

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

a. Sejarah Berdiri PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara beralamat di jalan Brigjend H. Hasan Baseri No. 80 Rt. 02, Rw. 01, Kota Raden Hilir, Kecamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara. Pada awalnya, PT. Madina Wisata Abadi bukanlah perusahaan jasa wisata seperti saat ini, melainkan sebuah majelis ta'lim ibu-ibu yang dilaksanakan 3x seminggu setiap sore yang rutin dilaksanakan sejak tahun 2012. Pada setiap liburan akhir pekan group majelis ta'lim mengadakan tour wisata religi dengan mengunjungi berbagai tempat-tempat peninggalan sejarah penting terkait Islam, baik berupa makam seperti makam wali atau pemimpin yang diagungkan atau tempat pemakaman tokoh yang dianggap manusia ajaib penuh legenda, masjid, bekas kerajaan, perhiasan, adat istiadat dan lain-lainnya yang berada di wilayah Kalimantan Selatan. Dengan rasa keinginan berwisata religi yang sangat besar, maka ada salah satu diantara jemaah majelis ta'lim berinisiatif mengeluarkan pendapat untuk tour ke luar Kalimantan Selatan, seperti tour wali songo. Yang diawali membawa jemaah dengan 1 keluarga, kemudian membawa jemaah lainnya dan merambat ketetangga hingga masyarakat lainnya.¹ Kemudian pada tahun 2016,

¹ Wawancara dengan H. Ghani, Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jamaah wisata religi PT. Madina Wisata Abadi, 22 Januari 2020.

PT. Madina Wisata Abadi menjadi biro perjalanan haji dan umroh yang secara resmi didirikan oleh H. Abadinor dengan nomor SK309 Tahun 2016 tanggal 23 Juni 2016.²

Sejak beroperasi sebagai biro perjalanan wisata, PT. Madina Wisata Abadi mengalami pasang surut usaha, seperti yang dikemukakan oleh bapak H. Ghani ketika sedang wawancara beliau mengatakan bahwa data yang menunjukkan adanya peningkatan dan penurunan jumlah jemaah yang menggunakan biro ini pada setiap tahunnya. Penurunan jumlah jemaah terjadi karena kurang dikenalnya nama perusahaan oleh masyarakat umum dan kurangnya testimoni tentang kepuasan jemaah yang pernah menggunakan travel ini.³

b. Visi dan Misi PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

PT. Madina Wisata Abadi memiliki visi “menjadi biro perjalanan wisata yang amanah serta professional, dalam rangka turut mewujudkan cita-cita generasi khairu ummah dengan menyelenggarakan dan mengembangkan wisata yang bernuansa religi”.⁴

Adapun misi PT. Madina Wisata Abadi adalah :

- 1) Menyelenggarakan dan mengembangkan kegiatan wisata yang bernuansa religius terkait dengan misi dakwah Islam.
- 2) Memberikan pelayanan dan kepuasan yang prima dengan mengutamakan kualitas sesuai standar global.
- 3) Berupaya memberikan ilmu pengetahuan tentang haji, umroh dan wisata yang

² <https://simpu.kemenag.go.id/home/detail/457> Diakses tanggal 16 Agustus 2019

³ Wawancara dengan H. Ghani, Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jamaah wisata religi PT. Madina Wisata Abadi, 22 Januari 2020.

⁴ *Ibid.*

bernuansa religius.⁵

c. Struktur Organisasi PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

Struktur organisasi merupakan peranan dan fungsi yang sangat penting baik dalam perusahaan, lembaga atau institusi lainnya karena tanpa adanya struktur organisasi yang sistematis dan baik, maka akan sulit bagi suatu perusahaan untuk menjalankan segala aktifitas secara terarah dan teratur dalam pencapaian tujuan-tujuannya. Melalui penataan struktur organisasi, segala kegiatan yang dijalankan oleh unit organisasi harus sesuai dengan tujuan organisasi atau terdapat sinkronisasi tujuan organisasi dengan tugas yang harus dilakukan setiap unit kerja. Struktur organisasi yang sehat berarti tiap satuan organisasi dapat menjalankan perannya dengan tertib, sedangkan organisasi yang efisien berarti dalam menjalankan perannya tersebut masing-masing satuan organisasi dapat mencapai perbandingan yang baik antara usaha dan jenis kerja. Inilah sebenarnya sasaran yang diharapkan dari penataan struktur organisasi dalam sebuah organisasi termasuk perusahaan.

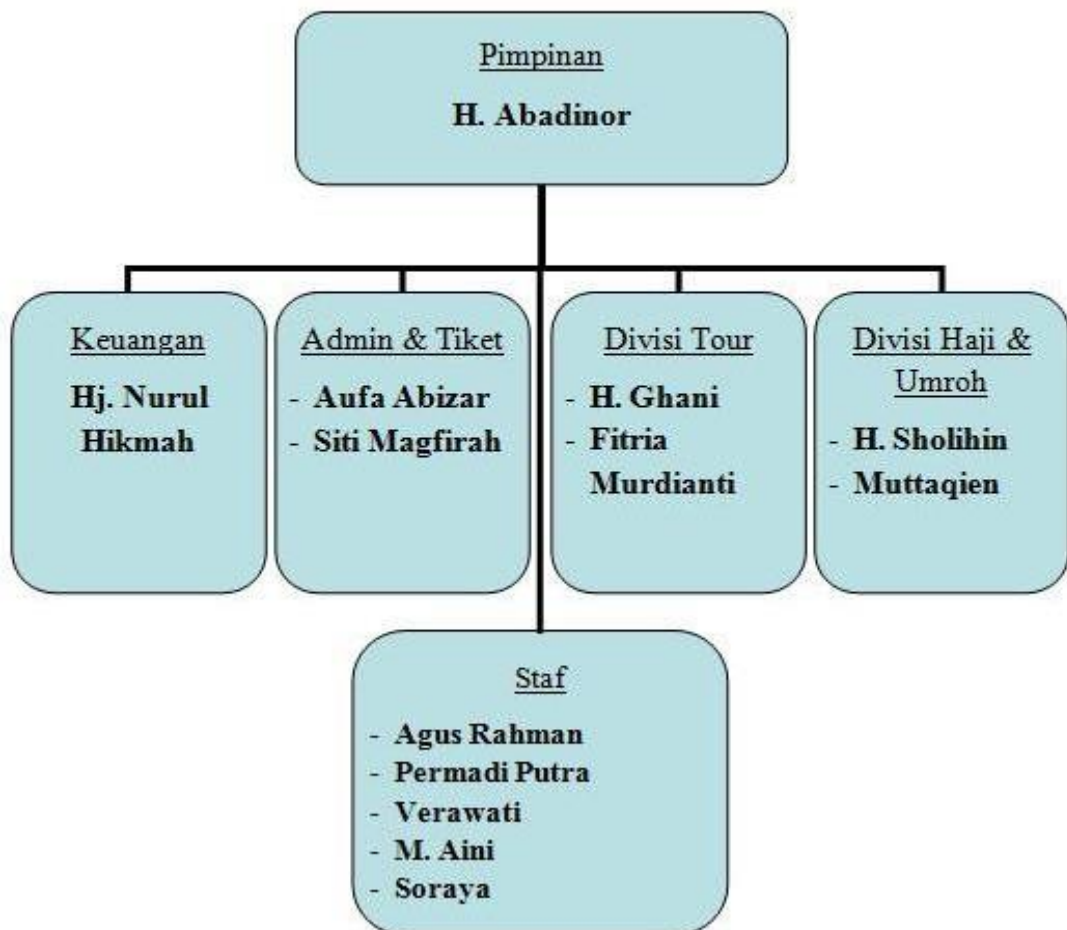
Hal terpenting yang harus diingat dalam menyusun struktur organisasi yang baik adalah kejelasan tugas, tanggung jawab, wewenang masing-masing unit kerja yang jelas serta hubungan koordinasi masing-masing bagian atau unit kerja dan antar bagian yang harus jelas.

