umrah*, (Solo: CV. Media Ilmu, 2012), Hal. 38

[5]Muhammad Sholikhin, *Keajaiban Haji dan Umrah*, (Jakarta: Erlangga, 2013). Hal. 2

[6]https://haji.kemenag.go.id/v3/basisdata/waiting-list, (di akses 13 Juni 2019).

konsumen/ pemakai jasa agar mendapatkan kemudahan untuk berangkat ke kota Makkah dalam pelaksanaan ibadah umroh. Sesuai dengan banyaknya permintaan dan minat dari pemakai jasa biro travel umroh dan haji milik swasta ini, maka semakin melambungnya biaya umroh tersebut, tapi tentu biayanya tidak sampai melebihi biaya haji pada umumnya sekitar Rp50.235.602, hanya ½ dari biaya haji. Yakni ada kalanya berkisar Rp. 25.000.000.00,-an. Terdapat juga agen dari travel yang melakukan usaha bujukan dan tawaran agar bagi pihak keluarga yang ingin berangkat haji.[7]

Usaha AET Travel yang dibuka mempunyai kelebihan tersendiri, di antaranya yang bisa disebutkan adalah biaya yang dikeluarkan relatif lebih murah dibandingkan dengan travel lainnya, kemudian jika seseorang yang mendapatkan 10 orang jamaah umroh, maka otomatis 1 kursi untuk umrohnya gratis. Strategi yang dilakukan adalah dengan cara mempromosikan usaha AET Travel dan mereka juga mensosialisasikan travelnya kepada para jemaah. Banyak permaslahan yang berkaitan dengan umroh, dan erat hubungannya dengan pemakai jasa/ konsumen untuk berumroh beserta keluarga. Banyaknya persaingan usaha dari agent travel umroh dan haji tentu membuat masing-masing travel menguras otak dan keuangan agar bagaimana caranya bisa mendapatkan calon jamaah untuk bisa diberangkatkan. Terkesan usaha yang AET Travel lakukan telah berorientasi kepada uang/*money*

[7]Abdul Choliq, *Manajemen Haji dan Wisata Religi*, (Yogyakarta: Mitra Cendika, 2011), Hal. 88

oriented, tentu hal ini tidak bisa disalahkan, karena usaha apapun bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.[8]

Tapi kekhawatirannya apakah manajemen pelayanan, transparansi, kejujuran dan juga informasi yang jelas telah diberikan kepada calon jamaah umroh, agar tidak terjadinya kesalahan yang dapat mengecewakan calon jamaah. Berbagai ragam pelayanan yang sering kali menjadikan masyarakat yang pada mulanya dengan ikhlas dan berusaha untuk bisa berangkat umroh dengan sesegera mungkin, dikarenakan terlalu lamanya jangka waktu tunggu untuk pendaftaran dan kuota haji. Sebagian kalangan masyarakat, mencari jalan keluar untuk tetap berangkat haji dengan cara melakukan perjalan ibadah umroh.

Tingginya animo masyarakat mendaftarkan diri, membuat pemilik sekaligus direktur beserta isterinya menjadi orang yang relatif kaya. Banyak cara yang dilakukan oleh AET travel ini untuk bisa menarik konsumen, salah satunya dengan menjadikan beberapa artis publik figure, ustadz/ ustadzah yang berkualitas untuk melakukan promosi, yang bertujuan sebagaik penarik dan juga menambah kepercayaan kepada masyarakat yang hendak melakukan umroh.

Banyaknya travel biro-biro perjalanan haji dan umrah yang ikut serta mengurusi pelaksanaan ibadah haji dan umrah, menimbulkan persaingan antara satu dengan lainnya, sehingga membuat para jamaah bingung mencari lembaga mana yang baik dalam memberikan pelayanan di segala bidang

[8]Departemen Agama Direktorat Jenderal, *Pedoman Pembinaan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji*, (Jakarta: 2003), Hal. 76

sehingga pelaksanaan ibadah haji dan umrah bisa menuai hasil yang memuaskan. Pemberian pelayanan atau jasa yang baik pada jamaah akan memberikan kepuasan para jamaahnya yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas jamaah pada pengelola (*travel*) yang bersangkutan. Bila pelayanan atas jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan atau jasa dipersepsikan dengan baik dan memuaskan, sebaliknya bila pelayanan atau jasa yang di terima lebih rendah dari yang di harapkan, maka kualitas di persepsikan buruk. Ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada jamaah adalah memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana dan prasarana yang baik, tersedia semua produk yang di inginkan, bertanggung jawab kepada setiap jamaah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas, memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah.[9]

Biro perjalanan wisata AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umroh khusus yang berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umroh serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah haji dan umroh di Indonesia. Dalam merekrut calon jamaah haji untuk masuk ke AET Travel PT. Penjuru Wisata Negeri. Travel Haji dan Umroh ini sampai sekarang masih menggunakan metode *mouth to mouth* dari warga sekitar dan para alumni atau jamaah yang telah menggunakan jasa travel ini, juga dengan

[9]Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), Hal. 9

menyebarkan *brosur*, dan *pamflet*, serta website resmi. Pihak lembaga tidak mengharuskan admisnistrasi dibayar tunai karena ditakutkan nilai dolar naik ke dalam rupiah, kurang siapnya mental dikarenakan ada hal-hal tertentu sehingga calon jama'ah haji berubah pikiran dan pihak lembaga tidak bisa memberikan jaminan uang kembali ketangan calon jama'ah haji. Dengan bertolak dari pernyataan inilah, menarik peneliti untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang cara yang digunakan lembaga tersebut, guna mengetahui cara mensosialisasi jamaah. Sehingga setiap pemberangkatannya mengalami perkembangan secara signifikan.

Sekelumit dari banyaknya masalah yang berkaitan dengan pelaksanaan travel umroh dan haji di tanah air. Di satu sisi permintaan dari masyarakat agar ongkos travel murah, di satu sisi pihak travel juga mementingkan keuntungan pribadinya, sehingga pada akhirnya bagi travel-travel umroh yang nakal akan dengan mudah mengelabui calon pemakai jasa dari travel tersebut. Tidak semua itu diakibatkan dari ulah tidak bermoralnya pihak travel yang hanya mengejar keuntungan semata, ongkos yang pada mulanya telah diperhitungkan oleh pihak travel ternyata tiba-tiba melebihi dari fakta biaya yang harus dikeluarkan ketika pelaksanaan ibadah. Pihak hotel yang tiba-tiba menaikkan tarif hotel, biaya hal-hal pendukung yang tidak bisa dikontrol terus menerus yang membuat pihak travel akan kehilangan modal.[10] Jangankan untuk mendapatkan untung, pemilik travel harus mengeluarkan uang ekstra atas beban biaya yang tidak terduga itu. Kurangnya komunikasi

[10]Ahmad Abdul Majidi, *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umrah*, (Jakarta: Renika Cipta, 2013). Hal. 13

atau tidak terjadinya komunikasi yang baik antara pihak travel dan calon jamaah umroh, sering kali berakhir kepada kericuhan. Pihak travel mempunyai niat dan ikhtiar yang baik, tentu bisa dan harus mengkomunikasikan segala sesuatunya kepada calon jamaah. Karena ketidak transparanan informasi bisa berakibat kepada sikap mencurigai oleh jamaah kepada pihak travel.

Berdasarkan fakta di atas maka semakin banyak yang membuka travel haji dan umrah, hal ini bisa dilihat dari semakin banyak perusahaan travel haji dan umrah di berbagai daerah, baik di kota besar maupun di daerah terpencil sekalipun, hal ini membuat perusahaan tersebut saling berlomba-lomba untuk mendapatkan jamaah tentunya dengan melakukan marketing yang semakin dimodifikasi, di mana setiap perusahaan memiliki target tertentu untuk kemajuan usahanya.[11]

AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri juga melakukan inovasi dalam rangka memasarkan program umrah melalui kegiatan sosialisasi dengan masyarakat melalui kegiatan dakwah yang dilakukan oleh bidang mubarokah jaya muliah (MJM) yang dibentuk khusus untuk melakukan kegiatan dakwah berbasis *Marketing*. Di provinsi Bengkulu terdata ada 1 Travel induk dan 9 travel cabang yang tersebar di seluruh wilayah, yakni: PT Anugrah Qubah Mandiri Tour And Travel (kantor induk), PT Dua Ribu Wisata Tour And T ravel (kantor cabang), PT Margi Suci Minarfa Tour And Travel (kantor cabang), PT Al Badriyah Wisata Tour And

[11]Ahmad Abdul Majidi, *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umrah*, (Jakarta: Renika Cipta, 2013). Hal. 16

Travel (kantor cabang), PT Armindo Jaya Tur (kantor cabang), PT Patuna Mekar Jaya (kantor cabang), PT Penjuru Wisata Negeri (kantor cabang), PT Arhas Bugis Tour And Travel (kantor cabang), PT Bumi Minang Pertiwi (kantor cabang), PT Zafa Mulya Mandiri (kantor cabang).[12]

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik mengambil penelitian dengan judul "**Manajemen Strategi Sosialisasi Jamaah Umroh (Studi AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri) Area V kota Bengkulu**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana Strategi sosialisasi jamaah umroh yang dilakukan di AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V Kota Bengkulu ?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian yang penulis lakukan lebih terarah dan terperinci, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

"dalam penelitian ini peneliti hanya mempokuskan pada bentuk Strategi Sosialisasi yang di lakukan oleh AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu".

[12]Ramlan Al-Karim,. *Kepala Bidang Haji dan Umrah Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Bengkulu* (https://www.klikwarta.com/ini-10-daftar-travel-umrah-yang-berkantor-resmi-di-provinsi-bengkulu) di akses 24/02/2018).

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Sosialisasi dalam mencari Jamaah Umroh di AET Travel Indonesia PT.Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu?

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
   a. Sebagai bahan masukan bagi AET Travel Indonesia Area V Kota Bengkulu agar selalu semangat dalam menjalani dan mengajak umat Islam dalam berumroh.
   b. Menambah wawasan dan pengetahuan ilmiah dan diharapkan akan menjadi bahan sajian dan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait, tambahan referensi dan kontribusi dalam bidang ilmu manajemen strategi.
2. Kegunaan Praktis
   a. Sebagai bahan masukan bagi kita semua dalam upaya meningkatkan komunikasi yang lebih baik dan efektif untuk sekarang dan masa akan datang.
   b. Sebagai bahan masukan dalam penelitian yang lebih lanjut dimasa yang akan datang.

F. Kajian penelitian Terdahulu

Pertama, Skripsi Lia fadilah dengan judul *Strategi dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah*

Konsumen) UIN Sumatera Utara Medan 2019. Jenis penelitian ini adalah *field research/* penelitian langsung, sedangkan metode yang digunakan adalah dengan cara wawancara dan observasi langsung yang sekaligus merupakan sumber data primer. Sumber data sekunder berupa Peraturan Perundang-undangan Republik Indonesia yang berkaitan dengan Penyelenggaraan Haji dan Umroh, serta sumber-sumber pendukung lainnya. Hasil penelitian sebagai berikut: Pelayanan yang diberikan oleh travel haji dan umroh Kota Medan, merupakan pelayanan prima/pelayanan yang mengutamakan kualitas, kenyamanan, Manajemen dan Strategi.[13] Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah membahas tentang strategi dalam agen haji dan umroh. Perbedaan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu membahas tentang Strategi dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh (Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen).

Kedua, Skripsi Fildzah Salsabil Rasyiqah, *Strategi Bauran Pemasaran Umrah PT.Aila Indah Wisata* (Jurusan Manajemen Haji dan Umroh, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009). Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah membahas tentang strategi dalam agen haji dan umroh. Perbedaan penelitian terdahulu

[13]Lia fadilah, *dengan judul*: *Strategi dan Manajemen Travel Haji Dan Umroh Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen*, (UIN Sumatera Utara Medan 2019).

adalah penelitian terdahulu membahas tentang Strategi Bauran Pemasaran Umrah PT. Aila Indah Wisata. [14]

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini selanjutnya akan disusun secara sistematis penulisan sebagai berikut:

Bab I : Merupakan bab pendahuluan, Berisi tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kajian Penelitian Terdahulu, Sistematka Penulisan.

Bab II : Merupakan bab Landasan Teori, berisi tentang manajemen, (Pengertian Manajemen, Fungsi-Fungsi Manajemen, unsur-unsur manajemen), Srategi, (strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi, strategi defensif, strategi umum porter, Analisis peneliti mengenai strategi yang di gunakan oleh AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu), Sosialisasi, (sosialisasi primer, sosialisasi sekunder).

Bab III : Merupakan bab Metode Penelitian, berisi tentang Jenis Penelitian, penjelasan judul, Waktu dan tempat Penelitian, Informan penelitian, sumber data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data, Teknik Keabsahan Data.

Bab IV : Merupakan bab Hasil Penelitian dan pembahasan, berisi tentang deskripsi wilayah penelitian (Sejarah perusahaan AET Travel

[14]Fildzah Salsabil Rasyiqah, *Strategi Bauran Pemasaran Umrah PT.Aila Indah Wisata*, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009).

Indonesia PT.Penjuru Wisata Negeri), visi dan misi, prinsip kerja, sarana dan prasarana, infoeman penelitian, perkembangan perusahaan AET Travel Indonesia, struktur organisasi, pemaparan hasil penelitian (hasil dan temuan), pembahasan hasil penelitian (analisis peneliti).

