MANAJEMEN STRATEGIK DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON JEMAAH HAJI DAN UMROH PT. KRISMA TOUR KABUPATEN CIANJUR

Iwan Muhamad *1

Institut Madani Nusantara, Sukabumi, Indonesia
iwanimn15@gmail.com

Deny Muhamad

Institut Madani Nusantara, Sukabumi, Indonesia

ABSTRACT

Strategic management is the science and art involved in formulating, implementing, and evaluating cross-functional decisions that enable an organization to achieve its goals. Strategic management can help travel companies create additional value and differentiate from competitors. This can help companies attract the interest of potential pilgrims and also increase profits for the company. The formulation of the problem in this research is how to formulate strategies, implement strategies, and evaluate strategies in increasing the interest of prospective Hajj and Umrah pilgrims at PT. Krisma Tour. This research aims to determine strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation in increasing the interest of prospective Hajj and Umrah pilgrims at PT. Krisma Tour. This research uses a descriptive qualitative approach. The data collection techniques used in this research are interviews with two sources, observation, and documentation studies related to strategic management that have been implemented by PT Krisma Tour. The results of this research reveal that strategy formulation in the company PT. Krisma Tour has carried out either alternative strategies or special strategies. The special strategy used is doing door-to-door or word of mouth and maximizing social media as digital marketing. Strategy implementation at PT. Krisma Tour still only covers around 95% of, the implementation of vision and mission, implementation of goals, organizational structure, and implementation of marketing strategies. The shortcomings of strategy implementation at PT Krisma Tour are still in the development process, such as developing employee quality through various types of training. Strategy evaluation at the PT Krisma Tour company is carried out regularly every 3 months, the sections or segments evaluated include employee performance and employee target achievements.

Keywords: Evaluation, Implementation, Management, Formulation, Strategy

ABSTRAK

Manajemen strategik merupakan sains dan seni terkait dalam memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan. manajemen strategik dapat membantu perusahaan travel untuk menciptakan nilai tambahan dan pembeda dari para pesaing. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk menarik minat calon jama'ah dan juga meningkatkan keuntungan untuk perusahaan. Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi dalam meningkatkan minat calon jama'ah haji dan umroh di PT. Krisma Tour. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi dalam meningkatkan minat calon jama'ah

¹ Korespondensi Penulis

haji dan umroh di PT. Krisma Tour. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dengan dua narasumber, observasi, dan studi dokumentasi terkait manajemen strategik yang telah diterapkan oleh PT Krisma Tour. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa perumusan strategi di perusahaan PT. Krisma Tour telah dilakukan baik strategi alternatif atau strategi khusus. Adapun strategi khusus yang dilakukan yaitu dengan melakukan door to door atau mulut ke mulut dan memaksimalkan media sosial sebagai digital marketing. Implementasi strategi di PT. Krisma Tour masih hanya sekitar 95% meliputi, implementasi visi misi, implementasi tujuan, struktur organisasi dan implementasi strategi pemasaran. Kekurangan dari implementasi strategi di PT Krisma Tour masih dalam proses pengembangan seperti pengembangan mutu karyawan melalui berbagai macam pelatihan. Evaluasi strategi di perusahaan PT Krisma Tour dilakukan secara berkala setiap 3 bulan sekali, adapun bagian atau segmen yang dievaluasi meliputi kinerja karyawan dan capaian target karyawan.

Kata Kunci : Evaluasi, Implementasi, Manajemen, Perumusan, Staretgik.

PENDAHULUAN

Haji adalah ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi Ka'bah pada waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu atau tertentu. Ziarah ini tidak dilakukan di tempat, waktu, dan tindakan apa pun. Apabila tidak dilakukan pada tempat dan waktu yang tepat serta syarat-syaratnya tidak dipenuhi maka bukan haji (Sukayat, 2016). Setiap Muslim berhasrat untuk mencapai kesempurnaan dalam ibadah dengan mematuhi segala perintah Allah SWT dan menjauhi segala larangan-Nya. Al-Quran dan Hadits menjadi pedoman bagi umat Islam, menegaskan perintah dan larangan yang harus diikuti. Salah satu konsep utama dalam Islam adalah Rukun Islam dan Rukun Iman, yang merupakan pondasi penting dalam kehidupan seorang Muslim untuk mencapai kesempurnaan dalam keyakinan dan ibadahnya. (Agustin & Malik, 2024)