Adapun struktur organisasi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah sebagai berikut:⁶

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*

**STRUKTUR ORGANISASI PT. MADINA WISATA ABADI
AMUNTAI KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Madina Wisata Abadi

Adapun uraian tugas-tugas atau fungsi-fungsi dari struktur organisasi tersebut di atas adalah sebagai berikut:⁷

1) Pimpinan

Bertugas menetapkan berbagai kebijakan terkait dengan operasional perusahaan, membuat perencanaan, mengkoordinir, memberikan wewenang kepada tiap bagian untuk melakukan tugasnya masing-masing serta melakukan pengawasan dan pengendalian kegiatan usaha.

⁷ Ibid.

2) Keuangan

Bertugas sebagai pengelola uang dalam perusahaan, dari pengurusan uang masuk sampai uang keluar untuk perusahaan.

3) Admin & Tiket

Bertugas dalam mengatur dan mengelola jamaah yang ingin memesan pembelian tiket pesawat dan juga bertanggung jawab atas pembuatan paspor bagi para jamaah.

4) Divisi Tour

Bertugas dalam mengatur dan mengelola para jamaah yang ingin melakukan perjalanan wisata maupun wisata religi dan sebagainya yang berhubungan dengan wisata umum.

5) Divisi Haji & Umroh

Bertugas dalam mengatur dan mengelola jamaah yang ingin berangkat haji dan umroh mulai dari pemberangkatan sampai pemulangan.

6) Staf

Bertugas membantu segala kegiatan administrasi dan mendukung operasional untuk sebuah divisi tertentu, diantaranya membuat surat (memo masuk dan memo keluar).

d. **Perkembangan PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara**

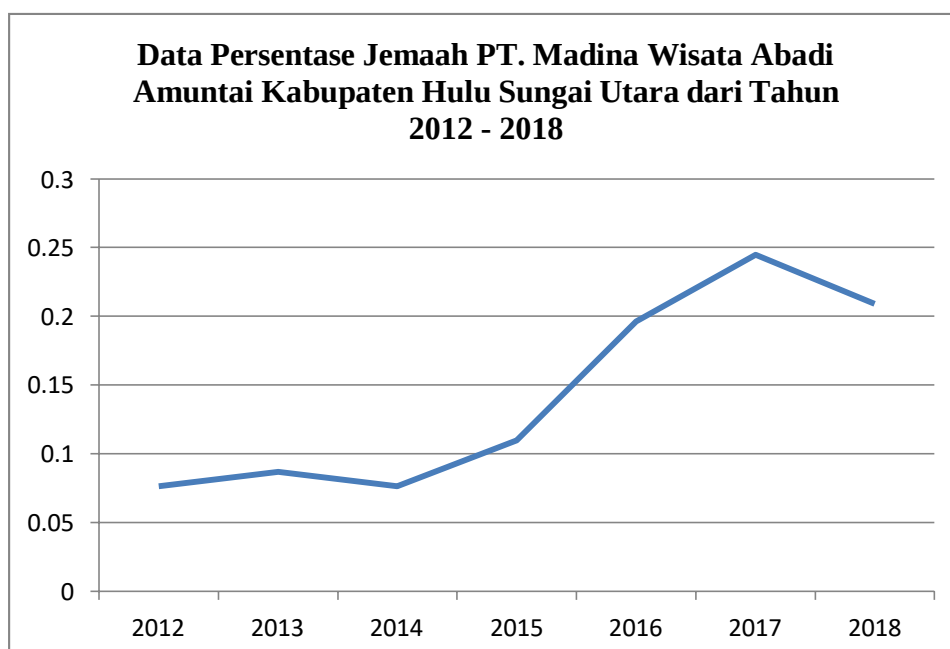
Dari tahun ke tahun sejak berdirinya PT. Madina Wisata AbadiAmuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara telah mengalami perkembangan yang cukup baik terhitung sejak berdirinya, travel ini membawa jamaah dengan jumlah cukup banyak. Berikut uraian jamaah/konsumen yang menggunakan jasa travel ini.

Tabel 4.1 Data Jumlah Jamaah Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi

Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara⁸

No	Tahun	Jumlah Jemaah/Konsumen
1.	2012	30
2.	2013	34
3.	2014	30
4.	2015	43
5.	2016	77
6.	2017	96
7.	2018	82
TOTAL		392

Gambar 4.2 Data Persentase Jemaah Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara dari Tahun 2012 - 2018⁹



Berdasarkan tabel 1 dan gambar 1 di atas, sejak adanya PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara pada tahun 2012 telah memiliki

⁸ Wawancara dengan H. Ghani , Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jaamah wisata religiPt. Madina Wisata Abadi, 27 Juni 2019.

⁹ *Ibid.*

jemaah/konsumen sebanyak 30 orang. Pada tahun 2013 jumlah jemaah/konsumen sebanyak 34 orang atau meningkat 0,11%. Pada tahun 2014 jumlah jemaah/konsumen sebanyak 30 orang atau turun -0,13%. Pada tahun 2015 jumlah jemaah/konsumen sebanyak menjadi 43 orang atau meningkat 0,30%. Pada tahun 2016 jumlah jemaah/konsumen sebanyak 77 orang atau meningkat 0,44%. Pada tahun 2017 jumlah jemaah/konsumen sebanyak 96 orang atau meningkat 0,19%. Pada tahun 2018 jumlah jemaah/konsumen sebanyak 82 orang atau turun sebanyak -0,17%. Total jemaah yang telah menggunakan travel dalam kurun waktu tahun 2012- 2018 kurang lebih adalah 392 orang jemaah/ konsumen.¹⁰

Dilihat dari perkembangan PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai yang dapat bersaing dengan biro-biro perjalanan lain yang ada di Kalimantan Selatan khususnya di Kabupaten Hulu Sungai Utara, adanya peningkatan dan penurunan jumlah jemaah yang menggunakan biro ini pada setiap tahunnya.