Bab V : Merupakan bab penutup, berisi tentang kesimpulan berdasarkan hasil pelaksanaan penelitian, dan saran-saran dari uraian bab sebelumnya.

Daftar Pustaka, yakni referensi-referensi yang peneliti gunakan selama proses penelitian berlangsung,

Lampiran-lampiran, berisi tentang dokumen atau data yang didapat selama penelitian dilaksanakan.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Manajemen

1. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Adapun unsur-unsur manajemen yang terdiri dari 6M yaitu *man, money, mothode, machines, materials,* dan *market*. Manajemen adalah suatu cara/seni mengelola sesuatu untuk dikerjakan oleh orang lain. Untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien yang bersifat masif, kompleks dan bernilai tinggi, tentulah sangat dibutuhkan manajemen. Sumber daya manusia merupakan kekayaan (asset) organisasi yang harus didayagunakan secara optimal sehingga diperlukannya suatu manajemen untuk mengatur sumber daya manusia sedemikian rupa guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sejak awal. [15]

Definisi manajemen adalah ilmu dan seni untuk mengatur dalam proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Manajemen adalah suatu proses dimana kelompok secara kerjasama mengerahkan tindakan atau kerjanya untuk mencapai tujuan bersama. Proses tersebut mencakup teknik-teknik yang digunakan oleh para manajer untuk

[15]Murdifin Haming, dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), Hal. 3

mengkoordinasikan kegiatan atau aktifitas orang lain menuju tercapainya tujuan bersama.[16]

Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk menentukan serta mencapai tujuan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. [17]

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu ilmu, seni dan proses kegiatan yang dilakukan dalam upaya mencapai tujuan bersama dengan mengelola sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara optimal melalui kerjasama antar anggota organisasi. Dalam suatu organisasi diperlukan manajemen untuk mengatur proses penyelenggaraan organisasi hingga tercapainya tujuan dari organisasi tersebut. Pada instansi pemerintah khususnya menyangkut soal pelayanan publik, diperlukan manajemen yang efektif dan efisien dalam proses penyelenggaraan pelayanan agar tercapainya tujuan dari pelayanan itu sendiri yakni kepuasan masyarakat.[18] Manajemen dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, diartikan proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.[19]

Dalam istilah manajemen terdapat tiga pandangan yang berbeda, pertama: Mengartikan administrasi lebih luas dari pada manajemen

---

[16] Herman Sofyandi dan Garniwa Iwa. *Perilaku Organisasional,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014). Hal.120

[17]Wibowo, *Perilaku dalam organisasai ke-2,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), Hal. 190

[18]Imam Syaukani, *Manajemen Pelayanan Haji di Indonesia*, (Jakarta; CV. PRASASTI, 2009). Hal. 10.

[19] Ibnu Syamsi, *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen,* (Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya. 2014) . Hal. 173

(manajemen merupakan inti dari administrasi), kedua: melihat manajemen lebih luas dari administrasi dan ketiga: pandangan yang beranggapan bahwa manajemen identik dengan administrasi. Makna manajemen sering diartikan sebagai ilmu, kiat dan professional. Manajemen diartikan sebagai ilmu karena merupakan suatu bidang ilmu pengetahuan yang secara sistematik berusaha memahami mengapa dan bagaimana orang bekerja. Secara etimologi, kata manajemen berasal dari bahasa Inggris *management* yang berarti ketatal aksanaan, tata pimpinan, dan pengelolaan. Artinya, manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan.[20]

Secara istilah, manajemen adalah pengorganisasian dan pengawasan terhadap masalah-masalah suatu bisnis dan atau sektor tertentu dari suatu bisnis. Arti umum ini kemudian berkembang untuk pengelolaan segi-segi lain dari lembagalembaga sosial masyarakat termasuk lembaga-lembaga keagamaaan. Proses manajemen didefinisikan dalam empat fungsi spesifik dari manajer, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan. Dari keempat fungsi tersebut manajemen dapat dikatakan sebagai suatu proses membuat perencanaan, mengorganisasikan, memimpin, mengendalikan berbagai usaha dari anggota organisasi dan menggunakan semua sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran.[21]

Sedangkan manajemen diartikan sebagai profesi karena manajemen dilandasi oleh keahlian khusus untuk mencapai suatu prestasi manajer, dan

[20] Awaludin Pimay, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013). Hal. 1.
[21] Awaludin Pimay, *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2013). Hal. 5.

para professional dituntut oleh suatu kode etik. Untuk memahami istilah manajemen, pendekatan yang digunakan adalah berdasarkan pengalaman manajer. Manajemen sebagai suatu sistem yang setiap komponennya menampilkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan. Dengan demikian maka manajemen merupakan suatu proses untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Pencapaian tujuan organisasi dilaksanakan dengan pengelolaan fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), pengawasan (*controlling*), penyusunan personalia atau kepegawaian (*staffing*), dan pengarahan dan kepemimpinan (*leading*).[22]

Ada bermacam-macam definisi tentang manajemen, dan tergantung dari sudut pandang, keyakinan, dan komprensip dari para pendefinisi, diantara lain: kekuatan menjalankan sebuah perusahaan dan bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalannya. Ada pula pihak lain yang berpendapat bahwa, manajemen adalah tindakan memikirkan dan mencapai hasil-hasil yang diinginkan melalui usaha-usaha kelompok yang terdiri dari tindakan mendayagunakan bakat-bakat manusia dan sumber daya manusia secara singkat orang pernah menyatakan tindakan manajemen adalah sebagai tindakan merencanakan dan mengimplementasikan.[23]

Manullang mendefinisikan manajemen sebagai Seni dan Ilmu perencanaan, pengoranisasian, penyusunan, pengarahan dan pengawasan

---

[22] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatau Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). Hal. 21

[23] Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT. Remaja Rasindo, 2002). Hal 19.

dari pada sumberdaya manusia, untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Sementara itu, pengertian manajemen menurut Gibson, Donelly & Invancevich adalah Suatu proses yang dilakukan oleh satu atau lebih individu untuk mengkoordinasikan berbagai aktivitas lain, untuk mencapai hasil-hasil yang tidak bisa dicapai apabila satu individu bertindak sendiri.[24] Dari pengertian manajemen diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu usaha mencapai tujuan tertentu dengan mendayagunakan segala sumberdaya baik manusia maupun non manusia dalam suatu organisasi.

Ada tiga alasan utama mengapa manajemen diperlukan:[25]

a. Manajemen diperlukan agar tujuan pribadi dan organisasi dapat tercapai.
b. Manajemen juga diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran, dan kegiatan, yang saling bertentangan dari pihak yang punya kepentingan dalam organisasi.
c. Manajemen dibutuhkan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas suatu kerja organisasi.

2. Fungsi-fungsi Manajemen

Dalam manajemen terdapat sejumlah fungsi-fungsi operasional. Fungsi-fungsi tersebut telah dikemukakan oleh para penulis dengan berbagai sudut pendekatan dan sudut pandang yang berbeda. Adapun fungsi-fungsi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli diantaranya

[24]Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013). Hal. 1-2

[25]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatau Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). Hal. 21

ialah "*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling". Planning, Organizing, Motivating,* dan *Controlling".* Selain itu menurut Louis A. Allen ialah "*Leading, Planning, Organizing, Controlling".* Dan menurut MC. Namara ialah "*Planning, Programming, Budgeting,* dan *System*.[26]

Fungsi-fungsi manajemen dalam perusahaan antara lain ialah:

a. Perencanaan (*Plainning*)

Perencanaan adalah proses penyusunan dan penetapan tujuan dan bagaimana menempuhnya atau proses identifikasi kemana anda akan menuju dan bagaimana cara anda menempuh tujuan tersebut. Tujuan (objective) adalah hasil-hasil spesifik yang seorang akan capai. Selain "*objective*" istilah lain yang bisa dipakai adalah "*goal*". Selain itu, perencanaan merupakan tindakan memilih dan menetapkan segala aktivitas dan sumber daya yang akan dilaksanakan dan digunakan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan tertentu.[27]

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah memilih tugas-tugas apa saja yang harus dikerjakan, siapa yang mengerjakannya, bagaimana tugas-tugas tersebut dikelompokkan, siapa yang melapor kepada siapa, dan kapan serta di mana putusan-putusan harus dibuat. Pengorganisasian berarti bagaimana seorang manajer mengoordinasikan sumber daya manusia serta bahan yang dimiliki organisasi bersangkutan agar pekerjaan rapi dan lancar.

---

[26] Wayne Mondy. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Terjemahan oleh Bayu Airlangga. (Jakarta: Erlangga, 2014). Hal. 89

[27] Azhar Arsyad, *Pokok-Pokok Manajemen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003). Hal. 36.

Jelasnya makin terpadu dan terkoordinasi tugas-tugas sebuah organisasi, akan semakin efektiflah organisasi itu.[28]

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanana merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa, hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Actuating juga dimaknai sebagai upaya untuk membuat semua anggota organisasi agar mau bekerja sama untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian yang telah ditetapkan.[29]

d. Pengawasan dan Pengendalian (*Controlling*)

Merupakan suatu aktivitas menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dibuat perubahan atau perbaikan jika diperlukan. Pengendalian berarti bahwa manajer berusaha untuk menjamin bahwa organisasi bergerak kearah tujuannya. Apabila ada bagian tertentu dan organisasi itu berada pada jalan yang salah atau terjadi penyimpangan, maka manajer berusaha menemukan penyebabnya kemudian memperbaiki atau meluruskan kejalan yang benar.[30]

e. Penyusunan (*Staffing*)

Seperti fungsi-fungsi manajemen lainnya, staffing juga merupakan fungsi yang tidak kalah pentingnya. Tetapi agak berbeda dengan fungsi lainnya, penekanan dari fungsi ini lebih difokuskan pada sumber daya

---

[28]Azhar Arsyad, *Pokok-Pokok Manajemen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003). Hal. 37-39.

[29] Ibnu Syamsi , *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen*, (Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya, 2014). Hal. 99.

[30]Usman Effendi, *Asas Manajemen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014). Hal. 20.

yang akan melakukan kegiatan-kegiatan yang telah direncanakan dan diorganisasikan secara jelas pada fungsi perencanaan dan pengorganisasian. Aktifitas yang dilakukan dalam fungsi ini, antara lain menentukan, memilih, mengangkat, membina, membimbing sumber daya manusia dengan menggunakan berbagai pendekatan.[31]

f. Pengarahan (*Directing*)

Pengarahan adalah penjelasan, petunjuk, serta pertimbangan dan bimbingan terhadap para petugas yang terlibat, baik secara struktural maupun fungsional agar pelaksanaan tugas dapat berjalan dengan lancar. Proses pengarahan diberikan kepada staff yang telah diangkat dan dipercayakan melaksanakan tugas dibidangnya masing-masing agar tidak menyimpang dari garis program yang telah ditentukan.

g. Koordinasi (*Coordinating*)

Koordinasi adalah mengimbangi dan menggerakkan tim dengan memberikan lokasi kegiatan pekerjaan yang cocok dengan masing-masing dan menjaga agar kegiatan itu dilaksanakan dengan keselarasan yang semestinya diantara para anggota itu sendiri. Koordinasi itu mengajak semua sumber daya manusia yang tersedia untuk bekerjasama menuju ke satu arah yang telah ditentukan.

h. Pelaporan (*Reporting*)

Pelaporan dimaksudkan sebagai fungsi yang berkaitan dengan pemberian informasi kepada manajer, sehingga yang bersangkutan dapat

[31] Ibnu Syamsi, *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen*, (Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya, 2014). Hal. 27.

mengikuti perkembangan dan kemajuan kerja. Jalur pelaporan dapat bersifat vertikal, tetapi dapat juga bersifat horizontal. Pentingnya pelaporan terlihat dalam kaitannya dengan konsep sistem informasi manajemen, yang merupakan hal penting dalam pembuatan keputusan oleh manajer. Fungsi ini umumnya lebih banyak ditangani oleh bagian ketatausahaan. Hasil catatan ini akan digunakan oleh manajer untuk membuat laporan tentang apa telah, sedang dan akan dilakukan dalam upaya pencapaian tujuan. Fungsi recording dan reporting ini akan berhasil jika tata kearsipan dikelola secara efektif dan efisien.[32]

i. Pembuatan Anggaran (*Budgeting*)

Penganggaran adalah fungsi yang berkenaan dengan pengendalian organisasi melalui perencanaan fiskal dan akuntansi. Sesuatu anggaran, baik itu APBN maupun APBD, menunjukkan dua hal: pertama sebagai satu pernyataan fiskal dan kedua sebagai suatu mekanisme.[33]

3. Unsur-Unsur Manajemen

Manajemen memiliki unsur-unsur yang saling terkait satu sama lain, yaitu:[34]

a. Manusia (*Man*)

Manusia merupakan sarana penting dan utama dalam setiap manajemen untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Berbagai kegiatan

---

[32] Siagian Sondang , *Fungsi-Fungsi Manajerial*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2004). Hal. 35.

[33]Rahmawati, *Penyelenggaraan Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta. 2006). Hal. 87.

