

ANALISIS STRATEGI PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAN BIRO PERJALANAN UMRAH (STUDI KASUS PADA PT.GADIKA EXPRESSINDO MEDAN)

*Analysis of Promotion Strategies, Service Quality and Convenience of Umrah Travel Agencies
(Case Study at PT.Gadika Expressindo Medan)*

Wirdahani Syafira¹, Alim Murtani²

¹Prodi Ekonomi Syariah, Universitas Potensi Utama

²Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama

^{1,2}Universitas Potensi Utama, K.L Yos Sudarso KM 6,5 No.3A Tj Mulia-Medan

Email : ¹Wirdahani0808@gmail.com, ²Alim Murtani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi, kualitas pelayanan dan kenyamanan biro perjalanan umrah. Lokasi penelitian ini Jl. Bajak II No.55 E Simpang Brigif Mrindal-Medan. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah pegawai PT.Gadika Expressindo Medan, dengan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Dan teknik pengumpulan data yaitu, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menyimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh PT.Gadika Expressindo Medan yaitu dengan menggunakan brosur, penjualan pribadi, bekerja sama dengan ustadz dan media sosial. Kualitas pelayanan yang diberikan dalam biro perjalanan umrah PT.Gadika Expressindo Medan yaitu menyediakan sarana dan prasarana seperti ruang tunggu dan ruang tamu full ac, menyediakan penginapan bagi jamaah umrah yang akan berangkat dari luar kota secara gratis, memiliki karyawan yang bertanggung jawab penuh terhadap jamaahnya, pihak travel menyediakan asuransi kecelakaan bagi jamaahnya, serta tersedianya obat-obatan herbal atau suntik minginitis agar menambah kekebalan daya tubuh jamaah. Dan kenyamanan yang dirasakan dalam biro perjalanan umrah PT.Gadika Expressindo Medan yaitu memberikan perhatian penuh terhadap jamaah baik dari pergi sampai kembali lagi di Indonesia, mempunyai karyawan yang ramah tamah dan berkomunikasi dengan baik, Sigap dalam apapun terjadi jika ada kesalahan dari pihak travel, pihak travel selalu menjaga kebersihan tempat pendaftaran calon jamaah, serta memenuhi permintaan jamaah dari belanja, beribadah dan segala macam yang ada disana.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan, Kenyamanan

ABSTRACT

This study aims to determine the promotion strategy, service quality and convenience of the Umrah travel agency. The location of this research is Jl. Bajak II No.55 E Simpang Brigif Mrindal-Medan. This research is a field research (field research) using a qualitative descriptive approach. The subjects of this study were employees of PT Gadika Expressindo Medan, with data sources namely primary data and secondary data. And data collection techniques, namely, interviews, observation, and documentation. The researcher concluded that the promotional strategy implemented by PT Gadika Expressindo Medan was by using brochures, personal selling, in collaboration with ustadz and social media. The quality of service provided by the Umrah travel agency PT Gadika Expressindo Medan, namely providing facilities and infrastructure such as a waiting room and full ac living room, providing lodging for Umrah pilgrims leaving from out of town for free, having employees who are fully responsible for their congregation, the travel party provides accident insurance for the congregation, as well as the availability of herbal medicines or meningitis injections

to increase the congregation's immunity. And the comfort felt by the Umrah travel agency PT Gadika Expressindo Medan, namely giving full attention to the congregation both from leaving to returning to Indonesia, having friendly employees and communicating well, alert in whatever happens if there is an error from the travel, travel always maintains the cleanliness of the place for registering prospective pilgrims, as well as fulfilling pilgrims' requests from shopping, worshiping and all kinds of things there.