Kata umrah dalam bahasa Inggris berasal dari kata l'timar yang berarti ziarah. Artinya ziarah ke Ka'bah, melakukan tawaf, kemudian shalat antara Shafa dan Marwah, serta mencukur kepala tanpa menggunakan ukuf (tahlul) dan wuuf di Arafah. Ibadah umrah adalah mengunjungi Baitullah dan melakukan ihram mikat, tawaf, sayi dan mencukur rambut (tahrul) guna mendapatkan keridhaan Allah SWT. Ibadah umrah merupakan ibadah wajib bagi umat Islam dan hanya dapat dilakukan sekali seumur hidup. Bagi yang melaksanakannya lebih dari satu kali maka hukumnya sunah (Sukayat, 2016).

Ibadah umrah dan haji diwajibkan bagi orang muslim yang mampu menunaikannya satu kali dalam seumur hidup (Dikrih & Safitri, 2024). Ibadah haji dan umrah merupakan salah satu rukun Islam dan wajib bagi mereka yang mampu. "Kompeten" di sini mengacu pada seseorang yang mampu secara fisik, mental, dan finansial serta yakin bahwa mereka dapat membuat keluarganya sejahtera dan tercukupi. Hal ini dijelaskan dalam ayat 97 Q.s Ali Imran.

Artinya; "Di dalamnya terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) Maqam Ibrahim.108) Siapa yang memasukinya (Baitullah), maka amanlah dia. (Di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah Haji ke Baitullah, (yaitu bagi) orang yang mampu109) mengadakan perjalanan ke sana. Siapa yang mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu pun) dari seluruh alam." (Departemen Agama, 2015)

Di Indonesia sendiri, penyelenggaraan ibadah Haji telah diatur dengan adanya Undang-Undang Nomor 08 tahun 2019 (Muhamad & Putri, 2024). Agar ibadahnya terlaksana dengan baik dan sempurna, sehingga bisa beribadah secara khusus dan mendapatkan ibadah yang mabrur, tentunya membutuhkan pelayanan dan pembimbing ibadah Haji dan Umrah supaya dapat memudahkan jemaah dalam melaksanakan ibadahnya. Maka dari itu sangat dibutuhkannya sebuah perusahaan yang bergerak dalam kegiatan pelayanan Haji dan Umrah yaitu Travel Haji dan Umrah. Untuk mempermudah dalam penyelenggaraan ibadah haji maka pemerintah melibatkan peran serta masyarakat luas dalam hal pelayanan (Muslim & Permatasari, 2024)

Saat ini, kegiatan Haji dan Umroh telah menjadi kebutuhan spiritual Sebagian besar umat Islam di seluruh dunia. Ini telah menciptakan permintaan yang besar untuk layanan perjalanan Haji dan Umroh. Namun, permintaan yang tinggi ini menimbulkan persaingan yang ketat antara perusahaan travel Haji dan Umroh. Biro perjalanan Haji dan Umroh ini harus mengembangkan strategi pengelolaan yang efektif untuk menjaga kepercayaan dan meningkatkan minat calon Jemaah dalam menggunakan layanan mereka.

Dalam persaingan ini, biro perjalanan Haji dan Umroh juga menghadapi beberapa tantangan, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menawarkan harga yang bersaing, serta memenuhi persyaratan otoritas yang lebih ketat. Oleh karena itu, pariwisata harus merumuskan dan menerapkan manajemen strategis yang tepat untuk meningkatkan minat calon Jemaah, meningkatkan jumlah pendaftar dan menjaga kepercayaan jemaah masa depan terhadap layanan perjalanan. Dalam hal ini, Manajemen Strategik dapat membantu wisatawan dalam mengembangkan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan mereka.