[34]Azhar Arsyad, *Pokok-Pokok Manajemen*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003). Hal. 36.

seperti yang terdapat dalam fungsi manajemen memerlukan adanya sumber daya manusia untuk menjalankannya.

b. Uang (*Money*)

Uang selalu dibutuhkan dalam perusahaan, mulai dari pendirian perusahaan, proses produksi, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, uang sebagai sarana manajemen harus digunakan sedemikian rupa agar tujuan yang diinginkan tercapai. Kelancaran atau ketidaklancaran proses manajemen sedikit banyak dipengaruhi oleh pengelolaan keuangan.

c. Metode (*Methode*)

Metode sangat penting agar kegiatan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Manusia dihadapkan pada berbagai alternatif metode cara dalam menjalankan pekerjaan sehingga cara yang dilakukannya dapat menjadi sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.

d. Bahan-bahan atau perlengkapan (*Material*)

Bahan-bahan/perlengkapan dianggap sebagai alat atau sarana manajemen, karena dalam proses pelaksanaan kegiatan, manusia menggunakan bahan-bahan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

e. Mesin-mesin (*Machines*)

Mesin memegang peranan penting dalam proses produksi setelah terjadinya revolusi industri. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, menyebabkan penggunaan mesin semakin menonjol. Hal ini karena banyaknya mesinmesin baru yang ditemukan oleh para ahli sehingga memungkinkan peningkatan dalam produksi.

f. Pasar (*Market*)

Pasar merupakan tempat kita memasarkan produk yang telah diproduksi. Pasar sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan. Pasar tersebut berupa masyarakat (pelanggan) itu sendiri. Tanpa adanya pasar suatu perusahaan akan mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan manajemen pasar (pemasaran) yang baik, agar distribusi produk dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang diharapkan.

g. Informasi (*Information*)

Informasi sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan, baik informasi apa yang sedang populer, disukai, dan terjadi di masyarakat. Adanya informasi tersebut dapat membantu perusahaan dalam menganalisis produk yang akan dan telah dipasarkan.

B. Strategi

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh. Strategi diformulasikan dengan baik akan membantu penyusunan dan pengalokasian

sumber daya yang dimiliki perusahaan menjadi suatu bentuk yang unik dan dapat bertahan.[35]

Strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.[36] Strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Jadi apabila disimpulkan dari beberapa definisi di atas maka strategi perusahaan adalah gabungan dari kegiatan yang direncanakan dan reaksi untuk mengantisipasi persaingan dan perkembangan yang tidak terduga. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik.

---

[35]Stephanie Marrus, *Building The Strategic Plan: Find Analyze, And Present The Right Information*(USA: Wiley, 2012). Hal. 109

[36] Siagian Sondang, *Manajemen Strategik,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004). Hal. 320

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu:

a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya
d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
e. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.[37]

Banyak organisasi menjalankan dua strategi atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Diperusahaan besar, yang menggunaka strategi kombinasi biasanya digunakan ketika divisi-divisi yang berlainan menjalankan strategi yang berbeda.

[37]Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen* (Jakarta: Bayu media Publishing, 2015). Hal. 90.

Jenis-jenis strategi sebagai berikut: [38]

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi yang dilakukan perusahaan agar dapat mendapatkan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para pesaing baik melalui merger, akuisisi, atau membuat perusahaan sendiri. Strategi ini memiliki tiga bagian yaitu integrasi kedepan, integrasi kebelakang, dan integrasi horizontal.

1) Integrasi ke Depan (Forward Integration)

Strategi integrasi kedepan adalah strategi yang dijalankan dengan meraih kendali atas jalur distribusi, mulai dari distributor hingga retaile, wujud dari kendali atas jalur distribusi adalah mendirikan sendiri jalur distribusi.

2) Integrasi kebelakang (Backward Integrationl)

Strategi kebelakang adalah strategi yang digunakan dengan memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali atas perusahaan pemasok.

3) Integrasi Horizontal (Horizontal Integration)

Strategi integrasi horizontal adalah strategi yang digunakan untuk memperoleh peningkatan kendali atas perusahaan pesaing.

b. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah strategi yang berkaitan dengan pengembangan produk dan penetrasi pasar karena memerlukan usaha-

[38]Bambang Hariadi. *Strategi Manajemen* (Jakarta: Bayu media Publishing, 2015). Hal. 93.

usaha yang terus menerus dalam meningkatakn penjualan peoduk dengan persaingan perusahaan. Pengembangan produk adalah proses untuk menghasilkan ide dan konsep baru untuk menciptakan produk baru atau memodifikasi produk yang ada. Sedangkan penetrasi pasar adalah proses meningkatkan penjualan produk yang ada di pasar yang ada.[39]

c. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi ini merupakan bagaimana sebuah perusahaan melakukan pembagian produknya, apakah dengan produk/usaha yang berkaitan/berhubungan atau sama sekali berbeda. Strategi diversifikasi ini dibedakan kedalam dua bagian, diantaranya konsentris dan konglomerasi, Strategi diversifikasi konsentris ini merupakan strategi untuk menambahkan produk baru yang masih terdapat hubungannya dalam hal kesamaan teknologi, fasilitas bersama, atau juga jaringan pemasaran yang sama dengan produk yang ada sekarang ini. Sedangkan strategi diversifikasi konglomerasi ini merupakan strategi untuk menambahkan produk baru yang dipasarkan pada pasar baru yang tidak berhubungan atau berkaitan dengan yang ada sekarang ini.[40]

d. Strategi Defensif

Dalam kondisi tertentu perusahaan akan lebih memilih strategi defensive yang akan mempertahankan posisi yang ada saat ini atau karena kondisi yang terbatas maka perusahaan paling tidak harus survive.

---

[39]Fandy Tciptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. ANDY OFFSET, 2008). Hal. 39

[40]Francois Vellas & Lionel Becherel, *Pemasaran Pariwisata Internasional, Sebuah Pendekatan Strategis*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia anggota IKAPI DKI : 2008). Hal. 98

Strategi defensive juga memiliki tiga bagian yaitu strategi penghematan, strategi divestasi dan strategi likuidasi.[41]

Strategi penghematan terjadi ketika perusahaan melakukan regrouping melalui pengurangan biaya dan asset, untuk mengatasi penurunan penjualan. Langkah awal dalam pelaksanaan strategi penghematan ini adalah menonaktifkan beberapa asset yang tidak produktif, jika ini tidak berhasil, maka menonaktifkan asset yang produktif dengan syarat perusahaan mengalami penurunan penjualan. Wujud nyata dari strategi ini juga berupa, pemangkasan lini produk, penutupan unit bisnis, penutupan pabrik, pengurangan karyawan, dan system pengendalian biaya yang ketat.

Strategi divestasi adalah menjual suatu divisi atau bagian dari organisasi. Divestasi sering digunakan untuk meningkatkan modal yang selanjutnya akan digunakan untuk akuisisi atau investasi strategis lebih lanjut. Startegi divestasi dapat juga menjadi bagian dari keseluruhan dari strategi penghematan untuk memangkas bisnis yang tidak profitable, untuk membebani dan memerlukan modal cukup banyak, dan yang tidak sejalan dengan misi dan aktivitas perusahaan.

Strategi likuidasi merupakan penjualan semua aset sebuah perusahaan secara bertahap sesuai nilai nyata aset tersebut. Likuidasi merupakan pengakuan kekalahan dan akibatnya bisa merupakan strategi yang secara emosional sulit dilakukan. Namun, barangkali lebih baik

[41] Siagian Sondang, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004). Hal. 328.

berhenti beroperasi dari pada terus menderita kerugian dalam jumlah besar. Strategi ini merupakan langkah trakhir dalam sebuah perusahaan.

e. Strategi Umum Porter

Menurut Porter, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus.

Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya perunit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Sedangkan diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Sedangkan fokus adalah membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.[42]

f. Analisis peneliti mengenai strategi yang di gunakan oleh AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu.

Dalam merekrut dan memamsarkan produk prusahaan kepada konsumen tidak terlepas dari penerapan fungsi manajemen strategi. Strategi adalah suatu kegiatan yang diikuti dengan membuat program-program dan mengatur berbagai rencana atau strategi untuk pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi intensif. Strategi intensif adalah

[42]David. *Manajemen Strategis* (Salemba Empat, 2016). Hal. 29.

strategi yang berkaitan dengan pengembangan produk dan penetrasi pasar karena memerlukan usaha-usaha yang serius dan terus menerus dalam meningkatakn penjualan produk antara persaingan perusahaan. Pengembangan produk adalah proses menghasilkan ide dan konsep baru untuk menciptakan produk baru atau memodifikasi produk yang ada. Sedangkan penetrasi pasar adalah proses meningkatkan penjualan produk yang ada di pasar yang ada. [43]

Hal ini sejalan dengan apa yang diterapkan di AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu, dimana agen travel ini membuat produk baru seperti menambah program haji Khusus, program paket umroh super hemat 12 hari, menambahkan rute perjalanan wisata umroh, seperti paket umroh plus mesir (4 hari 3 malam dimesir). Agen travel ini juga mensingkronkan penjualan produk yang ada atau menyesuaikan dengan tempat dan waktu dengan masyarakat islam yang semangat agamanya rendah, sehingga penjualan produk yang ada menjadi maksimal. maka strategi yang digunakan oleh AET Travel ini memenuhi syarat dalam strategi intensif.

C. Sosialisasi

Sosialisasi mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural lingkungan sosial dari masyarakat yang bersangkutan, interaksi sosial dan tingkah laku sosial. Berdasarkan hal tersebut, sosialisasi merupakan mata rantai paling penting di antara sistem-sistem sosial lainnya, karena dalam

[43]Fandy Tciptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. ANDY OFFSET, 2008). Hal 55.

sosialisasi adanya keterlibatan individu-individu sampai dengan kelompok-kelompok dalam satu sistem untuk berpartisipasi. Sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompok-kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain".[44]

Sosialisasi merupakan proses belajar, pada dasarnya sifat manusia adalah tidak akan pernah puas untuk belajar sesuatu hal yang belum diketahuinya, seperti belajar norma-norma untuk dapat beradaptasi dengan lingkungan sosialnya. Sosialisasi merupakan proses dengan mana seseorang belajar menjadi anggota masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas terdapat persamaan mengenai sosialisasi, terletak pada objek dari sosialisasi yaitu masyarakat yang dilihat dari sudut hubungan antara manusia, dan proses yang timbul dari hubungan manusia di dalam masyarakat. Jadi, dalam sosialisasi terdapat interaksi antara manusia sebagai anggota kelompok. Timbulnya kelompok-kelompok dalam masyarakat ialah karena kedua sifat dari manusia yang bertentangan satu sama lain, disitu pihak ingin bekerjasama, di pihak lain cenderung untuk bersaing dengan sesama manusia untuk dapat berkuasa. Kekuasaan merupakan kajian dan konsep dari politik mengenai hubungan sosialisasi.

Sosialisasi merupakan suatu proses bagaimana memperkenalkan sebuah sistem pada seseorang dan bagaimana orang tersebut menentukan

[44]Sutaryo, *Dasar-Dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004). Hal.156.

tanggapan serta reaksinya. Sosialisasi ditentukan oleh lingkungan sosial, ekonomi dan kebudayaan dimana individu berada, selain itu juga ditentukan oleh interaksi pengalaman-pengalaman serta kepribadiannya.[45]

Sosialisasi apabila dikaitkan dengan prosesnya, Terdapat 2 jenis sosialisasi yaitu:

a. Sosialisasi primer, sosialisasi pertama yang dijalani individu semasa kecil dengan belajar menjadi anggota masyarakat (keluarga). Sosialisasi ini berlangsung pada saat kanak-kanak.
b. Sosialisasi sekunder, adalah suatu proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisai primer yang memperkenalkan individu kedalam kelompok tertentu dalam masyarakat.

Kedua proses tersebut berlangsung dalam institusi total, yaitu tempat tinggal dan tempat kerja. Dalam keduanya institusi tersebut, terdapat sejumlah individu dalam situasi yang sama, terpisah dari masyarakat luas dan jangka waktu tertentu, bersama-sama menjalani proses kehidupan dan diatur secara formal. Sosialisasi merupakan system dalam kehidupan masyarakat yang sangat penting. Berdasarkan hal tersebut sosialisasi memberikan dua kontribusi fundamental bagi kehidupan masyarakat yaitu:

1) Memberikan dasar atau kondisi kepada individu bagi terciptanya partisipasi yang efektif dalam masyarakat.

[45]Sutaryo, *Dasar-Dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004). Hal. 230.

2) Memungkinkan lestarinya suatu masyarakat karena tanpa sosialisasi akan hanya ada satu generasi saja hingga kelestarian masyarakat akan sangat terganggu. [46]

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa melalui sosialisasi masyarakat dapat berpartisipasi untuk kepentingan hidupnya dan menciptakan generasi untuk kelestarian kehidupan selanjutnya. Selain itu, dapat faktor lain yang menunjang proses sosialisasi yaitu faktor lingkungan, dimana didalamnya interaksi sosial. Selain factor lingkungan terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi sosialisasi, diantaranya adalah:

a) Apa yang disosialisasikan, merupakan bentuk informasi yang akan diberikan kepada masyarakat berupa nilai-nilai, norma-norma dan peran.
b) Bagaimana cara mensosialisasikan, melibatkan proses pembelajaran.
c) Siapa yang mensosialisasikan, institusi, media massa,individu dan kelompok.