Keyword: Promotion Strategy, Service Quality, Comfort

1. PENDAHULUAN

Umrah merupakan ibadah sunnah yang biasa dilaksanakan oleh umat Islam dimana kegiatannya hampir sama dengan ibadah haji hanya saja umroh bisa dilakukan kapan saja berbeda dengan ibadah haji yang hanya bisa dilakukan pada bulan dzulhijah.¹

Ibadah umrah merupakan ibadah yang dianjurkan oleh Allah SWT berdasarkan ayat yang terdapat dalam al-Quran telah dijelaskan pula dalam al-qur'an surah Al-Baqarah Ayat 158 Allah berfirman:

إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ

Artinya: Sesungguhnya Shafaa dan Marwa adalah sebahagian dari syi'ar Allah maka Barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau berumrah maka tidak ada dosa baginy amengerjakan sa'i antara keduanya. dan Barang siapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, Maka Sesungguhnya Allah Maha Mensyukuri kebaikan lagi Maha mengetahui. (Surah Al-baqarah 158) :²

Permasalahan dalam hal ini adalah hadirnya travel umroh yang semakin marak didirikan sehingga menimbulkan persaingan dalam sektor penyedia jasa layanan umroh, hal ini menuntut perusahaan penyedia jasa perjalanan haji dan umroh tersebut harus meningkatkan strategi promosi dan kualitas pelayanan yang lebih baik unggul dan terpercaya, untuk merebut dan menguasai pasar dalam menarik jamaah umroh.

Tabel 1. Jumlah Jamaah Umrah PT. Gadika Tahun 2014-2019

Tahun	Jumlah Jamah
2014-2015	1000 Jamaah
2015-2016	1150 Jamaah
2016-2017	1550 Jamaah
2017-2018	1345 Jamaah
2018-2019	1045 Jamaah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014-2015 ke tahun 2015-2016 PT. Gadika mengalami peningkatan jumlah jamaah umrah tidak terlalu banyak, dan pada tahun 2015-2016 hingga 2016-2017 jamaah PT. Gadika mulai meningkat dan pada saat itu PT. Gadika termasuk salah satu travel yang paling banyak menjual tiket keberangkatan umrah dikota Medan. Hingga pada tahun 2017-2018 ke tahun 2018-2019 PT. Gadika mengalami penurunan jamaah umrah hal ini bisa dilihat dari tabel diatas. Penurunan jamaah disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah banyaknya bermunculan pesaing baru yang menawarkan harga lebih murah.

Oleh sebab itu, PT. Gadika Expressindo Medan lebih meningkatkan kualitas pelayanan terhadap calon jama'ah lebih baik lagi dari perusahaan lainnya yang hanya menawarkan harga yang

¹ M.Maftuh Basyuni, *Reformasi Manajemen Haji dan umrah*, (Jakarta: FDK Press,2008),h.1

² Al-qu'an surat Al-Baqarah ayat 158 *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Departemen Agama RI, proyek pengadaan kitb suci al-qur'an, Jakarta.24

lebih murah tetapi kualitas pelayanan terhadap jama'ah kurang baik. Sebagai contoh banyak perusahaan travel umroh menjanjikan pelayanan yang sangat baik walaupun harga yang di tawarkan sangat murah tetapi kenyataan dilapangan tidak sesuai yang diharapkan oleh para jamaah ketika berada di mekkah.

Salah satu biro perjalanan travel yaitu PT. Abu Tours terkenal akan penawaran paket umrah murah kepada jamaah. Dia menawarkan harga promo Rp 15 juta untuk dapat berangkat umrah. Pada tahun 2017, usaha yang didirikan Hamzah Mamba mulai bermasalah. Puluhan ribu jamaah yang tersebar di seluruh Indonesia mulai gelisah tak kunjung berangkat ke Mekkah. Jamaah kemudian melapor ke Polda Sulsel. Atas banyaknya laporan ini, pihak kepolisian pun bertindak cepat melakukan pengusutan. Dari kasus dan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa harga murah tidak menjamin kualitas yang ada ditravel tersebut dan harus lebih selektif dalam memilih travel.

Dengan banyaknya Travel fiktif membuat para calon jamaah ragu memilih Travel yang kualitasnya belum dijamin oleh masyarakat baik atau tidaknya dalam pelaksanaan perjalanan umrah. Maka dari itu masyarakat sangat berhati-hati dalam menyeleksi para perusahaan Travel yang banyak didirikan secara fiktif dan tidak resmi diakui pemerintah dan belum tentu memberikan kenyamanan para calon jamaah.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Mei sampai Juli, peneliti mengambil lokasi di PT. Gadika Expressindo Tour & Travel Jl. Bajak II No.55 E Simpang Brigif Marindal Medan.