2. Manajemen Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

a. Manajemen Perencanaan Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

Perencanaan kegiatan wisata religi yang dilakukan oleh PT. Madina Wisata Abadi diawali dengan melakukan pengamatan terhadap kekurangan yang ada pada sistem manajemennya sendiri serta keadaan dan kondisi pasar dan masyarakat. Perencanaan ini dimulai dengan rapat yang diikuti oleh para pengelola PT. Madina Wisata Abadi itu sendiri untuk membahastentang perencanaan progam kerja apa yang akan dilakukan ke depannya, sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Ghani

¹⁰ *Ibid.*

bahwa:

“Dalam merencanakan kegiatan perusahaan, kami pihak pengelola akan mengumpulkan data-data yang diperlukan yang berasal dari masukan-masukan atau pengamatan-pengamatan terkait kekurangan atau kendala- kendala yang ada, keadaan kondisi pasar dan keadaan masyarakat saat ini dan kemungkinan yang akan datang. Data-data tersebut akan disampaikan pada sebuah rapat/kumpulan, yang diikuti oleh semua pengelola atau hanya beberapa pengelola saja yang mewakili divisi masing-masing, untuk membahas apa yang akan dibahas, biasanya kami membahas kegiatan yang akan datang, seperti program-program kedepannya yang akan ditawarkan kepada masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan pasar, anggaran dana, kegiatan harian, kegiatan mingguan, kegiatan bulanan, kegiatan tahunan dan kendala-kendala yang ada. Selanjutnya hasil rapat tersebut akan ditindaklanjuti oleh masing-masing divisi untuk diimplementasikan dalam kegiatan operasionalnya.¹¹

Kegiatan rapat tersebut tidak hanya menghasilkan program kerja kedepan, tetapi juga mengenai anggaran dana yang akan digunakan dalam pengembangan perusahaan terkait wisata religi. Seperti yang diungkapkan oleh H. Ghani yang mengemukakan bahwa:

“Dalam kegiatan rapat, akan dibahas mengenai pelayanan dan fasilitas yang akan didapatkan oleh jamaah, seperti, tas kecil, panduan & adab ziarah dan pakaian serta foto kenangan dan video ziarah yang akan didapatkan oleh jamaah. Selain itu, juga akan dibahas mengenai kondisi ekonomi atau biaya yang akan diperlukan dalam pelaksanaan wisata religi tersebut, seperti biaya amuntai ke bandara Syamsuddin Noor Banjarbaru, biaya pesawat, biaya hotel / penginapan selama ziarah, biaya mobil selamaziarah, sumbangan makam, parkir, tol, terminal, dan biaya-biaya lainnya.¹²

Implementasi dari rencana tersebut, selanjutnya akan dipantau secara berkala dan dievaluasi pada setiap akhir bulan. PT. Madina Wisata Abadi akan melakukan rapat untuk meninjau implementasi perencanaan yang telah dibuat sebelumnya terkait relevansi, efektifitas dan efisiensi untuk dapat memenuhi kebutuhan apa saja yang harus dilakukan dalam mengimplementasikan perencanaan strategi untuk mencapai tujuan strategitersebut kegiatan sebelumnya,

¹¹ Wawancara dengan H. Ghani , Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jaamah wisata religiPt. Madina Wisata Abadi, 22 Januari 2020.

¹² *Ibid.*

sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Sholihin sebagai berikut:

Biasanya kami mengadakan rapat pada setiap akhir bulan untuk melihat apakah implementasi perencanaan sebelumnya sudah relevan, efektif dan efisien. Jika implementasi perencanaan tersebut sudah relevan, efektif dan efisien, maka akan tetap kami jalankan, jika tidak maka akan kami tindaklanjuti dengan perencanaan yang baru.¹³

Adapun biaya dan rute wisata religi yang ditawarkan oleh PT. Madina Wisata Abadi adalah sebagai berikut.¹⁴

Tabel 4.2 Biaya dan Rute Wisata Religi PT Madina Wisata Abadi

No	Nama Paket	Biaya
1	Ziarah Wali Songo Plus Jakarta Perjalanan Ziarah Wali 5 plus Jakarta, meliputi: 1. Makam Syekh Zaini Ghani Sekumpul / Martapura 2. Makam Sunan Bongkol kota Surabaya 3. Jembatan Suramadu Jawa Timur 4. Makam Kyai Khaalil Bangkalan Madura 5. Makam Habib Boto Putih Surabaya 6. Makam Sunan Ampel Surabaya 7. Makam Mbah Bolong Surabaya 8. Makam Mbah Sholeh 9 kubur Surabaya 9. Makam Habib Muhammad al-Habsy /SBY 10. Makam Kyai Syarwani Abdan Bangil /Jawa Timur 11. Makam Kyai Hamid Pasuruan Jawa Timur 12. Mesjid Toren Malang Jawa Timur 13. Makam Sunan Gresik Jawa Timur 14. Makam Sunan Giri Gresik Jawa Timur 15. Makam Sunan Drajat Lamongan Jawa Timur 16. Goa Akbar Tuban Jawa Timur 17. Makam Syekh Assamarkandi Tuban Jawa Timur 18. Mesjid Perut Bumi Tuban Jawa Timur 19. Makam Sunan Bonang Tuban Jawa Timur 20. Makam Sunan Muria Jawa Tengah 21. Makam Sunan Kudus Jawa Tengah	5.500.000

¹³ Wawancara dengan H. Ghani , Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jaamah wisata religiPt. Madina Wisata Abadi, 27 Januari 2020.

¹⁴ Wawancara dengan H. Ghani , Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jaamah wisata religiPt. Madina Wisata Abadi, 22 Januari 2020.

	22. Makam Sunan Kalijaga Demak Jawa Tengah 23. Mesjid Demak Jawa Tengaah 24. Makam Seseputh Kerajaan Demak Jawa Timur 25. Makam Habib Ahmad, Al-Atthas Pekalongan Jawa Tengah 26. Pasar batik Pekalongan Jawa Tengah 27. Makam Sunan Gunung Jati Jawa Barat 28. Makam Sunan Jatul Khahfi Jawa Barat 29. Mesjid Kubah Emas Depok Jakarta 30. Makam Habib Muhammad Al-Haddad Tanjung Priuk 31. Makam Habib Husien Luar Batang Jakarta 32. Mesjid Istiqlal Jakarta Pusat 33. Monas Jakarta Pusat 34. Pasar Tanah Abang Jakarta 27. Makam Ustadz Jefri Al-Bukhari JakartaPusat	
No	Nama Paket	Biaya
2	Ziarah Wali Songo Jawa Timur, Jawa Tengah,& Jawa Barat Perjalanan Ziarah Wali 8, meliputi: 1. Makam Syekh Zaini Ghani Sekumpul / Martapura 2. Makam Sunan Bongkol kota Surabaya 3. Jembatan Suramadu Jawa Timur 4. Makam Kyai Khaalil Bangkalan Madura 5. Makam Habib Boto Putih Surabaya 6. Makam Sunan Ampel Surabaya 7. Makam Mbah Bolong Surabaya 8. Makam Mbah Sholeh 9 kubur Surabaya 9. Makam Habib Muhammad al-Habsy /SBY 10. Makam Kyai Syarwani Abdan Bangil /Jawa Timur 11. Makam Kyai Hamid Pasuruan Jawa Timur 12. Mesjid Toren Malang Jawa Timur 13. Makam Sunan Gresik Jawa Timur 14. Makam Sunan Giri Gresik Jawa Timur 15. Makam Sunan Drajat Lamongan JawaTimur 16. Goa Akbar Tuban Jawa Timur 17. Makam Syekh Assamarkandi Tuban Jawa Timur 18. Mesjid Perut Bumi Tuban Jawa Timur 19. Makam Sunan Bonang Tuban Jawa Timur	5.000.000