Agen sosialisasi merupakan peran utama dalam keberhasilan proses sosialisasi untuk menyebarkan atau menanamkan nilai-nilai dan norma-norma yang terletak dalam materi sosialisasi. Keberhasilan terdapat ditentukan oleh mekanisme yang terencana dan digambarkan dalam pola proses sosialisasi yang baik. Apabila proses-proses tersebut dapat tersusun maka penyebaran informasi mengenai materi sosialisasi dapat dengan tepat disampaikan kesasaran sosialisasi.

[46]Sudarsono, *Pengantar Sosialisasi*, (wikipediaindonesia.melaluihttp://id.wikipedia.org wiki/ sosialisasi di akses 10/1/2019).

Agen sosialisasi adalah pihak-pihak yang melaksanakan atau melakukan sosialisasi. Terdapat empat agen sosialisasi yang utama, yaitu keluarga, kelompok bermain, media massa dan lembaga pendidikan sekolah. Akan tetapi media dalam proses sosialisasi merupakan sarana tambahan, hal tersebut sejalan dengan pendapat Lane bahwa dasar sosialisasi dalam keluarga dan peran media massa hanyalah bersifat tambahan.

Pesan-pesan yang disampaikan agen sosialisasi bernilai dan tidak samanya sejalan satu sama lain, contohnya apa yang diajarkan keluarga mungkin saja berbeda dan dapat tertentangan dengan apa yang diajarkan oleh agen sosialisasi yang lain, tetapi yang menerima pesan dapat dengan leluasa mempelajarinya dari teman-teman sebaya dan media massa.

Materi sosialisasi merupakan isi yang akan disampaikan kepada sasaran sosialisasi. Pada dasarnya, materi sosialisasi harus mengandung nilai-nilai dan norma-norma. Adapun pengertian dari nilai dan norma adalah nilai adalah prinsip-prinsip etika yang dipegang kuat oleh individu atau kelompok sehingga mengikatnya dan sangat berpengaruh pada perilaku yang harus dipatuhi oleh setiap anggota suatu unit sosial sehingga ada sangsi negative dan positif. Selain kedua unsur tersebut, dalam materi sosialisasi harus mengandung peran. Peran adalah seperangkat harapan atau tuntukan kepada seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu karena orang tersebut menduduki suatu setatus sosial tertentu, jadi peran materi sosialisasi harus mengandung peran materi sosialisasi harus mengandung peran yang berupa pengetahuan. Pengetahuan secara mendasar sifatnya adalah faktual (walaupun

tidak esklusif), pengetahuan dapat mendahului pembentukan nilai-nilai dan sikap-sikap begitupun sebaliknya.

Pengetahuan digunakan untuk mendukung suatu nilai khusus atau suatu sikap setelah nilai dan sikap terbentuk, selain itu pengetahuan dipengaruhi oleh nilai-nilai dan sikap-sikap. Sikap-sikap berkaitan dengan nilai-nilai dalam makna kepercayaan individu dapat bermainkan peranan yang penting dalam menentukan reaksi terhadap rangsangan khusus dan terhadap pembentukan sikap-sikap ataupun pendapat-pendapat khusus, akan tetapi sikap-sikap dapat mendahului nilai-nilai khususnya yang berlangsung pada dasar sosialisasi.[47]

Subyek atau sasaran sosialisasi adalah masyarakat agen sosialisasi mempunyai tujuan untuk menanamkan nilai-nilai dan norma-norma yang terdapat dalam materi sosialisasi kepada masyarakat. Agen sosialisasi akan memobilisasi masyarakat untuk mendukung program yang dapat pada materi sosialisasi dengan tujuan untuk memujudkan cita-cita bersama.

[47]Susanto, *Sosialisasi Pelayanan*, (Malang: Universitas Kejuruan, 2002). Hal.163

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lexy Moloeng mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Lebih lanjut Moleong mengemukakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.[48]

Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Pengambilan sampel atau sumber data pada penelitian ini dilakukan secara purposive dan untuk ukuran sampel tersebut ditentukan secara *snowball*, taknik pengumpulan dengan *triangulasi* (gabungan), analisa data bersifat kualitatif dan hasil penelitian menekankan makna generalisasi. Hasil dari penelitian ini hanya mendeskripsikan atau mengkonstruksikan wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pemahaman tentang Manajemen strategi sosialisai jamaah umroh AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu.[49]

---

[48] Lexy Moleong, *Metode penelitian Kualitatif,* (Bandung: Remaja Rosdakarya 2006), Hal 1-2.

[49]Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Bandung, Alfabeta. 2011). Hal. 5-6.

B. Penjelasan Judul

1. Manajemen adalah suatu proses dimana kelompok secara kerjasama mengerahkan tindakan atau kerjanya untuk mencapai tujuan bersama.[50]
2. Strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh.[51]
3. Sosialisasi adalah proses ketika individu mendapatkan kebudayaan kelompoknya dan menginternalisasikan sampai tingkat tertentu norma-norma sosialnya, sehingga membimbing orang tersebut untuk memperhitungkan harapan-harapan orang lain.[52]

Sesuai penjelasan diatas maka penjelasan judul adalah suatu proses kerjasama dalam organisasi untuk mewujudkan suatu tujuan utama, sehingga timbulnya norma-norma social.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian terutama dalam menangkap fenomena atau peristiwa yang sebenarnya terjadi dari objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan data-data penelitian yang akurat. dalam penentuan lokasi penelitian, menentukan cara terbaik untuk ditempuh dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dan mencari kesesuaian dengan kenyataan yang ada dilapangan. Sementara itu keterbatasan geografi dan praktis seperti waktu, biaya, tenaga perlu juga

---

[50] Murdifin Haming, dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern,* (Jakarta: PT. Bumi Aksara). Hal. 3.

[51] Siagian Sondang, *Manajemen Strategik*.(Jakarta : Rajawali Press, 2004), Hal. 320

[52] Sutaryo, *Dasar-Dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004). Hal.156.

dijadikan pertimbangan dalam penentuan lokasi penelitian, lokasi yang diambil dalam penelitian ini ditentukan dengan sengaja (*purposive*), yang dilakukan di kantor AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V Kota Bengkulu, yang terletak di Jl. Mayjen Sutoyo No.30a, jembatan. Kecil, Kec. Singaran Pati kota Bengkulu, Kode Pos 38224. Dengan berbagai pertimbangan dan alasan antara lain penelitisn ini telah berjalan dari bulan desember sampai dengan selesai.[53]

D. Informan Penelitian.

Informan penelitian merupakan subjek yang memberikan informasi tentang fenomena dan situasi sosial yang berlangsung dilapangan.[54]Artinya informan ini adalah orang yang dimintai keterangan berdasarkan realita atau keadaan yang sebenarnya mengenai objek yang akan diteliti.

Pemilihan informan diambil dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode/cara pengambilan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Sampel yang dipilih berdasarkan pada ciri-ciri yang dimiliki subjek tersebut sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan.[55]

Berikut kriteria yang menjadi pertimbangan peneliti dalam menentukan informan yaitu :

---

[53]Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif.* (Bandung, Alfabeta. 2011). Hal. 5-6.

[54]Iskandar, *Metode Penelitian Dan Pendidikan Sosial "Kuantitatif dan Kualitatif*", (Jakarta: Gaung Persada Press, 2008). Hal. 215.

[55]Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012). Hal. 106.

1. Manajer dan karyawan AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V Kota Bengkulu.
2. Bersedia menjadi informan dalam penelitian.
3. Mampu memberikan data ataupun informasi yang dibutuhkan peneliti.
4. Informan yang menyediakan waktu kosongnya untuk memberikan data-data informasi yang akan dibutuhkan.

E. Sumber Data

1. Data primer, adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun melalui wawancara dengan pihak informan.[56] Metode pengambilan data primer dilakukan dengan cara pengamatan dan wawancara langsung terhadap menejer dan karyawan yang berkaitan dengan AET Travel Indonesia PT. penjuru wisata Negeri Area V kota Bengkulu.
2. Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen atau literatur-literatur dari internet, surat kabar, jurnal dan foto-foto dokumentasi. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil sebagian atau seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.[57]

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan

[56]Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif.* (Bandung, Alfabeta. 2011). Hal. 9

[57]Joko Subagiyo, *Metode penelitian dalam teori dan praktek.* (Jakarta, PT, Rineka cipta, 2011). Hal, 87.

data. Menurut Sugiyono, bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, angket dan dokumentasi.[58] Namun dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melalui tiga metode, yaitu:

1. Observasi

   Observasi bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian, sehingga peneliti dapat memahami kondisi yang sebenarnya. Pengamatan bersifat non-partisipatif, yaitu peneliti berada diluar sistem yang diamati.[59]

2. Wawancara

   Sugiyono mendefinisikan wawancara sebagai pertemuan dua orang atau lebih untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topic tersebut. Dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang informan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi. Dalam melakukan wawancara, peneliti menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk diajukan, dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan, oleh karena itu jenis-jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti termasuk kedalam jenis wawancara terstruktur.[60]

---

[58]Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2011) Hal. 137.

[59]Haris Herdiansyah. *Metode Penelitian Kualitatif.* (Jakarta, Salemba Humanika. 2012). Hal. 87

[60]Joko Subagiyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek, (*Jakarta: PT. Renika Cipta, 2011). Hal, 88.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang.[61] Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel kalau didukung oleh dokumen-dokumen yang bersangkutan.

G. Teknik Analisis Data

Pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif yang dilakukan untuk mengidentifikasi pemahaman Manajemen strategi sosialisasi jamaah umroh studi AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu, Penelitian deskriptif adalah penelitian yang didasarkan data deskriptif dari status, keadaan, sikap, hubungan atau sistem pemikiran suatu masalah yang menjadi objek penelitian. Setelah mendapatkan data-data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data yang terkumpul dengan menganalisis data, mendeskripsikan data, serta mengambil kesimpulan.[62]

Untuk menganalisis data ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, karena data-data yang diperoleh merupakan kumpulan keterangan-keterangan. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.[63]

---

[61]Ronni Hanitijo Suemetro, *Metode Penelitian Hukum, (*Jakarta, Ghalian Indonesia. 2014). Hal, 62.

[62] Lexy Moleong, *Metode penelitian Kualitatif* , (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006). Hal. 248.

[63]Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2006). .Hal, 178.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban dari informan. Apabila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga datanya sudah tidak jenuh. Aktivitas dalam menganalisis data kualitatif yaitu antara lain:

a. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Reduksi data diartikan sebagai peroses pemilihan, pemisahan, perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Laporan atau data yang diperoleh dilapangan akan dituangkan dalam bentuk uraian yang lengkap dan terperinci. data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya akan cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta dicari tema dan polanya.

Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutya. Data yang diperoleh dari lokasi penelitian dituangkan dalam uraian laporan lengkap dan terperinci.Laporan lapangan direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal pokok, difokuskan pada hal-hal penting kemudian dicari tema atau polanya.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah peneliti dalam melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Penyajian data dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil wawancara yang dituangkan dalam bentuk uraian dengan teks naratif, dan didukung oleh dokumen-dokumen, serta foto-foto maupun gambar sejenisnya untuk diadakanya suatu kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan (*Concluting Drawing*).

Penarikan Kesimpulan yaitu melakukan verifikasi secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung, yaitu selama proses pengumpulan data. Peneliti berusaha untuk menganalisis dan mencari pola, tema, hubungan persamaan, hal-hal yang sering timbul, hipotesis dan sebagainya yang dituangkan dalam kesimpulan yang tentatif. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan dilakukan dengan pengambilan intisari dari rangkaian kategori hasil penelitian berdasarkan observasi dan wawancara.[64]

[64]Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung Rosadakarya, 2006). Hal, 183.

H. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahan (validitas) atas kehandalan (reabilitas). Derajat kepercayaan atau kebenaran suatu penilaian akan ditentukan oleh standar apa yang digunakan. Menurut Moleong terdapat beberapa kriteria yang digunakan untuk memeriksa keabsahan data, antara lain, Penarikan Kesimpulan (*Verification*), Penyajian Data (Data Display), Reduksi Data (*Reduction Data*), Pengumpulan Data.[65]

1. Derajat Kepercayaan (*Credibility*)

   Penerapan derajat kepercayaan pada dasarnya menggantikan konsep validitas internal dan nonkualitatif. Fungsi derajat kepercayaan yaitu, Pertama penemuannya dapat dicapai, Kedua, mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan yang sedang diteliti. Kriteria derajat kepercayaan diperiksa dengan beberapa teknik pemeriksaan, yaitu:

2. Triangulasi

   Triangulasi berupaya untuk mengecek kebenaran data dan membandingkan dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai *fase* penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan dengan metode yang berlainan. Adapun triangulasi yang dilakukan dengan tiga macam teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber

[65]Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif.*(Bandung : Alfabeta, 2011). Hal. 130.

data, metode, dan teori. Untuk itu, maka peneliti dapat melakukan dengan cara:

a. Mengajukan berbagai variasi pertanyaan.
b. Membandingkan data hasil pengamatan (observasi) dengan wawancara.
c. Mengeceknya dengan berbagai sumber data.
d. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan data dapat dilakukan.

Berdasarkan hasil triangulasi tersebut, maka akan sampai pada salah satu kemungkinan yaitu apakah data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan. Selanjutnya mengungkapkan gambaran yang lebih memadai mengenai gejala yang diteliti.