Dengan menganalisis lingkungan internal dan eksternal, travel dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat calon Jemaah dan mengatasi tantangan mereka hadapi, penerapan strategi tersebut kemudian harus sesuai dan efektif dan kinerja perjalanan harus di evaluasi secara berkala untuk memastikan keberhasilan strategi yang diterapkan. Manajemen menurut Ricky W. Giffin menerangkan bahwa manajemen itu sebuah kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian dan pengontrolan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Efektif itu berarti tujuan dapat diraih sesuai dengan perencanaan, sedangkan efisien berarti tugas yang dilaksanakan secara benar, terorganisasi, dan sesuai dengan jadwal (Nasrudin, 2010).

Konsep Manajemen Strategik adalah dasar untuk memahami rencana strategik. Manajemen Strategik merupakan sains dan seni terkait dalam memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan (Ahadiat, 2010). Menurut Fred R. David Manajemen Strategik memiliki sebuah rangkaian mengenai kebijakan, langkah-langkah yang akan diambil sebagai penentu kinerja organisasi dalam jangka Panjang, hal tersebut dilalui dalam tahapan manajemen strategik itu adalah perumusan strategi, pelaksanaan strategi dan evaluasi strategi (Taufiqurokman, 2016).

Manajemen Strategik ini perlu diterapkan dalam PT. Krisma Tour yang diinginkan dapat bermanfaat untuk meningkatkan minat calon Jemaah Haji dan Umroh. Maka dari itu PT. Krisma Tour ini merupakan salah satu biro perjalanan yang aktif melayani di berbagai bidang seperti, haji plus, umroh, Tour domestik dan Tour internasional. Yang beralamat Jl. Arya Witanu Datar No 119 kel. Muka, kec. Cianjur kab. Cianjur Jawa Barat. PT. Krisma Tour ini berdiri pada tahun 1980 dan sudah

memiliki surat izin dari tahun 1995 dengan SK. KEMENAG No.55 / 95 / & No. 29/97. Menurut teori dari Fred R. David Manajemen Strategik merupakan pengetahuan yang berkenaan dengan perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

PT. Krisma Tour ini menerapkan sejumlah strategi marketing untuk merekrut jumlah Jemaah yang banyak dibandingkan perusahaan competitor. Karena tanpa adanya strategi marketing yang tepat dan efektif, maka sebegus apapun sebuah layanan (jasa) yang ditawarkan oleh perusahaan akan sulit diketahui oleh masyarakat sebagai calon konsumen. Dalam hal ini, manajemen strategik dapat membantu perusahaan travel untuk menciptakan nilai tambahan dan pembeda dari para pesaing. Hal ini dapat membantu perusahaan untuk menarik minat calon jemaah dan juga meningkatkan keuntungan untuk perusahaan.

Permasalahan yang terdapat di PT Krisma Tour ini dalam merencanakan strategi marketing yang masih belum tersusun rapih, dalam strategi marketingnya ini menggunakan strategi marketing mix, akan tetapi ada beberapa yang tidak berjalan dengan mulus dan efektif. Hanya ada satu cara strategi marketing yang berjalan efektif yaitu strategi word of mouth (mulut ke mulu) yang memanfaatkan para alumni yang sudah menggunakan layanan (jasa) di PT Krisma Tour.

Dalam menghadapi persaingan perusahaan Haji dan Umroh PT krisma Tour ini harus merencanakan strategi pemasarannya yang terkonsep dan tersusun, sehingga mudah untuk memperoleh calon konsumen (jemaah) dan mempermudah persaingan dengan biro perjalanan lainnya. Maka dari itu sangat di perlukan adanya manajemen strategik di PT Krisma Tour, agar memiliki strategi yang baik dan terencana dengan matang sehingga strategi mix yang lainnya berjalan secara efektif. Implementasi manajemen strategik merupakan kunci penting keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan minat calon Jemaah Haji dan Umroh di PT Krisma Tour.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran dan informasi yang lebih jelas dan lengkap, serta memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian observasional. Sumber dataNYA adalah sumber data primer dan sumber data sekunder yaitu berupa dokumen-dokumen tertulis, photo dll.