	20. Makam Sunan Muria Jawa Tengah 21. Makam Sunan Kudus Jawa Tengah 22. Makam Sunan Kalijaga Demak Jawa Tengah 23. Mesjid Demak Jawa Tengah 24. Makam Sesepuh Kerajaan Demak Jawa Timur	
3	Ziarah Wali Songo Jawa Timur & Jawa Tengah Perjalanan Ziarah Wali 8, meliputi: 1. Makam Syekh Zaini Ghani Sekumpul / Martapura 2. Makam Sunan Bongkol kota Surabaya 3. Jembatan Suramadu Jawa Timur 4. Makam Kyai Khaalil Bangkalan Madura 5. Makam Habib Boto Putih Surabaya 6. Makam Sunan Ampel Surabaya 7. Makam Mbah Bolong Surabaya 8. Makam Mbah Sholeh 9 kubur Surabaya 9. Makam Habib Muhammad al-Habsy /SBY 10. Makam Kyai Syarwani Abdan Bangil /Jawa Timur 11. Makam Kyai Hamid Pasuruan Jawa Timur 12. Mesjid Toren Malang Jawa Timur 13. Makam Sunan Gresik Jawa Timur 14. Makam Sunan Giri Gresik Jawa Timur 15. Makam Sunan Drajat Lamongan Jawa Timur 16. Goa Akbar Tuban Jawa Timur 17. Makam Syekh Assamarkandi Tuban Jawa Timur 18. Mesjid Perut Bumi Tuban Jawa Timur 19. Makam Sunan Bonang Tuban Jawa Timur 20. Makam Sunan Muria Jawa Tengah 21. Makam Sunan Kudus Jawa Tengah 22. Makam Sunan Kalijaga Demak Jawa Tengah 23. Mesjid Demak Jawa Tengah 24. Makam Sesepuh Kerajaan Demak Jawa Timur 25. Makam Habib Ahmad, Al-Atthas Pekalongan Jawa Tengah 26. Pasar batik Pekalongan Jawa Tengah 27. Makam Sunan Gunung Jati Jawa Barat 24. Makam Sunan Jatul Khahfi Jawa Barat	4.600.000
4	Ziarah Wali Songo Jawa Timur Perjalanan Ziarah Wali 5, meliputi: 1. Makam Syekh Zaini Ghani Sekumpul / Martapura 2. Makam Sunan Bongkol kota Surabaya 3. Jembatan Suramadu Jawa Timur	

	4. Makam Kyai Khaalil Bangkalan Madura 5. Makam Habib Boto Putih Surabaya 6. Makam Sunan Ampel Surabaya 7. Makam Mbah Bolong Surabaya 8. Makam Mbah Sholeh 9 kubur Surabaya 9. Makam Habib Muhammad al-Habsy /SBY 10. Makam Kyai Syarwani Abdan Bangil /Jawa Timur 11. Makam Kyai Hamid Pasuruan Jawa Timur 12. Mesjid Toren Malang Jawa Timur 13. Makam Sunan Gresik Jawa Timur 14. Makam Sunan Giri Gresik Jawa Timur 15. Makam Sunan Drajat Lamongan JawaTimur 16. Goa Akbar Tuban Jawa Timur 17. Makam Syekh Assamarkandi Tuban Jawa Timur 18. Mesjid Perut Bumi Tuban Jawa Timur 19. Makam Sunan Bonang Tuban Jawa Timur	4.400.000
No	Nama Paket	Biaya
5	Ziarah Wali Songo Plus 1. Perjalanan Ziarah Wali Songo Plus, meliputi: Makam Syekh Zaini Ghani Sekumpul / Martapura 2. Makam Sunan Bongkol kota Surabaya 3. Jembatan Suramadu Jawa Timur 4. Makam Kyai Khaalil Bangkalan Madura 5. Makam Habib Boto Putih Surabaya 6. Makam Sunan Ampel Surabaya 7. Makam Mbah Bolong Surabaya 8. Makam Mbah Sholeh 9 kubur Surabaya 9. Makam Habib Muhammad al-Habsy / Surabaya 10. Makam Kyai Syarwani Abdan Bangil /Jawa Timur 11. Makam Kyai Hamid Pasuruan Jawa Timur 12. Mesjid Toren Malang Jawa Timur 13. Makam Sunan Gresik Jawa Timur 14. Makam Sunan Giri Gresik Jawa Timur 15. Makam Sunan Drajat Lamongan JawaTimur 16. Goa Akbar Tuban Jawa Timur 17. Makam Syekh Assamarkandi Tuban Jawa Timur 18. Mesjid Perut Bumi Tuban Jawa Timur 19. Makam Sunan Bonang Tuban Jawa Timur 20. Makam Sunan Muria Jawa Tengah 21. Makam Sunan Kudus Jawa Tengah 22. Makam Sunan Kalijaga Demak JawaTengah	5.500.000

	23. Mesjid Demak Jawa Tengaah 24. Makam Sesepuh Kerajaan Demak Jawa Timur 25. Makam Habib Ahmad, Al-Atthas Pekalongan Jawa Tengah 26. Pasar batik Pekalongan Jawa Tengah 27. Makam Sunan Gunung Jati Jawa Barat 28. Makam Sunan Jatul Khahfi Jawa Barat 29. Mesjid Kubah Emas Depok Jakarta	
--	---	--

Dalam menyelenggarakan kegiatan wisata religi yang ditawarkan oleh PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara di atas menggunakan tahap-tahap sebagai berikut:¹⁵

1) Penawaran paket wisata

Penawaran paket wisata yaitu tahap pertama yang dilakukan PT. Madina Wisata Abadi untuk menjaring pasar konsumen/jamaah yang ingin melakukan perjalanan wisata religi agar menggunakan jasa PT. Madina Wisata Abadi.

2) Perencanaan wisata religi

Perencanaan ini dilakukan setelah konsumen/jamaah merasa tertarik dan menyetujui untuk menggunakan jasa PT. Madina Wisata Abadi. Perencanaan ini meliputi penentuan obyek wisata yang akan dikunjungi, transportasi menuju lokasi wisata, pengaturan tour leader, dan pembiayaan.

3) Negoisasi

Konsumen/jamaah bisa menggunakan rute wisata religi yang ditawarkan oleh PT. Madina Wisata Abadi atau konsumen/jamaah melakukan negoisasi dengan PT. Madina Wisata Abadi dalam menentukan obyek wisata yang secara khusus ingin dikunjungi dan penentuan harga yang sesuai dengan

¹⁵ Wawancara dengan H. Ghani, Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jamaah wisata religi PT. Madina Wisata Abadi, 22 Januari 2020

keinginan konsumen/jamaah. Setelah negoisasi PT. Madina Wisata Abadi melakukan perencanaan ulang guna memenuhi permintaan konsumen/jamaah yang mengalami perubahan.

4) Konsolidasi

Konsolidasi yaitu konsumen/jamaah dan PT. Madina Wisata Abadi telah sama-sama sepakat dengan perencanaan wisata tersebut. Kesepakatan ini ditandai dengan adanya perjanjian kontrak antara kedua pihak.

5) Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan wisata religi sesuai dengan waktu yang telah ditentukan sebelumnya.

Pelayanan yang diberikan PT. Madina Wisata Abadi kepada konsumen/jamaah diantaranya sebagai berikut:

a) Pelayanan menuju tempat tujuan, antara lain:

- Komunikasi yang terus berlangsung selama proses kerja sama dalam penyelenggaraan wisata antara kedua belah pihak.
- Menyediakan layanan antar jemput dari tempat penjemputan ke tempat tujuan sesuai keinginan konsumen/jamaah (*door to door*).
- Menyediakan transportasi. Transportasi yang digunakan dalam wisata religi ini meliputi transportasi darat dan udara. Transportasi darat dapat dibagi menjadi 2 bagian, yaitu transportasi wilayah Kalimantan dan transportasi untuk wilayah Jawa. Untuk transportasi wilayah Kalimantan (Amuntai-Banjarmasin), menggunakan bus, mini bus dan jenis mobil pribadi. Sedangkan untuk transportasi wilayah Jawa, telah berlangganan dengan PT. Travel Khas Banjar yang berada di Sunan Ampel Surabaya.