3. Kecukupan Referensial

Mengumpulkan berbagai bahan-bahan, catatan-catatan, atau rekaman-rekaman yang dapat digunakan sebagai referensi dan patokan untuk menguji sewaktu diadakan analisis dan penafsiran data.

a. Keteralihan (*Transferability*)

Keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada pengamatan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut, seorang peneliti perlu mencari dan mengumpulkan data kejadian dalam konteks yang sama.

b. Kebergantungan (*Dependability*)

Kebergantungan merupakan subtitusi reabilitas dalam penelitian non-kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, uji kebergantungan dilakukann dengan melakukan pemeriksaan terhadap keseluruhan proses penelitian. Sering terjadi, peneliti tidak melakukan proses penelitian ke lapangan, tetapi dapat memberikan data. peneliti seperti ini perlu diuji dependability-nya.

Proses penelitiannya tidak dilakukan tetapi datanya ada, makapenelitian tersebut tidak *dependable*. Untuk mengetahui dan memastikan apakah hasil penelitian ini benar atau salah, peneliti selalu mendiskusikannya dengan pembimbing secara bertahap mengenai data-datayang didapat dilapangan mulai dari proses penelitian sampai pada taraf kebenaran data yang didapat.

c. Kepastian (*Confimability*)

Dalam penelitian kualitatif, uji kepastian mirip dengan uji kebergantungan, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Menguji kepastian berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan dalam penelitian, jangan sampai proses tidak ada tetapi hasilnya ada.[66]

[66]Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabaeta, 2011), Hal, 155.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Wilayah Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Seiring dengan tumbuh dan berkembangnya dunia pariwisata Indonesia, khususnya pariwisata yang ada di Provinsi Bengkulu, yang diikuti dengan tingginya keinginan berbagai kalangan untuk berwisata setiap tahunnya. Maka bulan Oktober 2010, didirikanlah Biro perjalanan wisata dengan Nama CV Andalas Education Tour (AET tour) oleh 2 sahabat, Rizki Kurniawan dan Nasution. [67]

Perusahaan ini bergerak dibidang jasa penjualan tiket penerbangan dan penyelenggaraan tour, sebagai wadah para wisatawan untuk menikmati perjalanan wisata dan tour. Usaha ini benar-benar dari nol, Rizki Kurniawan yang masih berstatus mahasiswa waktu itu dan Nasution yang baru saja wisuda, mengupulkan modal patungan yang berjumlah Rp 2.500.000,-. Dasar keinginan keduanya hanyalah kemauan untuk bisa hidup lebih layak. Walau terbilang pemula dalam usaha ini, akan tetapi 3 bulan beroperasi, AET Tour mampu meraup untung sekitar Rp. 45.000.000,-. Dengan perkembangan dan pertumbuhan yang pesat, maka pada tahun 2011 mereka mengajak Edi Kurniawan, salah seorang sahabat mereka untuk ikut bergabung membangun perusahaan ini.[68]

---

[67] AET Travel Indonesia, diakses melalui https://www.aet.co.id / *sekilas-sejarah AET Travel Indonesia* (di akses 02/02/19)

[68] AET Travel Indonesia, diakses melalui https://www.aet.co.id / *rekap-perjalanan AET Travel Indonesia* (di akses 02/02/19)

Nama perusahaanpun berubah pada November 2011 menjadi PT. Penjuru Wisata Negeri dengan branding Name AET Travel Indonesia. Setelah PT. Penjuru Wisata Negeri berdiri, kegiatan operasional dilebarkan, meliputi Biro perjalanan wisata, Agen perjalanan wisata, jasa pariwisata, jasa konvensi, penjualan paket wisata, penyediaan layanan pramuwisma, penyediaan layanan angkutan wisata, pemesanan akomodasi, penyelenggaraan ibadah agama (haji dan umroh),dan lain sebagainya. Meski tergolong baru, namun Andalas Education Tour (AET) berkomitmen menjadikan Provinsi Bengkulu sebagai destinasi wisata dunia. Salah satu caranya adalah dengan paket tour kreaktif dan inovatif dari tour bumi rafflesia. Untuk mewujudkannya, akan disediakan berbagai pilihan kepada wisatawan. Diantaranya ada paket bertemakan "green toursm", wisata budaya, olahraga, kuliner dan pemanfaatan event-event pariwisata Bengkulu seperti festival tabot, festival bumi rafflesia, festival pesisir pantai panjang dan kain batik besurek. Terhitung hingga agustus 2015 AET Travel memiliki 22 kantor cabang salah satunya di Provinsi Bengkulu dengan ratusan franchise terbesar di berbagai provisi di Indonesia.[69]

Sejak berdiri tahun 2010 PT. Penjuru Wisata Negeri – AET Travel Indonesia senantiasa berupaya menjadi inovator dalam bidang penyelenggaraan tour dan umroh. Selain itu, dengan pesatnya pertumbuhan dan perkembangan perusahaan, maka muncul pula kesadaran

[69]AET Travel Indonesia, diakses melalui https://www.aet.co.id / *rekap-perjalanan AET Travel Indonesia* (di akses 02/02/19)

untuk tidak menjadikan perusahaan hanya berorientasi profil saja tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan di lingkungan sekitar. Dan secara nyata mulailah dibentuk Corporate Social Responsibility (CSR). Program-program CSR AET Travel Indonesia-PT.Penjuru Wisata Negeri pun mulai mengalir pada bulan Maret kemare, dengan melaksanakan serangkaian kegiatan bantuan kemanusiaan dan bencana alam. Demi terwujudnya kepuasan pelanggan, AET Travel terus berusaha untuk meningkatkan inovasi dan fasilitas beragam paket umroh maupun tour.[70]

2. Visi dan Misi.[71]

   a. Visi

      Menjadi biro perjalanan wisata dan penyelenggaraan umrah yang amanah dan professional, dengan jaringan pemasaran terluas di Indonesia.

   b. Misi

      1. Memastikan dan terus meningkatkan standar pelayanan.
      2. Selalu mengedepankan inovasi dalam produk dan pemasaran.
      3. Memberikan jaminan keamanan dan kepastian keberangkatan kepada calon jamaah umrah.
      4. Menanamkan dan mengimplementasikan nilai-nilai dakwah dalam setiap aktivitas perusahaan.

[70]AET Travel Indonesia, diakses melalui https://www.aet.co.id / *rekap-perjalanan AET Travel Indonesia* (di akses 02/02/19).

[71] Kantor AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu, Hasil Observasi Peneliti Tanggal 26 Desember 2019.

3. Prinsip kerja Perusahaan

AET Travel Indonesia Area V memegang teguh prinsip kerja : Amanah, Praktis, Obyektif, Terbuka dan Kekeluargaan.[72]

4. Sarana dan Prasarana

1. Perkantoran

a. Kantor Area

Kantor Area AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri, terletak di Jl. Mayjen Sutoyo No.30a, Jemb. Kecil, Kec. Singaran Pati, Kota Bengkulu, Kode Pos 38224. Kantor Area ini digunakan sebagai tempat pelayanan pengurusan berkas-berkas calon jamaah, seperti, pendaftaran, perlengkapan berkas calon jamaah, persiapan keberangkatan jamaah, melakukan manasik bagi calon jamaah sebelum pemberangkatan ibadah umroh ke tanah suci.[73]

b. Sarana dan Prasarana Pegawai

Sarana dan prasarana pegawai terdiri dari komputer sebanyak empat buah yang digunakan untuk penginputan data, pemesanan tiket hotel dan pesawat, pendaftaran pembuatan pasport, pendaftaran vaksin biometrik dan keperluan lainya. Adapun prasarana yang

[72] Kantor AET Travel Indonesisa Area V Kota Bengkulu, Hasil Observasi peneliti tanggal 26 Desember 2019.

[73] Kantor AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu Hasil Observasi Peneliti Tanggal 26 Desember 2019.

lainya yakni tempat kerja yang nyaman, Televisi, pendingin ruangan, sofa, tempat rapat, dan dapur.[74]

5. Perkembangan Perusahaan AET Travel Indonesia dari tahun 2010-2019.[75]

Tabel 4.1

Perkembangan Perusahaan

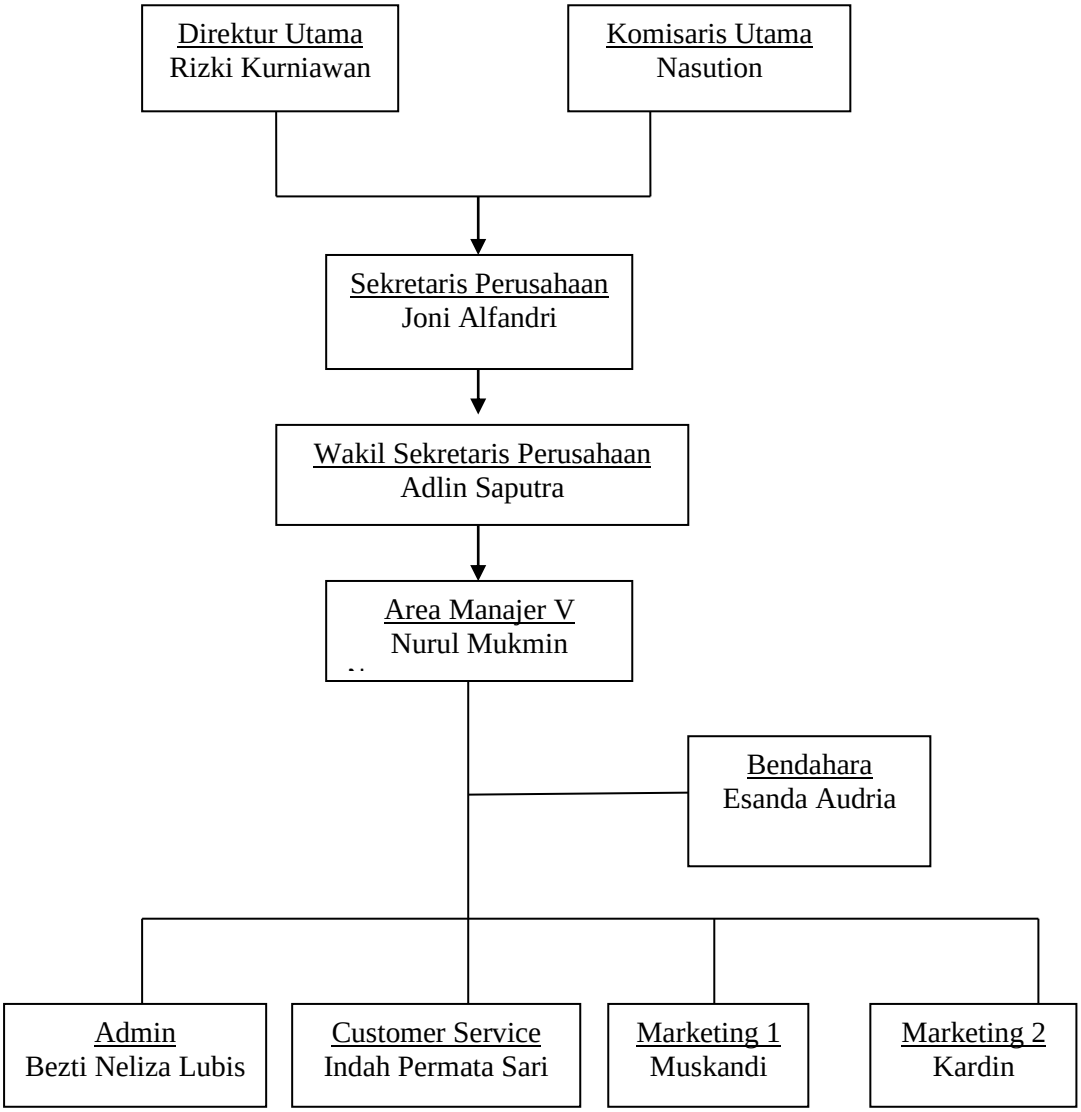
NO	Tahun	Perkembangan
1	2010	a) Perusahaan didirikan oleh Rizki Kurniawan dan Nasution dalam bentuk CV. Andalas Education Tour. b) Fokus bergerak pada bidang penjualan tiket pesawat dan perjalanan wisata (tour).
2	2011	CV. Andalas Education Tour berganti menjadi PT. Penjuru Wisata Negeri dengan merek branding AET Travel Indonesia.
3	2013	Membangun system ticketing sendiri.
4	2014	a) Memberangkatkan jamaah umroh ketana suci untuk pertama kalinya. b) Mulai adanya program kemitraan.
5	2015	a) Mulai mengadakan program francise cabang. b) Peresmian kantor Area Sumatra. c) 25 kantor cabang berdiri.
6	2016	a) Peresmian kantor Area I di Padang dan kantor Area II di Riau. b) Keluarnya izin PPIU AET Travel dari Kemenag RI, Nomor 382 Tahun 2016.
7	2017	a) Menjadi anggota amphuri. b) Memberangkatkan jamaah umroh dengan program *charter flight* umroh bersama Garuda Indonesia. c) 7 kantor Area beroprasi, 5 di Pulau Sumatra dan 2 di Pulau Jawa. d) 40 kantor cabang berdiri. e) Memberangkatkan kurang lebih 7000 jamaah umroh.
8	2018	a) Memberangkatkan jamaah umroh dengan program terbang langsung Padang-Madinah Lion Air. b) 80 kantor cabang berdiri. c) Memberangkatkan jamaah Haji visa Furoda untuk pertama kalinya. d) Penerapan system umroh SISKOPSATUH Kemenag RI.

[74] Kantor AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu Hasil Observasi Peneliti Tanggal 26 Desember 2019.