2.2 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kualitatif yang bersifat penelitian lapangan (*Field Research*),³ Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang valid tentang Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Biro Perjalanan Umrah di PT.Gadika Expressindo Medan.

2.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pegawai PT.Gadika Expressindo Medan.

2.4 Sumber Data

a. Dalam penelitian ini, data primer yang digunakan berupa wawancara secara langsung dengan PT.Gadika, sehingga memperoleh keterangan lengkap mengenai strategi promosi, kualitas pelayanan dan kenyamanan biro perjalanan umrah.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber data tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Data dalam penelitian ini dapat dari buku, jurnal dan internet.

2.5 Tehnik Pengumpulan Data

a. Wawancara

³ Suharismi.Arikunto, *Dasar – Dasar Research*, (Tarsoto:Bandung, 2008), h. 58

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Wawancara terhadap informan sebagai sumber data dan informasi tentang fokus penelitian.⁴

Wawancara dilakukan kepada para informan yaitu PT Gadika Expressindo Medan dengan menggunakan alat perekam, peneliti meminta izin agar bersedia untuk diwawancarai dengan alat perekam untuk memperoleh hasil wawancara yang akurat dan agar tidak kehilangan informasi.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Didalam ini penelitian ini mengadakan observasi lapangan dengan melihat strategi promosi, kualitas pelayanan dan kenyamanan biro perjalanan umrah.

c. Dokumentasi

Dalam hal ini penelitian melakukan penelusuran data dengan menelaah buku, surat kabar, internet maupun sumber-sumber lain yang berisikan informasi mengenai PT.Gadika Expressindo Medan.

2.6 Teknik Pengelolaan Data Dan Analisis Data

a. *Editing*

Editing yaitu memeriksa kembali semua data yang diperoleh dengan memilih dan menyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan.⁵

Teknik ini digunakan peneliti untuk memeriksa kelengkapan data-data yang sudah penulis dapatkan, dan akan digunakan sebagai sumber-sumber dokumentasi.

b. *Organizing*

Organizing yaitu mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokkan data yang diperoleh. Dengan melakukan penyusunan data tentang strategi promosi, kualitas pelayanan dan kenyamanan biro perjalanan umrah pada PT.Gadika Expressindo Medan.

c. *Analyzing*

Analyzing yaitu engan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil editing dan organizing data yang telah diperoleh dari sumber-sumber penelitian dengan menggunakan teori sehingga diperoleh kesimpulan. Yakni dari analisis terkait perumusan tentang Analisis strategi promosi, kualitas pelayanan dan kenyamanan biro perjalanan umrah pada PT.Gadika Expressindo Medan.

2.7 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁶

Kemudian dianalisis untuk diperlukan kenyataan dari hasil penelitian yang bersifat umum agar nantinya ditarik kesimpulan yang khusus, setelah itu untuk mengetahui strategi promosi, kualitas pelayanan dan kenyamanan biro perjalanan umrah pada PT.Gadika Expressindo Medan.

2.8 Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data dapat dilakukan dengan uji kredibilitas yaitu seperti perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan, triangulasi, triangulasi terbagi ada beberapa yaitu triangulasi

⁴ Salim & Syahrums, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Citapustaka Media).2016.h.119

⁵ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, Bumi Aksara,Jakarta Hal 153

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Alfabeta : Bandung, 2018) Hal : 224

sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi teori dan menggunakan bahan referensi yaitu sebagai berikut:⁷

a. Uji Kredibilitas

Uji kredibilitas atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian yang disajikan penelitian kualitatif antara lain dilakukan sebagai berikut:

1) Perpanjangan Pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali kelapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Peneliti mengecek kembali apakah data yang telah diberikan selama ini merupakan data yang sudah benar atau tidak.

Bila data yang diperoleh selama ini setelah dicek kembali pada sumber data asli atau sumber data lain ternyata tidak benar, maka peneliti melakukan pengamatan lagi yang lebih luas dan mendalam sehingga diperoleh data yang pasti kebenarannya.

2) Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Dengan meningkatkan ketekunan itu, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali apakah data apakah data yang telah ditemukan salah atau tidak.

3) Triangulasi

Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data hasil observasi, hasil wawancara dan diskusi dengan teman sejawat. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber data, triangulasi metode, dan triangulasi teori sebagai berikut :

a. Triangulasi sumber

Triangulasi data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto.

b. Triangulasi Metode

Triangulasi Metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei.

Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan metode wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya.

c. Triangulasi Teori

Triangulasi teori, hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, triangulasi teori dapat meningkatkan kedalaman pemahaman asalkan peneliti mampu menggali pengetahuan teori secara mendalam atas hasil analisis data yang diperoleh.⁸

4) Menggunakan Bahan Referensi

Yang dimaksud dengan bahan referensi disini adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti, sebagai contoh: data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara, data tentang interaksi manusia, atau gambaran suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto dokumentasi.

⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* h. 278.

⁸ Salim. *Penelitian Metode, Pendekatan, dan jenis*. Jakarta : Kencana (2019).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Strategi Promosi yang diterapkan PT.Gadika Expressindo Medan

Dalam strategi promosi PT. Gadika Expressindo Medan menyusun serta mengembangkan program jasa perjalanan umrah dan haji plus yang memang dibutuhkan oleh konsumennya. Produk jasa yang dirancang ini efektif dalam memenangkan persaingan. Hal ini agar dapat terus meningkatnya jumlah jamaah yang ada di PT. Gadika Expressindo Medan. Promosi yang ditawarkan oleh PT. Gadika Expressindo Medan bertujuan untuk menarik minat calon jamaah dalam perjalanan haji dan umrah, oleh sebab itu beberapa keputusan harus diambil seperti keputusan tentang jenis pelayanan pokok yang disajikan, jenis produk yang akan ditawarkan.

Strategi promosi yang diterapkan PT.Gadika Expressindo Medan yaitu dengan menggunakan brosur, penjualan pribadi, bekerja sama dengan ustadz seta menggunakan media sosial yaitu facebook dan instagram.

a. Brosur

PT.Gadika Expressindo Medan menggunakan brosur sebagai media promosinya. Dimana desain brosurnya disesuaikan karakter PT.Gadika Expressindo Medan itu sendiri, Semakin menarik dan unik desain yang digunakan brosur tersebut, Semakin akan memiliki nilai tersendiri dan akan semakin menarik minat konsumen untuk membacanya.

b. Penjualan Pribadi

Penjualan secara langsung atau tatap muka ini agar mendorong suatu pendekatan yang lebih aktif, dimana perwakilan penjualan lebih mampu untuk menjelaskan secara lengkap suatu yang ditawarkan dan terperinci agar konsumen dapat menerima informasi secara keseluruhan dengan jelas dan benar sehingga konsumen tertarik pada produk yang ditawarkan.

c. Bekerja sama dengan ustadz

Promosi dengan cara ini terbilang cukup efektif dengan bantuan dari seorang ustadz, PT.Gadika Expressindo merekrut para Ustadz untuk bekerja sama dengan perusahaan.

Menurut saya seorang ustadz pasti memiliki suatu pengajian yang didalamnya terdapat beberapa golongan, baik orang tua maupun anak remaja. Apa lagi ini berkaitan dengan ibadah umrah, seorang ustadz pasti bisa menumbuhkan niat kepada para jamaahnya yang berkeinginan untuk pergi ke baitullah.

d. Facebook

Dengan menggunakan Facebook PT. Gadika Expressindo Medan dapat bergabung dalam suatu kelompok yang sama untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain. Pengguna facebook dapat menambahkan teman-teman mereka, mengirim pesan, mengisi biodata, dan memperbaharui profil pribadi agar orang lain dapat melihat tentang dirinya.

Promosi menggunakan media Facebook sangat efektif karena dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas dengan media Facebook masyarakat khususnya pengguna online dapat melihat profil PT.Gadika Expressindo Medan dan produk-produk yang ditawarkan.

e. Instagram

Promosi menggunakan media Instagram merupakan strategi yang sangat bagus yang dilakukan PT.Gadika Expressindo Medan dengan media ini perusahaan dapat lebih mudah mempromosikan produk atau layanannya dengan jangkauan yang lebih luas, selain itu promosi dapat lebih praktis karena tidak mengeluarkan biaya operasional cukup dengan memposting ke instagram saja, kemudian PT.Gadika Expressindo Medan lebih mudah untuk mengaksesnya.