- Menyediakan *tour leader* dan *tour guide*. *Tour leader* dan *tour guide* ini bertugas memimpin, memandu perjalanan dan memberikan informasi seputar obyek wisata.

b) Pelayanan di tempat tujuan, antara lain:

- Menyediakan konsumsi dan akomodasi. Konsumsi dan akomodasi merupakan upaya pemenuhan kebutuhan pokok bagi para wisatawan yang berbentuk snack, makan sehari tiga kali (pagi, siang, dan malam), dan penginapan (hotel, tempat transit).
- Pemberian suvenir/*doorprise*. Suvenir merupakan lambang bentuk rasa terima kasih dan penghargaan bagi konsumen/jemaah yang telah bersedia mempercayakan urusan perjalanan kepada PT.Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara, misalnya: tas kecil, panduan & adab ziarah dan pakaian serta fotokenangan dan video ziarah yang akan didapatkan oleh jemaah.¹⁶

6) Evaluasi

Evaluasi ini dilakukan dengan konsumen/jemaah yang bertujuan guna mengoreksi kegiatan wisata religi yang telah berjalan mengenai efektivitas, efisiensi, dan segala kekurangan atas kinerja PT. Madina Wisata Abadi.

Dalam standar menentukan potensi kepariwisataan ada standar dari kepariwisataan yang meliputi *amenity*, *accessibility*, *attraction*, dan *ancillary* sebagai berikut:

- a) *Amenity* yang merupakan aspek fasilitas utama dan pendukung yang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan

¹⁶ Wawancara dengan H. Ghani , Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jaamah wisata religi Pt. Madina Wisata Abadi, 22 Januari 2020.

kerasan tinggal lebih lama pada sebuah destinasi. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata ialah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara, pelabuhan, telepon, dan lain-lain. PT. Madina Wisata Abadi selalu memperhatikan fasilitas daerah tujuan wisata untuk kenyamanan jamaah, seperti misalnya pemilihan tempat tinggal sementara/penginapan yang layak sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Ghani pada bab sebelumnya.

- b) *Accessibility* merupakan aspek transportasi guna memudahkan akses bagi wisatawan domestik dan mancanegara agar dapat mencapai tujuan ke tempat wisata baik secara internasional maupun akses terhadap tempat-tempat wisata pada sebuah destinasi. Di sisi lain akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Terkait *accessibility*, PT. Madina Wisata Abadi membangun komunikasi yang terus berlangsung selama proses kerja sama dalam penyelenggaraan wisata agar memudahkan pertukaran informasi, menyediakan layanan antar jemput dari tempat penjemputan ke tempat tujuan sesuai keinginan konsumen/jamaah (*door to door*), menyediakan transportasi yang meliputi transportasi wilayah Kalimantan dan transportasi untuk wilayah Jawa, berupa transportasi darat dan udara, dan menyediakan *tour leader* dan *tour guide*, *tour leader* dan *tour guide* ini bertugas memimpin, memandu perjalanan dan memberikan informasi seputar obyek wisata.
- c) *Attraction* merupakan aspek daya tarik destinasi yang dapat menarik wisatawan dan setiap destinasi pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya. *Attraction* (Atraksi)

Merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Perencanaan kegiatan wisata religi yang dilakukan oleh PT. Madina Wisata Abadi dengan melakukan pengamatan terhadap keadaan dan kondisi pasar dan masyarakat, sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Ghani pada bab sebelumnya bahwa PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara akan mengumpulkan data-data yang diperlukan yang berasal dari masukan-masukan atau pengamatan-pengamatan terkait kekurangan atau kendala-kendala yang ada, keadaan kondisi pasar dan keadaan masyarakat saat ini dan kemungkinan yang akan datang.

- d) *Ancillary* merupakan aspek kelembagaan, sumber daya manusia, sistem, dan kelembagaannya berupa lembaga pariwisata yang akan mendukung sebuah destinasi layak untuk dikunjungi, aspek kelembagaan tersebut dapat berupa dukungan lembaga keamanan, lembaga pariwisata sebagai pengelola destinasi, dan lembaga pendukung lainnya yang dapat menciptakan kenyamanan wisatawan. *Ancillary* merupakan pelayanan tambahan yang disediakan oleh Pemerintah Daerah dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain). Dalam hal ini, pihak PT. Madina Wisata Abadi tidak memasukkan daerah yang dianggap berbahaya bagi keselamatan jemaah sebagai destinasi wisata tujuan, seperti daerah yang Pemerintah Daerah setempat tidak dapat menjamin keselamatan wisatawan yang datang ke daerahnya atau daerah yang tidak bisa diakses,

baik melalui transportasi darat, laut maupun udara.

b. Manajemen Pengorganisasian Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

Pengorganisasian yang telah dilakukan PT. Madina Wisata Abadi dengan pembentukan struktur organisasi serta pembagian kerja sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan kemampuan di bidangnya masing-masing. Misalnya H. Ghani, beliau bertugas pada bidang divisi tour yang mengatur dan mengelola para konsumen/jemaah yang ingin melakukan perjalanan wisata maupun wisata religi dan sebagainya yang berhubungan dengan wisata umum.

H. Ghani merupakan salah satu ustadz/tokoh masyarakat di wilayah Amuntai yang cukup banyak memiliki jemaah. Sebelum bergabung dengan PT. Madina Wisata Abadi, beliau biasanya memimpin pengajian serta mendampingi jemaahnya dalam melakukan kegiatan wisata religi yang ada di wilayah Kalimantan Selatan maupun daerah Jawa. Sebagaimana yang diungkapkan oleh beliau bahwa:

Sebelum saya bekerja di PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara, saya biasanya memimpin pengajian serta mendampingi jemaah saya dalam melakukan ziarah ke makam para wali Allah SWT, baik yang berada di wilayah Kalimantan Selatan maupun daerah Jawa.¹⁷

PT. Madina Wisata Abadi dalam memanajemen wisata religinya tidak melakukan kemitraan dengan biro-biro wisata yang ada di Kabupaten Hulu Sungai Utara, melainkan dengan menggandeng beberapa tokoh masyarakat yang ada di wilayah sekitar. Contohnya adalah, beberapa pegawainya merupakan tokoh masyarakat setempat, sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Ghani bahwa:

¹⁷ Wawancara dengan H. Ghani, Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jamaah wisata religi PT. Madina Wisata Abadi, 22 Januari 2020.

Sebelum saya bekerja di PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara, saya biasanya memimpin pengajian serta mendampingi jemaah saya dalam melakukan ziarah ke makam para wali Allah SWT, baik yang berada di wilayah Kalimantan Selatan maupun daerah Jawa.¹⁸

Terkait dengan hubungan pimpinan dengan bawahannya, berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu pengelola PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yang menyatakan bahwa: Pada awal saya bekerja saya di PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara, pimpinan perusahaan tersebut mengatakan jangan anggap kamu bekerja dengan saya, akan tetapi anggaplah bahwa perusahaan ini milik kamu sendiri.¹⁹ Hal ini menunjukkan bahwa pimpinan menjaga hubungan dengan pegawainya, karena *relationship* (hubungan) merupakan hal penting di dalam organisasi dan merupakan hal-hal yang peka.

PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara berusaha untuk memberikan pelayanan dengan baik. Proses pelayanan dilakukan dengan terencana agar semua proses kegiatan wisata religi lebih efektif dan efisien. Dalam kegiatan wisata religi, PT. Madina Wisata Abadi meliputi: transportasi, akomodasi, konsumsi dan suvenir.

Pelayanan transportasi yang diberikan oleh PT. Madina Wisata Abadi dalam menjalankan kegiatan wisata religinya adalah ketika melakukan kunjungan pada tempat-tempat wisata yang telah ditentukan atau dipilih oleh jemaah dengan menggunakan bus pariwisata yang dilengkapi dengan AC dan TV digital dan fasilitas lainnya ataupun minibus.²⁰ Transportasi yang digunakan dalam wisata religi ini meliputi transportasi darat dan udara. Transportasi darat dapat dibagi kepada 2

¹⁸ Wawancara dengan H. Ghani, Divisi Tour dan Ustadz yang membawa jemaah wisata religi PT. Madina Wisata Abadi, 22 Januari 2020.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*

bagian, yaitu transportasi wilayah Kalimantan dan transportasi untuk wilayah Jawa. Untuk transportasi wilayah Kalimantan (Amuntai-Banjarmasin), menggunakan bus, mini bus/van dan jenis mobil pribadi. Sedangkan untuk transportasi wilayah Jawa, telah berlangganan dengan PT. Travel Khas Banjar yang berada di Sunan Ampel Surabaya.²¹

Adapun pemberangkatan jemaah dalam kegiatan wisata religi dari Amuntai menuju Banjarmasin menggunakan minibus dengan tujuan pertamanya adalah makam Syekh Zaini Ghani Sekumpul / Martapura. Selanjutnya jemaah akan diberangkatkan menuju destinasi wisata yang telah ditentukan menggunakan pesawat.²² Selanjutnya jemaah akan dijemput langsung dari bandara menuju tempat penginapan oleh travel (biasanya travel Khas Banjar) yang telah ditentukan sebelumnya.

Adapun akomodasi atau tempat penginapan yang digunakan jemaah yang biasanya berada di tempat yang lokasinya berdekatan dengan tempat kunjungan wisata. Untuk hotel atau penginapan diatur oleh pihak PT. Madina Wisata Abadi melalui travel Khas Banjar.²³ Sedangkan untuk konsumsi diberikan PT. Madina Wisata Abadi kepada para jemaah meliputi konsumsi pada jam makan pagi, siang dan malam hari. Konsumsi ini di atur dan dikelola oleh PT. Madina Wisata Abadi, baik konsumsi dalam bentuk snack ataupun nasi box yang diberikan kepada jemaah bisa berada di rumah makan, penginapan maupun dalam perjalanan.²⁴

Pelayanan selanjutnya adalah pemberian souvenir atau cinderamata yang diberikan kepada jemaah PT. Madina Wisata Abadi yang biasanya berupa: tas

²¹ *Ibid.*

²² *Ibid.*

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid.*

kecil, panduan & adab ziarah dan pakaian serta foto kenangan dan video ziarah yang akan didapatkan oleh jemaah.²⁵

c. **Faktor Penunjang Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara.**

Adapun faktor pendukung PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah:

- 1) Letak geografis yang strategis. Kantor PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara di jalan Brigjend H. Hasan Basri berada di jalan utama, sehingga mudah diakses oleh masyarakat.
- 2) Publikasi dari PT. Madina Wisata Abadi yang terus menerus melalui para pegawainya yang juga merupakan tokoh masyarakat yang cukup membantu pemasaran dari travel tersebut.²⁶
- 3) Tempat atau kantor yang digunakan cukup memadai dan lengkap secara sarana dan prasarannya.
- 4) Destinasi wisata religi yang ditawarkan merupakan tempat-tempat wisata religi yang sudah terkenal.
- 5) Konsumen/jemaah dapat menentukan obyek wisata yang secara khusus ingin dikunjungi dan penentuan harga yang sesuai dengan keinginan sendiri.

B. Pembahasan

1. Manajemen Perencanaan Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Wawancara dengan H. Sholihin , Divisi Haji & Umroh, 27 Januari 2020.

Kabupaten Hulu Sungai Utara

Fungsi perencanaan dalam manajemen adalah bagaimana direksi perusahaan menetapkan tujuan yang ingin dicapai dan menyusun strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Sederhananya fungsi perencanaan adalah apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Perencanaan merupakan salah satu dari 4 fungsi manajemen selain fungsi *organizing*, *actuating* dan *controlling*.

Perencanaan adalah langkah yang paling awal dalam menjalankan perusahaan dan bahkan bisa berpengaruh total bagi perusahaan dimasa yang akan datang. Fungsi manajemen yang lain akan mengikuti hasil perencanaan yang dilakukan. Fungsi manajemen yang lain tidak bisa berjalan dengan baik tanpa adanya manajemen perencanaan yang matang.

Perencanaan wisata religi yang dilakukan oleh PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara diawali dengan melakukan pengamatan terhadap kekurangan yang ada pada sistem manajemennya sendiri serta keadaan dan kondisi pasar dan masyarakat. Ketika rapat inilah akan muncul rencana-rencana untuk kedepannya. Perencanaan yang dilakukan tidak hanya tentang rencana program kerja kedepannya saja, tapi juga mengenai anggaran dana yang akan digunakan dalam pengembangan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori perencanaan sebagaimana yang diungkapkan oleh Terry, bahwa perencanaan adalah proses melihat ke depan, menduga kemungkinan-kemungkinan, memetakan kegiatan-kegiatan dan mengadakan urutan yang teratur untuk mencapai tujuan organisasi. Proses perencanaan meliputi: menentukan tujuan perencanaan, menentukan tindakan untuk mencapai tujuan, mengembangkan dasar pemikiran kondisi mendatang, mengidentifikasi cara untuk mencapai tujuan, dan mengimplementasi rencana tindakan dan mengevaluasi

hasilnya.²⁷ Dalam sebuah organisasi perencanaan merupakan sesuatu yang sangat penting, karena ia akan menjadi pedoman bagi organisasi tersebut dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Perencanaan juga merupakan sesuatu yang sangat penting bagi anggota suatu organisasi dalam melaksanakan aktivitas yang konsisten dengan tujuan dan prosedur yang telah ditetapkan. Selain itu, perencanaan juga sangat penting guna memonitor dan mengukur kemajuan dalam mencapai suatu tujuan sehingga tindakan korektif dapat diambil bila kemajuan tidak memuaskan.²⁸

Dengan demikian, apabila dilihat dari teori perencanaan, PT. Madina Wisata Abadi dalam merencanakan kegiatan wisata religinya sudah bisa dikatakan menjalankan fungsi manajemen yang pertama yaitu perencanaan (*planning*). Karena bisa disimpulkan bahwa, unsur perencanaan menurut Terry adalah sebagai berikut:²⁹

- a. Tindakan apa yang harus dikerjakan, yaitu mengidentifikasi segala sesuatu yang akan dilakukan;
- b. Apa sebabnya tindakan tersebut harus dilakukan, yaitu merumuskan faktor-faktor penyebab dalam melakukan tindakan;
- c. Tindakan tersebut dilakukan, yaitu menentukan tempat atau lokasi;
- d. Kapan tindakan tersebut dilakukan, yaitu menentukan waktu pelaksanaan tindakan;
- e. Siapa yang akan melakukan tindakan tersebut, yaitu menentukan pelaku yang akan melakukan tindakan; dan
- f. Bagaimana cara melaksanakan tindakan tersebut, yaitu menentukan metode pelaksanaan tindakan.