[75] Aet travel Indonesia, diakses melalui https://www.aet.co.id / *rekap-perjalanan AET Travel Indonesia* (di akses 02/02/19)

9	2019	a) 87 kantor cabang berdiri. b) Menjadi Provider Visa. c) Memberangkatkan jamaah Haji Visa Fuorda untuk kedua kalinya. d) Keluarnya perpanjangan izin PPIU AET Travel dari Kemenag RI, Nomor 662 Tahun 2019.

6. Struktur Organisasi AET Travel Indonesia.[76]



[76] Kantor AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu Hasil Observasi Peneliti Tanggal 26 Desember 2019

B. Pemaparan Hasil Penelitian.

1. Informan Penelitian

Informan utama dalam penelitian adalah Manajer AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu, Marketing, Admin, Serta Staf yang berkaitan dengan penelitian. Pengambilan Informan penelitian ini dilakukan melalui teknik *Purposive sampling*, yakni teknik pengambilan informan dengan pertimbangan pertimbangan tertentu, yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan dalam bab III, untuk itulah ditetapkan bahwa informan penelitian diambil dari narasumber yang merupakan pengurus struktural AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu.

Adapun informan yang dimaksud dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Table 4.2

Profil Informan

No	Nama	Usia/ Jenis Kelamin	Alamat	Jabatan
1	Nurul Mukmin	34 Tahun/ Laki-Laki	Jl. Lingkar Barat Kota Bengkulu	Manager Area V Kota Bengkulu
2	Indah Permata Sari	24 Tahun/ Perempuan	Bengkulu Tengah	Customer Service AET Travel Kota Bengkulu
3	Muksandi	38 Tahun/ Laki-laki	Jl. Padat Karya 4	Marketing AET Travel Kota Bengkulu
4	Bezti Neliza Lubis	26 Tahun/ Perempuan	Jl. Puteri Gading Cempaka	Admin AET Travel Kota Bengkulu

Dari tabel 4.2 dapat dilihat bahwa informan dalam penelitian ini berjumalah 4 orang. Informan yang dipilih di atas adalah Manajer dan karyawan di AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu. Keempat informan yang telah ditetapkan tersebut memenuhi syarat yang telah ditentukan. Dimana masing-masing informan benar-benar mampu memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

2. Hasil dan Temuan

a. Jenis-Jenis Strategi Sosialisasi yang digunakan dalam Program Umroh pada AET Travel Indonesia Area V Kota Bengkulu.

Strategi sosialisasi yang digunakan merupakan wujud dari fungsi sebuah pelaksanaan dalam manajemen strategi. Strategi merupakan tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai dari jangka pendek maupun jangka panjang. AET Travel Indonesia melakukan strategi sosialisasi dengan beragam cara, seperti syiar, kerjasama, membuat kajian atau kegiatan, dan mempermudah dalam pelayanan. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh Bapak Nurul Mukmin selaku Manajer AET Travel Area V kota Bengkulu: “kami biasanya syiar di instansi-instansi bekerjasama dengan pihak lembaga, syiar di majelis taklim, melaksanakn kegiatan sosialisasi dalam bentuk kajian atau tabligh akbar”.[77]

[77] Nurul Mukmin, *Manajer AET Travel Area V Kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020.

Dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa jenis strategi yang digunakan oleh AET Travel ini adalah strategi intensif, karena syiar adalah sebuah bentuk strategi untuk meningkatkan penjualan produk, begitu juga dengan kerjasama, membuat kajian atau kegiatan, ini termasuk dalam kategori penetrasi pasar dalam strategi intensif yang mana penetrasi pasar adalah sebuah peningkatan penjualan produk yang ada kepada pasar yang ada.

> "kami juga membantu segala urusan yang berkaitan dengan ibadah haji atau umroh, ketika jamaah tidak mengerti bagaimana proses ibadahnya baik haji ataupun umroh, kita mengajarkan kepada mereka dalam bentuk kegiatan manasik yang kita lakukan tiga kali, sebelum keberangkatan dua kali, di Madinah satu kali, pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan jamaah dalam hal penguasaan ilmu yang berkaitan dengan ibadah haji maupun umroh, supaya tidak terjadi kesusahan atau kesalahan terhadap jamaah ketika sudah di makkah dan madinah, selain itu menjadi sarana pendekatan antara jamaah dengan tim AET Travel, sarana untuk silaturrahmi dan pendekatan antara sesama jamaah sehingga jamaah siap secara mental dalam proses keberangkatan nantinya".[78]

Dapat dipahami bahwa strategi sosialisasi yang digunakan oleh AET Travel menggunkan strategi pengembangan produk, karena dalam strategi ini hampir semua agen travel menggunakan strategi untuk mengembangkan produknya agar semakin luas, untuk mengembangkan produk maka dilakukanlah dengan cara mempermudah kunsumen dalam bentuk pelayanan, karena semakin baik kualitas pelayana, maka orang akan semakin menyukai agen travel kita. Ibu Bezti Neliza Lubis Juga mengungkapkan :

[78]Nurul Mukmin, *Manajer AET Travel Area V Kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020

> "Kita selalu melaksankan syiar, bentuk-bentuknya sperti syiar di majelis taklim, instansi-instansi, sekolah seperti MAN dan MTS. mengadakan kajian atau tabligh akbar di hari besar islam dengan mengundang calon jamaah dan alumni yang pernah berangkat bersama AET Travel, mensyiarakan dan mensosialisasikan program umrah"[79]

AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu ini juga melakukan strategi sosialisasi syiar di sekolah dengan cara memberikan arahan, meberikan alat tulis dengan brand AET Travel, membuat kegiatan/acara dengan mengundang calon jamaah dan alumni untuk menarik konsumen. Strategi ini adalah sebuah pengembangan produk untuk menciptakan peningkatan penjualan produknya, strategi ini termasuk dalam strategi intensif. Juga dijelaskan oleh Ibu Indah Permata Sari :

> "Biasanya kalau mengadakan acara kajian kita mengundang ustad-ustad yang berkualitas salah satunya Ustad Syamlan supaya jamaah ataupun calon jamaah semakin yakin untuk melakukan ibadah haji maupun umrohnya, Kalau strategi untuk mensosialisasikan perusahaan, kami sesuaikan dengan arahan dari menejer, semua karyawan wajib melakukan sosialisasi tanpa terkecuali dengan cara masing-masing, tujuannya supaya calon jamaah atau masyrakat umum tau bahwa AET Travel kami ini didirikan untuk melakukan perjalan umroh ataupun haji."[80]

Dapat dipahami bahwa agen travel banyak sekali yang menggunakan jenis strategi intensif dalam mengembangkan produknya, sesuai dengan penjelasan diatas bahwa dalam setiap mengadakan kajian yang di adakan di hari-hari besar Islam AET Travel Area V mengundang da'i yang berkualitas, atau da'i yang berpengalaman baik

---

[79]Bezti Neliza Lubis, *Admin AET Travel Area V Kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti tanggal 12 Agustus 2020.

[80]Indah Permata Sari, *Customer Service AET Travel Area V kota Bengkulu,*Hasil wawancara peneliti tanggal 10 Agustus 2020.

dari kota Bengkulu maupun luar kota guna untuk meningkatklan penjualan produknya.

> Begitu juga yang di ungkapkan Ibu Bezti Neliza Lubis : "Untuk strategi sosialisasi biasanya kita melakukan syiar di instansi-instansi, majelis taklim, kajian pada saat hari besar islam dengan mengundang da'i baik dari bengkulu ataupun dari luar Bengkulu".[81]

Dari hasil wawancara dan temuan peneliti di lapangan terlihat bahwa AET Travel Indonesia Area V banyak melakukan strategi intensif dalam pengembangkan produknya, bentuk strategi yang digunakan seperti syiar, kerjasama, membentuk kajian, dan mempermudah pelayanan jamaah/konsumen dalam melaksanakan umroh ini adalah bentuk untuk meningkatkan sebuah penjualan produk.

b. Proses Perencanaan Strategi Sosialisasi Program Jamaah Umroh di AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu.

Perencanaan strategi merupakan langkah awal dalam proses untuk mencapai suatu tujuan dalam pengorganisasian, maka segala sumberdaya difokuskan pada pencapaian tujuan utama perusahaan. AET Travel Indonesia dalam melakukan sosialisasi program jamaah umroh juga memiliki perencanaan untuk mencapai visi dan misinya, seperti yang dinyatakan oleh bapak Muksandi:

> "Untuk perencanaan strategi dalam mensosialisasikan program umroh, kami menentukan bagaimana bentuk kegiatan, menentukan waktu, pada saat perencaan kita menentukan da'i

[81] Bezti Neliza Lubis, *Admin AET Travel Area V Kota Bengkulu,*Hasil wawancara peneliti tanggal 12 Agustus 2020.

ataupun hal-hal lainnya, kemudian menentukan materi apa yang akan disampaikan susuai dengan waktu kegiatan".[82]

Proses perencanaan strategi yang dilakukan adalah dengan mempersiapan segala hal yang dibutuhkan pada saat kegiatan dilaksanakan, menentukan da'i, tema yang akan di angkat, juga waktu yang tepat ini adalah sebuah jenis strategi intensif untuk peningkatan penjualan produk.

"Jika dalam rangka hari besar Islam materinya menyesuaikan, seandainya kegiatan yang dilakukan cukup besar apakah harus bekerjasama dengan instansi pemerintah atau lembaga terkait, lalu menentukan bagaimana proses sosialisasi program umrah dan biasanya kita ada tim khusus yang membawa brand AET Travel".

Selanjutnya proses perencanaan strategi sosialisasi yang dilakuakn oleh AET Travel ini ialah bekerjasama dengan pihak lembaga yang akan mengadakan kegiata, mempersiapkan hal-hal yang terkait dengan penjualan produk, dan membentuk tim yang akan diturunkan ke lapangan, strategi ini juga termasuk dalam strategi intensif. Begitu juga menurut Ibu Indah Permata Sari :

"Pada saat akan mensosialisasikan program umrah kita biasanya melakukan persiapan yang biasanya di adakan rapat untuk menentukan bagaimana bentuk dan proses kegiatan syiar yang akan dilakukan, menentukan dai yang akan di undang dan mempersiapkan apa saja yang diperlukan".[83]

Bapak Muksandi juga mengungkapkan hal yang sama : "ya kalau perncanaan yang kita lakukan biasanya menentukan kapan waktu yang pas, dan pembagian tugas misalkan siapa yang akan

[82] Muskandi, selaku *Marketing AET Travel Area V Kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

[83] Indah Permata Sari, *Customer Service AET Area V Travel kota Bengkulu,*Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

mengkondisikan lokasi, menyiapkan perlengkapan dan hal lain yang perlu di urus".[84]

Begitu juga yang di sampaikan oleh Ibu Bezti Neliza Lubis:

"kalau untuk perencanaan strategi sosialisasi program Jamaah umroh kita sudah ada jadwal setiap tim, menyiapkan materi yang akan disampaikan, kita biasanya mengadakan rapat persiapan, membagi tugas dan menyiapkan apa saja yang diperlukan, seperti perizinan, kemudian terkait dengan tempat pelaksanaan, bagaimana konsep acara, pemateri dan lain lain".[85]

Dari hasil wawancara dan observasi peneliti bahwa Perencanaan strategi yang dilakukan di AET Travel ini juga menggunakan strategi intensif, karena dalam melaksanakan kegiatan sosialisasi program umroh, meliputi perencanaan jangka pendek dengan mempersiapkan kegiatan yang akan dilakukan seperti waktu pelaksanaan, membentuk kegiatan, menentukan tema yang akan di angkat dalam sebuah kegiatan, memperideksi dana yang dibutuhkan, mempersiapkan hal-hal yang diperlukan, dan mempersiapan da'i, dan memperhatikan mad'u selaku sasaran dalam sebuah perencanaan guna untuk mencapai suatu visi dan misi dari perusahaan.

c. Bentuk Pengorganisasian Strategi Sosialisasi Program Umroh di AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu.

Pengorganisasian adalah bagian dari fungsi manajemen, bentuk pengorganisasian strategi yang di lakukan oleh AET Travel adalah dengan cara kerjasama dengan lembaga-lembaga, syiar atau berdakwah

[84] Muskandi, selaku *Marketing AET Travel Area V Kota Bengkulu*,Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

[85] Bezti Neliza Lubis, *Admin AET Travel Area V Kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020.

di majelis taklim, Sebagaimana diungkapkan langsung oleh Bapak Nurul Mukmin:

> "Kami melakukan pembagian tugas dengan mengumpulkan tim lain kemudian menyampaikan bagaimana rencana yang telah disusun, membagi tugas agar persiapan tidak banyak memakan waktu dan jika di bagi pekerjaannya akan lebih ringan untuk dikerjakan".[86]

Dari penjelasannya bahwa bentuk pengorganisasian strategi yang digunakan dengan melakukan pembagian tugas atau membuat tim dari anggota organisasi, dan melakukan kerjasama dengan tim lain, berdakwah, merupakan bentuk dari strategi intensif karena melakukan usaha itu harus terus menerus dan bersungguh-sungguh dalam meningkatakn penjualan peoduk dengan persaingan perusahaan. Hal serupa di ungkapkan oleh Ibu Bezti Neliza Lubis:

> "kalau pengorganisasiannya kita membentuk tim misalkan ada bagian acara yang menyusun bagaimana konsep acara, ada bagian yang mengurus kelengkapan seperti membuat spanduk, banner, brosur dan kelengkapan lainnya".[87]

Bapak Muksandi juga menyampaikan hal yang sama :

> "Biasanya kami membagi tugas ada yang perlengkapan menyiapkan banner, spanduk, infokus kalau diperlukan, ada juga yang menyiapkan materi seputar ibadah umrah dan lain-lain, kemudian saling mengkoordinir tugas kita semua, kemudian melapoorkan apakah tugas kita telah selesai".[88]

---

[86] Nurul Mukmin, *Manajer AET Travel Area V Kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020.