Kajian penelitian ini difokuskan pada manajemen strategik dalam meningkatkan minat calon jemaah haji, yang meliputi bagaimana manajemen perusahaannya, bagaimana perumusan strategi, bagaimana pengimplementasian strategi, bagaimana hasil dan evaluasi dalam melakukan strategi. Pengambilan data dilakukan dengan meode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam penelitian ini digunakan uji validitas data dalam proses pembuatan instrument.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan

PT Krisma Tour kepanjangan dari "keringat Bersama" karena didirikan oleh empat orang yang dulunya bergerak di haji lama, haji lama itu adalah dulu sebelum ada ketentuan pemerintah yang masih bisa melaksanakan haji dan umroh sampai 3 bulan. PT Krisma Tour ini didirikan oleh bpk H. Ihsan dan 3 orang lainnya pada tahun 1983, perusahaan ini bergerak di bidang pelayanan yaitu melayani para calon jemaah yang mau beribadah haji dan umroh. Akan tetapi pada tahun 1990 saham

perusahaan ini dibeli oleh Bapak Ihsan Jafar asli orang Tanggeung Cianjur, setelah itu pada tahun 1995 perusahaan biro perjalanan ini resmi memiliki izin dari pemerintah dengan SK. MENAG No. 55/95/& No.29/97. Maka dari itu mulai beroperasi dengan memfasilitasi para calon jemaah haji dan umroh, dengan memberikan pelayanan yang baik, mengatur, membimbing perjalanan spiritual.

Kepengurusan PT. Krisma Tour ini secara turun temurun karna yang memiliki Perusahaan ini adalah keluarga. Untuk saat ini pimpinan dari perusahaan biro perjalanan ini generasi ke 3 (tiga) yaitu Bapak Riyad Saleh Ihsan, beliau ini adik dari pendiri sekaligus pembeli saham perusahaan ini. Perusahaan biro perjalanan ini memberikan pelayanan umrah, haji plus, Tour domestik, dan Tour internasional. PT Krisma Tour ini terletak di Jl. Arimatanudatar No 119 kabupaten Cianjur Provinsi Jawa Barat dengan nomor telpon (0263) 2283199 dan juga ada media sosialnya yaitu Instragram krismahajjumroh, dan webnya www.krismaTours.com. Visi dan misi PT. Krisma Tour “ Membangun masyarakat yang madani (dapat melaksanakan ibadah haji rukun islam yang ke lima)” dengan pelayanan yang baik.” Memberikan pelayanan yang baik terhadap calon jemaah haji dan umroh, Meningkatkan kualitas dalam pelayanan dan Menjembatani para calon jemaah Haji dan Umroh untuk beribadah ke Baitullah

Ada beberapa paket yang disediakan oleh PT Krisma Tour Cianjur, dari mulai paket Umrah, Tour Domestik hingga Tour Internasional. Karena PT Krisma Tour sudah memiliki ijin dari ditjen PHU dan ijin dari PPIU untuk menyelenggarakan Ibadah Haji Plus. Adapun harga paket umroh, Tour domestik dan Tour internasional yang tersedia sangat bervariasi sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. Berikut paket Umroh, Tour domestik dan Tour internasional. Paket Ibadah Umroh : Umroh Spesial Ramadhan 9 Hari dengan fasilitas lengkap, hotel Bintang 4-5, Umroh syawal 9 Hari dengan fasilitas lengkap, hotel Bintang 5, Paket Tour Domestik : Tour napak tilas kota Nabi Jejak Rasul Program 10 hari (Yordan- Mesir- Palestina), Paket Tour Internasional : Tour Bangkok Shopping 3 hari 2 malam (Platinum Mall, Mbk Mall, Cathuchak, Siam Paragon, Patruman, Wat Arun, Chaopraya River Cross By Boat, Asiatique Night Market), Tour Bangkok Pattaya Thailand 3 hari 2 malam (At Arun, Chaopraya River Cross By Boat, Platinum Shopping Mall, Nong Noch Village (Thai Culture Show & Elephant Show), Laser Buddha Hill, Pattaya Beach, Hardrock Cafe Pattaya, Pattaya Floating Market, Erawadee Herbshop, Honey Bee Farm), Tour Explore Singapura- Malaysia 3 hari 2 malam (Singapore - Johor Baru - Malaka - Genting Highland - Kuala Lumpur), Tour Dubai-Turki 4 hari (Istanbul, Bhursa, Kusadasi, Pamukkale, Konya, Cappadocia, Ankara, Burjall Arab, Burj Khalifa, Dubai Heritage Village District, Museum Of Future), dan Paket Haji Plus (Khusus) : paket haji plus ini harganya sekitar 15.000 USD sudah termasuk fasilitas-fasilitas yang lengkap dengan hotel sofwah ghufuran Makkah dan hotel maden Madinah.