3.2 Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan umrah PT.Gadika Expressindo Medan

Kualitas pelayanan haji dan umroh di PT.Gadika Expressindo Medan, peneliti telah melakukan penelitian dalam upaya menemukan atau menggali substansi dari permasalahan yang terkait dengan kualitas pelayanan haji dan umroh di PT.Gadika Expressindo Medan. Kualitas Pelayanan yang diberikan dalam biro perjalanan umrah PT.Gadika Expressindo Medan yaitu Menyediakan sarana dan prasarana seperti ruang tunggu dan ruang tamu full ac, menyediakan penginapan bagi jamaah umrah yang akan berangkat dari luar kota secara gratis, memiliki karyawan yang bertanggung jawab penuh terhadap jaamaahnya, pihak travel menyediakan asuransi kecelakaan bagi jamaahnya, serta tersedianya obat-obatan herbal atau suntik minginitis agar menambah kekebalan daya tubuh jamaah. Adapun dimensi kulaitas pelayanan sebagai berikut:

- a. Keandalan yang diberikan oleh PT.Gadika itu seperti memberikan ilmu pengetahuan sebelum beribadah, juga memberikan pembimbing yang berpengalaman sehingga para jamaah merasa puas pada waktu beribadah disana.
- b. Jaminan yang diberikan oleh PT. Gadika jika ada masalah dari PT. Gadika itu sendiri akan bertanggung jawab sepenuhnya dalam masalah yang dihadapi tetapi jika masalahnya terjadi secara global seperti adanya pandemi covid sekarang ini travel hanya bisa memberikan opsi atau pilihan.
- c. Perhatian yang diberikan oleh PT.Gadika baik dari sebelum berangkat ataupun sudah sampai disana dan kembali di Indonesia akan selalu memberikan perhatian seperti apa yang mereka butuhkan dan yang diinginkan para jamaah tersebut.
- d. Bukti langsung dari layanan fasilitas yang diberikan PT.Gadika itu tidak ada yang dibedakan, ini adalah salah satu kelebihan dari PT.Gadika itu sendiri bahwa mereka akan merasa di prioritaskan dalam fasilitas tersebut.

Dari kualitas pelayanan yang diberikan menurut saya sudah sangat efektif dengan adanya kualitas pelayanan ini bisa membuat para jamaah yang sudah terdaftar akan mempromosikan travel PT.Gadika Expressindo Medan ke keluarga terdekat atau tetangganya, dan dengan adanya kualitas pelayanan ini PT.Gadika mampu bersaing dengan travel lain.

3.3 Kenyamanan yang dirasakan biro perjalanan umrah pada PT.Gadika Expressindo Medan

Kenyamanan merupakan dimana kita merasa diri kita dihargai, merasa aman, senang dan tidak ada beban pikiran. Kenyamanan perlu didapatkan setiap orang dalam setiap kegiatannya, karena bila tidak nyaman, sesuatu yang dikerjakan tidak akan menjadi maksimal hasilnya.

Strategi kenyamanan yang dirasakan dalam biro perjalanan umrah PT.Gadika Expressindo Medan yaitu dengan memberikan perhatian penuh terhadap jamaah baik dari pergi sampai kembali lagi di Indonesia, memiliki karyawan yang ramah tamah dan berkomunikasi dengan baik, Sigap dalam apapun terjadi jika ada kesalahan dari pihak travel, pihak travel selalu menjaga kebersihan tempat pendaftaran calon jamaah, serta memenuhi permintaan jamaah dari belanja, beribadah dan segala macam yang ada disana. Adapun keterkaitan rasa nyaman sebagai berikut :

- a. Kenyamanan fisik terkait sensasi tubuh yang dirasakan yaitu kualitas pelayanan yang diberikan oleh travel, itu menyangkut kenyamanan para jamaah dari sebelum berangkat sampai kembali lagi ke Indonesia.
- b. Kenyamanan lingkungan dengan adanya pembimbing yang profesional dapat mempermudah jamaah dan membuat jamaah merasa puas akan bimbingan yang diberikan.
- c. Kenyamanan sosial yaitu menjalin hubungan dengan masyarakat atau jamaah lainnya didasari dengan komunikasi yang baik, dengan komunikasi yang baik dapat menyatukan persepsi diantara orang-orang yang memiliki ideologi yang berbeda-beda. Karena jamaah datang tidak dengan satu daerah.