[87] Bezti Neliza Lubis, *Admin AET Travel Area V Kota Bengkulu,*Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020.

[88] Muskandi, selaku *Marketing AET Travel Area V Kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

Hal senada juga di katakan oleh Ibu Indah Permata Sari: "Kita ada pembagian tim, ada koordintor dalam setiap bidang sehingga untuk mengkoordinasi akan lebih mudah, ketika kita akan syiar tim inilah yang kemudian membantu".[89]

Dalam pengorganisasian strategi ada dua poin penting yang harus diperhatikan yaitu desain organisasi (*organizational design*) dan struktur (*organizational structure*). Kedua poin ini akan berdampak dengan hasil dari pengorganisasian yang di lakukan AET Travel, melakukan pembagian kerja dengan membentuk tim-tim dalam melakukan sosialisasi, yang terkoordinir dengan koordinator tim dan di awasi oleh manajer perusahaan. strategi ini merupakan bentuk straegi intensif karena memerlukan usaha-usaha yang terus menerus dalam meningkatakn penjualan peoduk dengan persaingan perusahaan, dimana pembagian tugas, pengelompokan, departemenisasi, rantai komando merupakan pengaplikasian dari pengorganisasian.

d. Proses Pelaksanaan Strategi Sosialisasi Program Jamaah Umrah AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu.

Pelaksanaan strategi sosialisasi yang dilakukan di AET Travel ini terdiri dari beberapa strategi yang pertama strategi syiar yang dilakukan di intansi, majelis taklim, sekolah seperti MAN dan MTS, kedua strategi kerjasama dengan lembaga-lembaga guna untuk pengembangan produk, ketiga strategi dengan membuat kajian atau kegiatan seperti tablik akbar dilakukan di hari besar islam, keempat

[89] Indah Permata Sari, *Customer Service AET Travel Area V kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

strategi dengan mempermudah dalam pelayanan seperti pelayanan pemasaran produk, penyampaian motivasi terkhusus pada karyawan AET Travel, sehingga para karyawan dapat bekerja dengan ikhlas dan penuh tanggung jawab demi tecapainya tujuan organisasi sesuai dengan beban yang diberikan kepadanya. Dari banyaknya strategi yang di gunakan ini termasuk dalam strategi intensif dalam pengembangan produk sehingga terjadinya peningkatan penjualan. Sesuai dengan apa yang di sampaikan oleh Bapak Nurul Mukmin :

> "Untuk pelaksaanaa strategi sosialisai kami selalu memberi motivasi kepada tim melalui media sosial (grup whatsapp) setiap hari, melakukan kegiatan kajian mingguan pada hari jum'at dengan bentuk motivasi, dan kegiatan bulanan dengan bentuk rapat bulanan".[90]

Proses pelaksanaan strategi sosialisasi yang dilakukan melalui media sosial seperti grup whatsapp atau media lainya, dan secara langsung dengan melalui kegiatan kajian harian, mingguan dan bulanan. Kajian harian seperti sebelum melakukan aktifitas kantor diawali dengan brefing, apel pagi, berdo'a agar pekerjaan di ridhoi Allah SWT. Kajian mingguan yang di lakukan di hari jum'at berupa motivasi-motivasi biasanya disampaikan oleh manajer perusahaan. Kajian bulanan yang dilakukan setelah akhir bulan berupa rapat bulanan dari hasil pekerjaan dalam bulan yang sudah berjalan. Dari pelaksanaan strategi yang telah dilakukan oleh AET Travel ini termasuk dalam jenis strategi intensif.

---

[90] Nurul Mukmin, *Manajer AET Travel Area V Kota Bengkulu*, Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020.

> "Kami selalu mengadakan rapat untuk melaporkan segala persiapan yang telah disiapkan, kemudian pada saat itu juga ada motivasi yang disampaikan kepada tim dan biasanya kita selalu menyampaikan bahwasanya kegiatan kita ini memiliki dua kebaikan yaitu untuk dunia dan akhirat".

Selalu melakukan briefing terlebih dahulu setiap akan melakukan pelaksanaan sosialisasi dan memberikan motivasi kepada tim. Ibu Indah Permata Sari juga menyampaikan hal yang sama :

> "Biasanya pelaksanaan ini dilakukan oleh pimpinan atau ketua panitia jika pada saat akan melakukan kegiatan syiar dan saling mengingatkan bahwa kegiatan kita ini untuk umat dan disisi lain kita juga mendapatkan amal dari apa yang kita kerjakan".[91]

> Sama juga yang di tuturkan oleh Bapak Muksandi : "Untuk pelaksanaan kita sebelum melakukan sosialisasi biasanya melakukan musyawarah terkait tanggung jawab dan kekompakan".[92]

> Juga menurut Ibu Bezti Neliza Lubis: "Ya untuk pelaksanaan strategi sosialisasi, kita selalu membina tim yang lama atau yang baru dan kita berusaha membuat hal-hal yang baru sehingga tidak terasa jenuh".[93]

Pelaksanaan strategi dalam sosialisasi program umroh AET Travel Area V di kota Bengkulu, denagn dilakukan motivasi setiap hari melalui sosial media (grup whatsapp), dengan kajian mingguan memberi motivasi langsung kepada tim yang biasanya dilakukan dihari jum'at, melalui kajian bulan dengan bentuk kegiatan yang berupa rapat dari hasil pekerjaan bulanan. Maka dapat disimpulkan bahwa strategi

---

[91] Indah Permata Sari, *Customer Service AET Travel Area V kota Bengkulu*. Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

[92] Muskandi, selaku *Marketing AET Travel Area V Kota Bengkulu*. Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

[93] Bezti Neliza Lubis, *Admin AET Travel Area V Kota Bengkulu*. Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020.

ini merupakan tindakan yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai yaitu peningkatan dalam penjualan produk.

e. Proses Pengendalian Strategi Sosialisasi Program Jamaah Umrah AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu.

Pengendalian merupakan bagian dari prilaku terapan yang bertujuan untuk mencapai hasil yang efektif dan efesian, dengan melakukan evaluasi dari setiap kegiatan sosialisasi yang dilakukan AET Travel. Seperti yang disampaikan oleh bapak Nurul Mukmin:

> "kami selalu mengadakan evaluasi dalam setiap pekerjaan, setiap pagi kami selalu mengadakan rapat pada pukul 09.00 untuk membahas pekerjaan umum harian, evaluasi mingguan, bulanan dan pertahun, kalau dalam kegiatan sosialisasi program umroh biasanya di adakan rapat setelah kegiatan dilaksanakan, dalam setiap evalusi inilah kami dapat menilai kinerja anggota dan mengetahui hasil sosialisasi kami sudah maksimal ataukah belum".[94]

> Hal senada disampaikan oleh ibu Bezti Neliza Lubis : "untuk evaluasi kita selalu mengadakan rapat 3 hari atau satu minggu setelah mengadakan kegiatan agar kedepannya kesalahan-kesalahan yang telah terjadi tidak terulang".[95]

> Juga yang disampaikan bapak Muksandi : "kalau evaluasi kita adakan beberapa hari setelah melakukan syiar, kemudian kita mengecek bagaimana hasil dari kegiatan yang telah di adakan".[96]

> Begitu juga yang disampaikan Ibu Indah Permata Sari : "kita biasanya evaluasi setiap jum'at, setiap bulan juga ada untuk melihat hasil sejauh mana hasil dari syiar dan sosialisasi yang kita lakukan".[97]

---

[94] Nurul Mukmin, *Manajer AET Travel Area V Kota* Bengkulu. Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020.

[95] Bezti Neliza Lubis, *Admin AET Travel Area V kota Bengkulu*. Hasil wawancara peneliti, tanggal 12 Agustus 2020.

[96] Muskandi, selaku *Marketing AET Travel Area V Kota Bengkulu*. Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

[97] Indah Permata Sari, *Customer Service AET Travel Area V kota Bengkulu*. Hasil wawancara peneliti, tanggal 10 Agustus 2020.

Dalam kegiatan sosialisasi pengendalian sangat diperlukan, dengan melakukan evaluasi dari setiap kegiatan yang dilakukan. Berdasarkan hasil observasi dan data yang penulis dapat, di AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu pengendalian yang dilakukan melalui evaluasi, yakni evaluasi harian, mingguan, bulanan dan tahunan. Setiap hari pada pukul 09.00 biasanya melalui grup whatsapp atau secara langsung, mingguan yakni hari Jum'at, bulanan setiap akhir bulan, sedangkan evaluasi tahunan di adakan di akhir pemberangkatan jamaah setiap tahnunnya.

Melalui evaluasi ini di adakan juga penilaian terhadap tim syiar sesuai dengan hasil capaian dan diberikan reward. Dalam kegiatan sosialisasi ini penulis melihat adanya beberapa kekurangan yakni tolak ukur keberhasilan kegiatan sosialisasi hanya dilihat dari jumlah jamaah yang melaksanakan ibadah umroh melalui AET Travel Indonesia, Padahal keberhasilan kegiatan sosialisasi tidak hanya di ukur melalui jumlah jamaah, akan tetapi dapat dilihat dari seberapa paham masyarakat tentang ibadah umroh, dalam proses dan apa saja yang perlu disiapkan ketika ingin melakukan ibadah, kemudian memberikan pemahaman bahwa ibadah umroh bukan hanya kegiatan wisata saja melainkan amal untuk bekal kita menuju akhirat, dan penulis melihat perlu adanya perbaikan ketika melakukan kegiatan sosialisasi, terkait

dengan berita acara dan notulensi yang di perlukan untuk meninjau kegiatan yang telah dilakukan dan sebagai arsip perusahaan.[98]

C. Pembahasan Hasil Penelitian Tentang Manajemen Strategi Sosialisasi Jamaah Umroh di AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan telaah dokumentasi, maka berikutnya peneliti akan melakukan analisis terhadap hasil penelitian dalam bentuk deskriptif analisis. Dalam menganalisa hasil penelitian, peneliti akan menginterprestasikan hasil wawancara dan observasi peneliti dengan beberapa informan yang berasal dari AET Travel terkait dengan "Manajemen strategi sosialisasi jamaah umroh AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu" dan membandingkan serta menganalisanya, berdasarkan kerangka teori yang ada.

Dalam merekrut jamaah tidak terlepas dari penerapan fungsi manajemen strategi. Strategi adalah suatu kegiatan yang diikuti dengan membuat program-program dan mengatur berbagai rencana untuk pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Hal ini sejalan dengan apa yang diterapkan di AET Travel Indonesia PT. Penjuru Wisata Negeri Area V kota Bengkulu. Di dalam membuat suatu kegiatan, maka hal yang paling utama dilakukan adalah menyusun sebuah rencana atau strategi.

Sebelum membahas tentang proses perencanaan strategi sosialisasi, penulis ingin menjelaskan terlebih dahulu jenis strategi sosialisasi yang digunakan dalam sosialisasi program jamaah umroh AET Travel Area V kota

[98] Kantor AET Travel Area V kota Bengkulu, Hasil wawancara dan observasi peneliti terkait pengendalian strategi sosialisasi, tanggal 12 agustus 2020.