²⁷ R. George Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*. (Jakarta: Bumi Aksara), h. 60.

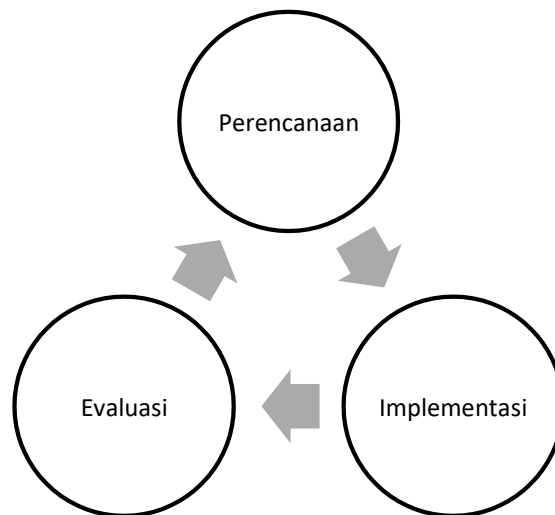
²⁸ Winardi, *Kepemimpinan dalam Manajemen*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), h. 11.

²⁹ R. George Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*. (Jakarta: Bumi Aksara), h. 60.

Selanjutnya pada setiap akhir bulan, PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara akan melakukan rapat untuk memantau serta mengevaluasi implementasi perencanaan kegiatan wisata religinya yang telah dibuat sebelumnya terkait relevansi, efektifitas dan efisiensi kegiatan sebelumnya, sebagaimana yang diungkapkan oleh H. Sholihin pada uraian sebelumnya.

Dalam standar menentukan potensi kepariwisataan ada standar dari kepariwisataan yang meliputi : 1) *Amenity* yang merupakan aspek fasilitas utama dan pendukung yang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan dapat dengan kerasan tinggal lebih lama pada sebuah destinasi. 2) *Accessibility* merupakan aspek transportasi guna memudahkan akses bagi wisatawan domestik dan mancanegara agar dapat mencapai tujuan ke tempat wisata baik secara internasional maupun akses terhadap tempat-tempat wisata pada sebuah destinasi. 3) *Attraction* merupakan aspek daya tarik destinasi yang dapat menarik wisatawan dan setiap destinasi pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya. 4) *Ancillary* merupakan aspek kelembagaan, sumber daya manusia, sistem, dan kelembagaannya berupa lembaga pariwisata yang akan mendukung sebuah destinasi layak untuk dikunjungi, aspek kelembagaan tersebut dapat berupa dukungan lembaga keamanan, lembaga pariwisata sebagai pengelola destinasi, dan lembaga pendukung lainnya yang dapat menciptakan kenyamanan wisatawan.

Dengan demikian, perencanaan yang dilaksanakan oleh PT. Madina Wisata Abadi dapat diibaratkan seperti roda yang berputar, sebagaimana gambar di bawah ini.



Gambar 4.3 Skema Perencanaan PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

Gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa kegiatan PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara dibuat dalam rangka menentukan tujuan yang ingin dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan melalui proses perencanaan yang dilaksanakan melalui rapat secara berkala, selanjutnya perencanaan tersebut diimplementasikan, kemudian dievaluasi untuk mengetahui relevansi, efisiensi dan ketercapaian tujuan perusahaan. Dari hasil evaluasi terhadap implementasi perencanaan tersebut, akan menjadi bahan perencanaan berikutnya. Dapat dikatakan bahwa tipe perencanaan yang digunakan oleh PT. Madina Wisata Abadi Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara merupakan perencanaan operasional, yakni kebutuhan apa saja yang harus dilakukan untuk mengimplementasikan perencanaan strategi untuk mencapai tujuan strategi tersebut.

2. Manajemen Pengorganisasian Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

Pengorganisasian dilakukan dengan cara pembagian tugas yang berbeda-beda akan tetapi menuju pada satu tujuan yang sama. Pembagian tugas dilakukan sesuai dengan kemampuan atau keahlian masing-masing divisi. Tindakan ini dilakukan agar

para pengelola dapat bekerja dengan baik dan memiliki rasa kerja sama dan tanggung jawab. Pembagian tugas kerja dilakukan untuk menjaga agar tidak terjadi pembebanan satu tugas atau pekerjaan kesatuorang saja.

Pengorganisasian pada perencanaan biro perjalanan haji, umrah dan wisata religi PT. Madina Wisata Abadi ini bertujuan agar kegiatan yang telah direncanakan bisa berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Pengorganisasian yang telah dilakukan PT. Madina Wisata Abadi dengan pembentukan struktur organisasi serta uraian tugas-tugas atau fungsi-fungsi dari struktur organisasi tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Terry bahwa pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses pengelompokan kegiatan- kegiatan untuk mencapai tujuan-tujuan dan penugasan setiap kelompok kepada seorang manajer yang memiliki kekuasaan yang diperlukan untuk mengawasi anggota-anggota kelompok.³⁰

Pengorganisasian dilakukan untuk menghimpun dan mengatur semua sumber daya yang diperlukan, termasuk manusia. Sehingga pekerjaan yang dikehendaki dapat dilaksanakan dengan berhasil. Pada dasarnya mengorganisir adalah suatu proses pembagian kerja. Pembagian kerja ini bisa dilakukan baik secara vertikal maupun secara horisontal. Pembagian kerja secara vertikal didasarkan atas penetapan garis-garis kekuasaan dan menentukan tingkat- tingkat yang membentuk bangunan organisasi itu secara tegak. Selain dari menetapkan kekuasaan, pembagian kerja vertikal memudahkan arus komunikasi dalam organisasi. Adapun pembagian kerja secara horizontal didasarkan atas spesialisasi kerja. Asumsinya, dengan membuat setiap tugas pegawai menjadi terinci, makin banyak yang dihasilkan dengan usaha yang sama melalui peningkatan efisiensi dan kualitas.³¹

³⁰ R. George Terry & Leslie W. Rue, *Dasar-dasar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 82.

³¹ *Ibid.*, h. 84.

PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara tidak melakukan kemitraan dengan biro-biro wisata yang ada di Kabupaten Hulu Sungai Utara, melainkan dengan menggandeng beberapa tokoh masyarakat yang ada di wilayah sekitar. Strategi kemitraan yang digunakan PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara ini cukup baik dan berhasil dalam mengundang jamaah untuk menggunakan jasa travel ini, hal ini dikarenakan sesuai dengan budaya kehidupan masyarakat Banjar yang terkenal cenderung agamis serta sangat menghormati dan ta'zim terhadap tokoh agama ataupun tuan guru setempat.³²

Pimpinan PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara menjaga agar hubungannya dengan pegawai-pegawainya tetap baik, seperti mengarahkan pegawai-pegawainya untuk mempunyai rasa memiliki terhadap perusahaan seperti milik sendiri. *Relationship* (hubungan) antara pimpinan dengan pegawainya merupakan hal penting di dalam organisasi dan merupakan hal-hal yang peka. Senada sebagaimana yang diungkapkan oleh Rivai, bahwa definisi kepemimpinan secara luas, adalah meliputi proses mempengaruhi dalam menentukan tujuan organisasi, memotivasi perilaku pengikut untuk mencapai tujuan, mempengaruhi interpretasi mengenai peristiwa-peristiwa para pengikutnya, pengorganisasian dan aktivitas-aktivitas untuk mencapai sasaran, memelihara hubungan kerja sama dan kerja kelompok, perolehan dukungan dan kerja sama dari orang-orang di luar kelompok atau organisasi.³³

Firman Allah SWT QS. Ash-Shaff ayat 4 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنْيَانٌ مَرْصُورٌ

³² Miftahul Jannah, *Living Hadis dalam Tradisi Menjaga Kubur Masyarakat Banjar Kabupaten Hulu Sungai Tengah Kalimantan Selatan*, Jurnal Esensia; Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Vol. 5 No. 1 (2014): h. 45.