Dari kenyamanan yang dirasakan biro perjalanan umrah menurut saya sudah sangat efektif dengan adanya kenyamanan yang diterapkan ini bisa membuat jamaah akan kembali lagi memilih travel umrah PT.Gadika Expressindo Medan.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian pembahasan tentang analisis Strategi Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Dalam Biro Perjalanan Umrah, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Strategi Promosi yang diterapkan PT. Gadika Expressindo Medan yaitu dengan menggunakan Brosur, Penjualan Pribadi, Bekerja sama dengan ustadz Media sosial yaitu menggunakan media Facebook dan Instagram.
- b. Kualitas Pelayanan yang diberikan dalam biro perjalanan umrah pada PT. Gadika Expressindo Medan yaitu menyediakan sarana dan prasarana seperti ruang tunggu dan ruang tamu full ac, menyediakan penginapan bagi jamaah umrah yang akan berangkat dari luar kota secara gratis, memiliki karyawan yang bertanggung jawab penuh terhadap jaamaahnya,

- pihak travel menyediakan asuransi kecelakaan bagi jamaahnya, serta tersedianya obat-obatan herbal atau suntik minginitis agar menambah kekebalan daya tubuh jamaah.
- c. Kenyamanan biro perjalanan umrah yang dirasakan dalam biro perjalanan umrah PT. Gadika Expressindo Medan yaitu selalu memberikan perhatian penuh terhadap jamaah baik dari pergi sampai kembali lagi di Indonesia, memiliki karyawan yang ramah tamah dan berkomunikasi dengan baik, Sigap dalam apapun terjadi jika ada kesalahan dari pihak travel, pihak travel selalu menjaga kebersihan tempat pendaftaran calon jamaah, serta memenuhi permintaan jamaah dari belanja, beribadah dan segala macam yang ada disana.

5. SARAN

Berdasarkan hasil dan analisis dan kesimpulan diatas, berikut ini adalah beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan :

- a. PT.Gadika Expressindo Medan
Perlu adanya strategi perluasan wilayah dengan membuka cabang di seluruh penjuru Negara Indonesia mengingat pangsa pasar masih sangat luas, karena calon jamaah potensial yang ada belum semuanya terjangkau oleh perusahaan.
- b. Universitas
Bagi universitas menjalin hubungan kerja sama dengan beberapa perusahaan atau travel umrah, dengan adanya kerja sama ini, bisa saling menguntungkan satu sama lain antara universitas dan travel bisnis, karena bisa dijadikan bahan promosi, karena selama ini belum ada universitas yang bekerja sama dengan travel umrah.
- c. Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya, agar penelitian ini tidak hanya sampai disini, peneliti berharap semoga masih banyak lagi ilmu-ilmuan yang melanjutkan penelitian ini khususnya mengenai travel umrah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada orang tua yang selalu mendoakan selama ini, semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Potensi Utama yang telah memberikan banyak ilmu.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-qu'an surat Al-Baqarah ayat 158 *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Departemen Agama RI, proyek pengadaan kitb suci al-qur'an, Jakarta
- [2] Arafah, S., & Sembiring, E. A. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Dengan Pemakaian Metode Perpektual Terhadap Penggunaan Aplikasi Quickbooks Accounting System (Studi Kasus UD. Rizky assila ULFA). *Bisei: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 3(2).
- [3] Hutagalung, M. A. K., Fitri, R., & Ritonga, S. R. W. (2019). Generasi Muslim Milenial dan Wirausaha. *SINDIMAS*, 1(1), 300-304.
- [4] Hutagalung, M. A. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(2), 228-239.
- [5] Murtani, A. (2019). Sosialisasi Gerakan Menabung. *Sindimas*, 1(1), 279-283.

- [6] Murtani, A. (2019). Peran UPZ (Unit Pengumpul Zakat) Yayasan Ibadurrahman Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Mandau. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(1), 52-64.
- [7] Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*.
- [8] Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*. Gramedia Pustaka Utama.
- [9] Prasetyo, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- [10] Supadmi, N. L. (2009). Meningkatkan kepatuhan wajib pajak melalui kualitas pelayanan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 1-14.