Bengkulu, Jenis strategi yang digunakan ialah strategi intensif dalam pengembangan produk dan peningkatan penjualan produk, bentuknya seperti syiar di intansi-intansi, sekolah seperti MAN dan MTS, bentuk strategi selanjutnya ialah dengan kerjasama dengan lembaga-lembaga, membuat kajian atau kegiata, mempermudah pelayanan, itu semua adalah bentuk dari strategi untuk meningkatkan penjulan produk dari agen travel. sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, strategi yang dibahas merupakan serangakian kegiatan yang berkaitan dengan sosialisasi program umrah di AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu. Uraian berikut akan penulis ketengahkan, bagaimana manajemen strategi sosialisasi program jamaah umrah di AET Travel Area V kota Bengkulu yang meliputi: proses perencanaan strategi, bentuk pengorganisasian strategi sosialisasi, proses pelaksanaan strategi sosialisasi, dan proses pengendalian strategi sosialisasi program jamaah umrah.

a) Proses Perencanaan Strategi Sosialisasi

Perencanaan strategi ialah langkah awal dalam proses manajemen strategi, Perencanaan merupakan aktifitas pengambilan keputusan tentang apa yang harus dilakukan, di mana, kapan harus dilakukan, bagaimana melakukan dan siapa yang akan melakukan, sehingga tercapai tujuan yang diinginkan. Perencanaan startegi dalam sosialisasi program jamaah umrah AET Travel di kota Bengkulu meliputi menentukan bentuk-bentuk kajian atau kegiatan, menetapkan waktu dan tempat pelaksanaan sosialisasi, menentukan siapa saja yang akan menjadi tim

dalam kegiatan dan tim branding dalam proses sosialisasi, menyusun materi apa saja yang akan di sampaikan, mengurus kerjasama dengan pemerintah dan lembaga terkait dimana sosialisasi akan dilakukan, serta mempredeksi jumlah dana yang akan dibutuhkan dalam proses sosialisasi.

b) Bentuk Pengorganisasian Startegi Sosialisasi

Dari seluruh rangkaian proses manajemen strategi pengoragnisasian merupakan pengelolaan dari perencanaan yang telah direncanakan, terkait dengan proses pengelompokan orang-orang, alat-alat, tugas, tanggung jawab dan wewenang. Sehingga dalam kegiatan sosialisasi program jamaah umroh AET Travel di kota Bengkulu dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai. Proses pengorganisasian dalam sosialisasi program jamaah umroh AET Travel yakni dengan membagi tugas atau membuat tim seperti acara, perlengkapan, tim syiar atau dakwah dan tim branding, dimana setiap tim memiliki koordinatornya masing-masing dan bertanggung jawab dengan tugasnya masing-masing. Saat sosialisasi program umroh ada dua tim inti yakni tim dakwah dan tim branding, tim dakwah bertugas untuk mengurus kegiatan dakwah terkait dengan materi yang disampaikan, menyambut, melayani dan mempersiapkan da’i yang akan mengisi materi. Sedangkan tim branding bertugas membawa brand AET Travel serta menyiapkan brosur dan melayani masyarakat yang ingin tau seputar ibadah umroh dan memberi informasi seputar perjalanan umroh serta apa saja yang perlu disiapkan.

c) Proses Pelaksanaan Strategi Sosialisasi

Pelaksanaan sosialisasi merupakan proses pemberian motivasi biasanay dilakukan oleh manajer atau pimpinan perusahaan kepada anggota atau bawahan di AET Travel, sehingga mereka mampu bekerja dengan ikhlas demi tercapainya tujuan dengan efesien dan ekonomis. Pada proses penggerakan dalam sosialisasi program umrah AET Travel di kota Bengkulu dilakukan dari sebelum melakukan kegiatan sosialisasi, bahwa mereka bekerja di AET Travel harus selalu mengingat, mereka mendapatkan dua kebaikan sekaligus (dunia dan akhirat) dan mereka harus bekerja dengan ikhlas. Memberi motivasi kepada tim yang biasanya dilakukan setiap hari melalui sosial media (grup whatsapp) terjadwal setiap pagi, melalui kajian mingguan AET Travel pada hari Jum'at dan setiap bulan melalui kegiatan rapat akhir bulanan.

d) Proses Pengendalian Strategi Sosialisasi

Pengendalian strategi merupakan bagian dari prilaku terapan tentang bagaimana cara menjalankan dan mengendalikan organisasi, dengan mengevaluasi setiap kinerja dan hasil yang telah dicapai. Evaluasi adalah suatu proses yang teratur dan sistematis dalam membandingkan hasil yang dicapai dengan tolak ukur atau kreteria yang telah ditetapkan kemudian dibuat suatu kesimpulan dan penyusunan saran pada setiap tahap dari pelaksanaan kegiatan. Pada proses evaluasi AET Travel dalam kegiatan sosialisasi program umroh, dengan mengadakan evaluasi harian khusus untuk staf kantor, mingguan,

bulanan dan tahunan, setiap hari pada pukul 09.00 secara langsung, mingguan yakni hari Jum'at, bulanan setiap akhir bulan sedangkan evaluasi tahunan di adakan di akhir pemberangkatan jamaah setiap tahunnya. Melalui evaluasi ini di adakan juga penilaian terhadap tim syiar sesuai dengan hasil capaian dan diberikan reward berupa hadiah umroh jika memiliki kinerja yang baik.

Dari konsep manajemen strategi yang telah penulis paparkan terlihat bahwah AET Travel telah menerapkan manajemen strategi dengan cukup baik, meskipun terdapat beberapa kekurangan. Namun penulis masih melihat tolak ukur keberhasilan yang dilakukan masih cendrung kepada marketing sehingga AET Travel sebagai lembaga dakwah tidak begitu nampak. Meskipun demikian AET Travel telah melakukan kegiatan dakwah khususnya dalam sosialisasi program jamaah umrah yang penulis teliti.

Para pegiat dakwah termasuk para agen travel saat ini dalam melakukan sosialisasi mendapat tantangan yang cukup berat, baik berkenaan dengan objek dakwah maupun sarana yang menopang kegiatan besrsosialisasi. Sosialisasi hakikatnya adalah upaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan. Mengajak seseorang untuk melakukan ibadah ketana suci dalam kontesk penelitian ini menyerukan agar orang-orang melakukan ibadah haji dan umroh maknanya adalah berupaya untuk menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan pada Islam. Oleh karena itu, dakwah Islam tidak hanya

terbatas pada aktivitas lisan semata, tetapi mencakup seluruh aktivitas lisan atau perbuatan yang ditujukan dalam rangka menumbuhkan kecenderungan dan ketertarikan pada Islam.

Allah SWT Berfirman:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: “Siapakah yang lebih baik perkataannya dari pada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya Aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?" (Q.S. Fushilat: 33)[99]

Istilah dakwah digunakan dalam Al-Qur’an baik dalam bentuk *fi’il* maupun dalam bentuk *masdar* berjumlah lebih dari seratus kata. Sementara itu Al-Qur’an menggunakan kata dakwah untuk mengajak kepada kebaikan maupun kepada kejahatan yang disertai resiko pilihan dan secara istilah dalam Al-Qur’an banyak sekali ayat-ayat yang menjelaskan makna dakwah dalam konteks yang berbeda. Secara terminologis dakwah itu dapat diartikan sebagai sisi positif dari ajakan untuk menuju keselamatan dunia dan akhirat.[100]

---

[99]Departemen Agama RI, *Al-‘aliyy_Al-Qur’an dan Terjemahnya*,(Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2006), Hal. 383.

[100]Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*,(Jakarta: Kencana, 2009), Hal, 242.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka di bawah ini akan dikemukakan beberapa simpulan terkait dengan Manajemen Strategi Sosialisasi dalam Program Jamaah Umroh AET Travel Indonesia Area V di Kota Bengkulu. Strategi sosialisasi yang dilakukan ialah strategi intensif yang mana fungsinya adalah untuk mengembangkan produk dan meningkatkan hasil penjualan produk. Bentuk pengembangan ini disesuaikan dengan situasi dan kondisi yaitu bentuk dinamis, salah satu dari sifatnya ialah para pelaksana pemasaran dapat berkreasi sesuai dengan bentuk pasar yang di hadapi. Maka dengan adanya bentuk pengembangan dinamis ini diharapkan juga peningkatan penjualan produk memiliki peluang untuk meningkatan perolehan konsumen dari waktu kewaktu. Sedangkan proses sosialisasi yang dilakukan dengan kerjasama dengan pihak-pihak intansi, seperti majelis taklim, acara hari besar islam dan acara-acara lainnya yang terkait dengan sosialisasi program, dan juga selalu melakukan sosialisasi dengan cara memberikan pelayanan yang baik, seperti pelayanan dikantor maupun saat melakukan sosialisasi di intansi atau lebaga.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian terkait manajemen strategi sosialisasi dalam program umroh AET Travel Indonesia Area V di kota Bengkulu, maka peneliti akan memberikan saran yang dapat dijadikan pertimbangan dan masukan untuk AET Travel Indonesia Area V kota Bengkulu :

1. Hendaknya kegiatan sosialisasi bisa menjangkau semua lapisan masyarakat yang ada di provinsi Bengkulu maupun diluar Bengkulu.
2. Sebagai perusahaan yang memberikan pelayanan untuk beribadah ke Baitullah, berikan pelayanan yang maksimal dan jangan sampai beribadah ketanah suci hanya di anggap sebagai kegiatan wisata oleh jamaah, karena itu pentingnya pada saat sosialisasi memberikan penjelasan yang baik kepada calon jamaah.
3. Hendaknya ada penguatan bahwa AET Travel Indonesia bukan hanya perusahaan yang hanya mencari keuntungan melalui jamaah namun juga merupakan lembaga untuk mensyiarkan agama islam yang tugasnya untuk melayani umat, yang di realisasikan dengan cara melakukan kegiatan dakwah yang memberikan pemahaman kepada masyarakat seputar ibadah haji dan umrah.
4. Juga dapat meningkatkan kualitas terkait dengan pelayanan dan perekrutan jamaah, karena AET Travel Area V hanya memiliki tiga staf dan itu sangat kurang sehingga dalam proses pelayanan dan perekrutan jamaah mengalami sedikit hambatan.

DAFTAR PUSTAKA

AET Travel Indonesia, 2019. *Diakses melalui Https://www.aet.co.id/sekilas-sejarah-Aet-Travel-Indonesia*.

Abdul Majidi Ahmad, 2013. *Seluk Beluk Ibadah Haji dan Umrah,* (*Jakarta: Rineka Cipta).*

Arsyad Azhar, 2003. Pokok-Pokok Manajemen, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).

Al Aziz Syaikh Ali, 2015. Manasik Haji dan Rahasia Meraih Haji Mabrur, (Surabaya: Terbit Terang).

Al-Bukhari, Al-Imam Al-Hafidz Abi ’Abdillah Ibn Isma’il, 2003, *Shahīhu-l-Bukhāri, Dār Ibn Hazm*, (Beirut-Libanon).

Arikunto Suharsimi, 2006. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek, (Jakarta: Rineka Cipta).

Choliq Abdul, 2011. Manajemen Haji dan Wisata Religi, (Yogyakarta: Mitra Cendika).

Danim Sudarwan, 2002. *Menjadi Peneliti kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia).

Departemen Agama Direktorat Jendral, 2003. *Pedoman Pembinaan Kelompok bimbingan Ibadah Haji,* (Jakarta: Rajawali Press).

Departemen Agama RI, 2006. *AL-‘aliyy_Al-Qur’an dan Terjemahnya,* (Bandung: Penerbit diponegoro).

David, 2016. *Manajemen Strategis,* (Jakarta: Salemba Empat).

Effendi Usman, 2014. *Asas-Asas Manajemen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).

Fadilah Lia, 2019. *dengan judul skripsi: strategi dan manajemen Travel Haji dan Umroh studi Analisis Persaingan Travel Haji dan Umroh Kota Medan dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen,* (UIN Sumatera Utara Medan).

Haming Murdifin dan Mahfud Nurnajamuddin, 2011. *Manajemen Produksi Modern,* (Jakarta: PT Bumi Aksara).

Hanitijo Suemetro Ronni, 2014. *Metode Penelitian Hukum,* (Jakarta, Ghalian Indonesia).

Hariadi Bambang, 2015. *Strategi Manajemen*, (Jakarta: Bayu media Publishing).

Herdiansyah Haris, 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, Salemba Humanika).

Iskandar, 2008. *Metode Penelitian dan Pendidikan Sosial kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persadsa Press).

Karim Ramlan A, 2018. *Kepala Bidang Haji dan Umrah Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Bengkulu*, (https://www.klikwarta.com/ini-10-daftar-travel-umrah-yang-berkantor-resmi-di-provinsi-bengkulu di akses 24/02).

Kasmir, 2005. *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada).

Moleong Lexy, 2006. *Metode penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya,),

Mulyasa, 2002. *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT. Remaja Rasindo).

Misbah Muqarrabin, 2012. *Penuntun Manasik Haji dan Umroh*, (Solo: CV. Media Ilmu).

Munir Muhammad, Wahyu Ilahi, 2009. *Manajemen Dakwah*, (Jakarta:kencana,)

Marrus Stephanie, 2012. *Building The Strategic Plan: Find Analyze, And Present The Right Information*, (USA: Wiley).

Mondy Wayne, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Erlangga).

Pimay Awaludin, 2013. *Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu).

Ratminto dan Winarsih Atik Septi, 2013. Manajemen Pelayanan, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).

Rahmawati, 2006. *Penyelenggaraan Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta.)

Salsabil Rasyiqah Fildza, 2009. *Dengan judul skripsi: strategi Bauran Pemasaran Umroh PT. Aila Indah Wisata,* (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

Sondang Siagian, 2004. *Manajemen Strategik,* (Jakarta: Bumi Aksara).

Sofyandi Herman Dan Garniwa Iwa, 2014. *Perilaku Organisasional,* (Yogyakarta: Graha Ilmu).

Sudarsono, 2019. *Pengantar Sosialisasi*, (wikipedia Indonesia .melalui http://id. wikipedia. org wiki/ sosialisasi di akses 10/1).

Sholikin Muhammad, 2013. *Keajaiban Haji dan Umroh,* (Jakarta: Erlangga).

Sugiyono, 2011. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif,* (Bandung: Alfabeta).

Susanto, 2002. *Sosialisasi Pelayanan,* (Malang: Universitas Kanjuruan).

Sutaryo, 2004 *Dasar-Dasar Sosialisasi*, (Jakarta: Rajawali Press).

Subagiyo Joko, 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek,* (Jakarta: PT, Rineka cipta).

Syamsi Ibnu, 2014. *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen,* (Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.)

Syaukani Imam, 2009. *Manajemen Pelayanan Haji di Indonesia,* (Jakarta: CV. PRASASTI).

Tciptono Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. ANDY OFFSET).

Vellas Francois & Lionel Becherel, 2008. *Pemasaran Pariwisata Internasional, Sebuah Pendekatan Strategis*, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia anggota IKAPI DKI).

Wibowo, 2015. *Perilaku dalam organisasi Edisi ke-2,* (Jakarta: Rajawali Pres).