Analisis

Proses pengembangan visi dan misi di PT. Krisma Tour dengan cara, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menciptakan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternatif, dan memilih strategi khusus untuk dicapai. Sejalan dengan hal tersebut saat ini perusahaan PT Krisma Tour sedang merumuskan rencana strategi Tour internasional dan Tour domestic yang menargetkan kaum milenial sebagai target pasar untuk perencanaan tersebut.

Tour domestik ini merupakan perjalanan wisata dalam batas wilayah negara yang sama, yang berarti wisatawan bepergian dari suatu kota ke kota lain dalam lingkup negara yang sama, sedangkan Tour internasional merupakan perjalanan wisata yang melibatkan perjalanan antar negara atau lintas batas internasional. Tour domestik dan Tour internasional merupakan hal yang sedang populer dikalangan milenial. Hal ini menjadi cara yang baik untuk mempromosikan pariwisata dalam negeri sehingga PT. Krisma Tour menggunakan strategi ini untuk meningkatkan peminatnya. Yang menjadi fokus perusahaan biro perjalanan PT Krisma Tour dalam strategi ini yaitu bagaimana calon konsumen berpergian/berwisata dengan budget murah.

Penetapan harga itu proses menentukan harga yang tepat untuk produk atau jasa. Dimana harga ini salah satu penting dalam meningkatkan minat para calon jemaah haji dan umroh, karena dilihat dari masa sekarang calon jemaah haji dan umroh itu lebih melihat harga murah dibandingkan fasilitas. Akan tetapi Perusahaan PT. Krisma Tour juga dalam penetapan harga ini sesuai dengan ketentuan kementerian yang sudah ditentukan, yang mana beliau menjelaskan untuk tahun sekarang itu harga umroh itu diatas 30 juta, tapi kita berusaha agar harga itu murah tapi fasilitas yang lengkap supaya banyak yang minat. Jadi dalam perumusan strategi Perusahaan PT Krisma Tour ini dalam meningkatkan minat calon jemaah haji dan umroh dengan memberikan harga murah dengan fasilitas yang lengkap.

Adapun strategi khususnya yang dilakukan yaitu dengan melakukan dor to dor atau mulut ke mulut, dan juga PT. Krisma Tour memaksimalkan promosi melalui media digital seperti Instragram, Facebook, Website. Apabila ada kegiatan Perusahaan ini ikutserta dengan menjadi sponsor. Hal ini sejalan dengan teori Fred and Forest (2019) menyatakan ada lima pilar yang mendasar perumusan strategi salah satunya yaitu memulai strategi alternatif, dan memilih strategi khusus untuk yang dicapai. Karena tidak ada organisasi yang memiliki sumber daya tidak terbatas sehingga para penyusun strategi harus memutuskan alternatif strategi mana yang akan paling menguntungkan Perusahaan.

Strategi penetapan harga juga merupakan proses yang dapat memiliki dampak besar dalam kesuksesan perusahaan. Perusahaan perlu mempertimbangkan semua factor yang mempengaruhi penetapan harga untuk menetapkan harga yang efektif. Adapun dalam jurnal yang berjudul model deskriptif manajemen strategik : proses manajemen strategik, lingkungan eksternal, lingkungan internal, formulasi strategi. Dijelaskan bahwa dalam proses perumusan strategik terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan antara lain : Menganalisis lingkungan eksternal, yakni melakukan analisis terhadap beberapa faktor eksternal seperti perubahan trend pasar, kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi, dan aktivitas pesaing, Analisis lingkungan internal, yakni melakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan internal yang mencakup sumber daya manusia, struktur organisasi, budaya perusahaan, dan kemampuan serta keterampilan karyawan dan Perumusan strategi, yakni mencakup pemilihan segmen pasar yang tepat, diferensiasi produk atau layanan, penetapan komposisi yang kompetitif, dan pengembangan sumber daya yang relevan.

Jadi, perusahaan dapat memilih strategi terbaik untuk memaksimalkan potensi dan memperoleh keunggulan kompetitif. Ini melibatkan pemilihan strategi yang sesuai dengan keadaan perusahaan dan lingkungannya. Proses perumusan strategi juga mencakup alokasi sumber daya yang efektif dan evaluasi resiko yang terkait dengan setiap strategi yang dipertimbangkan. Pilihan segmen pasar yang tepat, menciptakan produk atau layanan yang berbeda, menciptakan posisi

kompetitif, dan pengembangan sumber daya dan kemampuan yang relevan adalah semua bagian dari strategi ini.

Pelaksanaan strategi di PT Krisma Tour dengan melakukan penetapan harga. Penetapan harga itu proses menentukan harga yang tepat untuk produk atau jasa. Dimana harga ini salah satu penting dalam meningkatkan minat para calon jemaah haji dan umroh, karena dilihat dari masa sekarang calon jemaah haji dan umroh itu lebih melihat harga murah dibandingkan fasilitas. Akan tetapi Perusahaan PT. Krisma Tour juga dalam penetapan harga ini sesuai dengan ketentuan kementerian yang sudah ditentukan, yang mana beliau menjelaskan untuk tahun sekarang itu harga umroh itu diatas 30 juta, tapi kita berusaha agar harga itu murah tapi fasilitas yang lengkap supaya banyak yang minat. Jadi dalam perumusan strategi Perusahaan PT Krisma Tour ini dalam meningkatkan minat calon jemaah haji dan umroh dengan memberikan harga murah dengan fasilitas yang lengkap.

Pelaksanaan strategi yang dilakukan oleh setiap orang yang ada dalam struktur organisasi PT Krisma Tour mengutamakan pengarahannya kembali usaha pemasaran, persiapan anggaran, pengembangan dan penggunaan sistem informasi, serta pengaitan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi. Pelaksanaan strategi pada perusahaan biro haji dan umroh PT Krisma Tour, beliau mengatakan bahwa implementasi strategi bisa dikatakan 95% sudah terlaksana. Dimana perusahaan mengembangkan karyawan-karyawannya seperti mengikuti banyak pelatihan. Misalnya apabila ada Tour domestik, Tour Asia karyawan diikutsertakan untuk menjadi Tour guide sehingga karyawan akan mendapatkan lisensi internasional, karena pembimbing haji dan umroh butuh sertifikat pengakuan dari pemerintah sehingga karyawan akan terus berkembang.

Strategi yang berhasil dilaksanakan pada sebuah perusahaan harus bergantung kepada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan yang lebih merupakan seni dibandingkan sains. Strategi diformulasikan, namun tidak diimplementasikan maka tidak akan memiliki tujuan yang berguna. Adapun pelaksanaan terhadap manajemen strategik itu sendiri harus mempertimbangkan masalah yang ada dengan cara yang strategis. Dalam konteks ini, pemikiran strategis mencakup pembuatan perencanaan strategis dan implementasinya dalam proses pengembangan lembaga. Dapat juga Dijelaskan bahwa setelah merumuskan strategi, implementasi dilakukan.

Perusahaan haji dan umroh melakukan manajemen strategi ini dengan memberikan sumber daya yang tepat kepada para jemaah, membuat perencanaan taktis, dan membuat struktur organisasi yang mendukung yang sesuai dengan kemampuan masing-masing perseorangan. Karena dengan begitu usaha melaksanakan strategi ini akan sukses, dengan adanya seluruh bagian organisasi yang harus bekerja sama dengan baik.

Tahap terakhir dalam manajemen strategik yang dilakukan PT Krisma Tour yaitu diadakan evaluasi strategi dengan Menilai faktor internal dan eksternal yang membentuk dasar strategi yang ada, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan koreksi adalah tiga langkah penting dalam evaluasi strategi di PT Krisma Tour, Karena kesuksesan untuk menarik minat calon Haji dan Umroh hari ini tidak menjamin kesuksesan besok, evaluasi strategi diperlukan.

Rasa puas dalam sebuah perusahaan jika jarang dilakukan evaluasi strategi seringkali berujung pada kegagalan. Berdasarkan temuan wawancara bersama staff haji dan umroh di Pt Krisma Tour dapat diketahui evaluasi dilakukan setiap tri wulan (3 Bulan) sekali, dengan cara mengukur kinerja karyawan yaitu salah satunya melihat capaian target karyawan. Setiap divisi bebas untuk

menentukan target sendiri. Apabila capaian target tidak maksimal karyawan akan diikutsertakan dalam pelatihan yang relevan sesuai bidangnya agar ada kemajuan kinerja pada karyawan.

SIMPULAN

Hasil evaluasi strategi merupakan acuan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan dan rencana pengembangan yang sekaligus menjadi bahan masukan untuk usaha pembinaan dan pengembangan kinerja karyawan PT Krisma Tour dalam rangka menerapkan visi, misi, dan peningkatan target, termasuk dimanfaatkan sebagai tolak ukur untuk persaingan kualitas biro perjalanan pada tingkat regional, provinsi, maupun tingkat kabupaten/kota. PT Krisma Tour melakukan evaluasi kinerja secara berkala untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan mencapai tujuan. Evaluasi ini melibatkan pemantauan kinerja, pengukuran terhadap tujuan yang telah ditetapkan, perbaikan, dan pengendalian jika ada perbedaan antara kinerja sebenarnya dan yang diharapkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan syukur kepada Allah Swt dan terimakasih penulis ucapkan kepada orang tua, anak-anak dan para tim yang mendukung, teman dan rekan kerja terutama yang berada di lingkungan Institut Madani Nusantara (IMN).

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadiat, A. (2010). *"Manajemen Strategik: Tinjauan Teoritikal Multiperspektif."* . Lampung: Repository.Lppm.Unila.Ac.Id, no. Strategic Management, Business Policy": 1–158. http://repository.lppm.unila.ac.id/22814/1/sertifikat_EC00202012198.pdf.
- Departemen Agama, R. (2015). Al-Qur'an dan Terjemahnya. Jakarta.
- Nasrudin, E. (2010). PSIKOLOGI MANAJEMEN. Bandung: CV. PUSTAKA SETIA.
- Sukayat, T. (2016). MANAJEMEN HAJI,UMROH. DAN WISATA AGAMA. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Taufiqurokman. (2016). *Manajemen Strategik. Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama*. Jakarta Pusat.
- Agustin, E., & Malik, F. A. (2024). Analisis SWOT Terhadap Pelayanan Haji Dan Umrah Pada Kbihu Al Ihsan Kecamatan Caringin Kabupaten Sukabumi. *JEBI: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3).
- Dikrilah, & Safitri, A. A. (2024). Strategi Marketing Mix Paket Haji Dan Umrah Dalam Meningkatkan Daya Tarik Masyarakat Di Pt Aba Tour And Travel Kota Sukabumi. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2).
- Muhamad, I. A., & Putri, K. P. K. (2024). Bimbingan Manasik Dalam Meningkatkan Mutu Ibadah Haji Dan Umrah Pada Jama'ah Kbihu Qubbatul Muttaqin Sukabumi. *JUTEQ: Jurnal Teologi & Tafsir*, 1(2), 43–50.
- Muslim, A. A., & Permatasari, H. (2024). Implementasi Metode Manasik Haji Terhadap Peningkatan Kemampuan Melaksanakan Ibadah Haji Di Kbihu Al-Hikmah Sukabumi. *NETIZEN: JOURNAL OF SOCIETY AND BUSSINESS*, 1(4).