³³ Veithazal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2005), h. 2.

Artinya: Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.³⁴

Ayat di atas menjelaskan bahwa organisasi diibaratkan sebagai bangunan kokoh yang berarti seluruh komponen di dalamnya saling menguatkan satu dengan yang lain. Dengan kata lain, bahwa solidaritas organisasi memiliki tiga ciri, yaitu: masing-masing komponen di dalamnya bisa menguatkan satu dengan yang lain, bersinergi dalam bekerja serta memiliki program yang jelas, termasuk pembagian pelaksanaan program (pembagian potensi dan pemanfaatan kemampuan).³⁵ Dalam hal ini, pengorganisasian merupakan sesuatu yang terstruktur, yaitu kerangka-kerangka kerja dimana organisasi mendefinisikan bagaimana tugas dibagikan, sumber daya dimanfaatkan dan diorganisasikan.

Dengan pengorganisasian yang jelas, terukur dan terarah, akan memberikan manfaat yang baik bagi perusahaan tersebut sebagai berikut:

- a. Dapat lebih mempertegas hubungan antara anggota satu dengan yang lain;
- b. Setiap anggota dapat mengetahui kepada siapa ia harus bertanggung jawab;
- c. Setiap anggota organisasi dapat mengetahui apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab masing-masing sesuai dengan posisinya dalam struktur organisasi;
- d. Dapat dilaksanakan pendelegasian wewenang dalam organisasi secara tegas, sehingga setiap anggota mempunyai kesempatan yang sama untuk berkembang; dan
- e. Akan tercipta pola hubungan yang baik antar anggota organisasi, sehingga memungkinkan tercapainya tujuan dengan mudah.

³⁴ QS. Ash-Shaff (61): 4.

³⁵ Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq al-Sheikh, Penerjemah M. Abdul Ghoffar, Abdurrahi Mu'thi dan Abu Ihsan al-Atsari, *Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 1, (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2004), h. 161.

3. Faktor Penunjang Wisata Religi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara

Faktor pendukung PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai adalah:

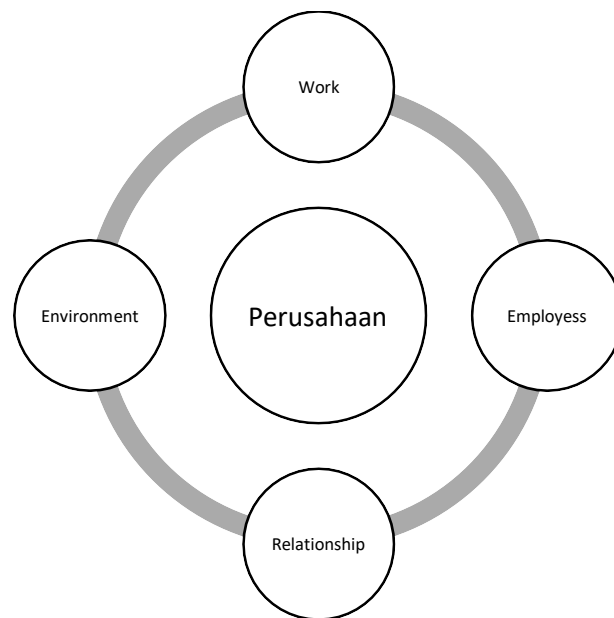
- a. Letak geografis yang strategis. Kantor PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara di jalan Brigjend H. Hasan Baseri berada di jalan utama, sehingga mudah diakses oleh masyarakat. *Environment* (lingkungan) adalah komponen yang mencakup sarana fisik dan sasaran umum di dalam lingkungan dimana para pegawai melaksanakan tugas-tugas mereka, lokasi, mesin, alat tulis kantor, dan sikap mental yang merupakan faktor-faktor yang membentuk lingkungan. M. Haming dan Mahmud Nurnajamuddin dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa” mengemukakan bahwa pemilihan lokasi suatu perusahaan pada dasarnya akan mempengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, sehingga lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Adanya perbedaan keberhasilan suatu perusahaan dan perbedaan kekuatan atau kelemahan, seringkali dipengaruhi oleh faktor pemilihan lokasi. Sehingga lokasi yang dimaksud harus memiliki nilai strategis dan menjadi bagian dari kebijakan jangka panjang perusahaan.³⁶
- b. Publikasi dari PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yang terus menerus melalui para pegawainya yang juga merupakan tokoh masyarakat yang cukup membantu pemasaran dari travel tersebut.³⁷ Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk mempertahankan usahanya. Pemasaran adalah bekerja dengan pasar

³⁶ M. Haming dan Mahmud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 237.

³⁷ Wawancara dengan H. Sholihin, Divisi Haji & Umroh, 27 Januari 2020.

sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan.³⁸ Dengan pemasaran yang baik, maka akan meningkatkan volume penjualan dan keuntungan perusahaan.

- c. Tempat atau kantor yang digunakan cukup memadai dan lengkap secara sarana dan prasarannya. Sarana dan prasarana merupakan aspek yang sangat berpengaruh serta mendukung kinerja dan pencapaian kerja karyawan sebuah perusahaan. Hubungan antara sarana dan prasarana perusahaan dengan karyawan perusahaan dapat di lihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.4 Hubungan antara sarana dan prasarana perusahaan dengan karyawan perusahaan

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan paling tidak memiliki empat komponen, yaitu: *work* (pekerjaan), *employees* (pegawai-pegawai), *relationship* (hubungan) dan *environment* (lingkungan).

³⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, (Evanston:Illinois, 1999) , h. 9.

Work (pekerjaan) merupakan fungsi yang harus dilaksanakan berasal dari sasaran-sasaran yang telah ditetapkan. *Employees* (pegawai- pegawai) adalah setiap orang yang ditugaskan untuk melaksanakan bagian tertentu dari seluruh pekerjaan. *Relationship* (hubungan) merupakan hal penting di dalam organisasi. Hubungan antara pegawai dengan pekerjaannya, interaksi antara satu pegawai dengan pegawai lainnya dan unit kerja lainnya dan unit kerja pegawai dengan unit kerja lainnya merupakan hal-hal yang peka. Adapun *environment* (lingkungan) adalah komponen terakhir yang mencakup sarana fisik dan sasaran umum di dalam lingkungan dimana para pegawai melaksanakan tugas-tugas mereka, lokasi, mesin, alat tulis kantor, dan sikap mental yang merupakan faktor-faktor yang membentuk lingkungan.

Keempat komponen tersebut sangat berhubungan erat dan saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Misalnya antara *employees* (pegawai- pegawai) dengan *environment* (lingkungan). Dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai, karyawan akan lebih mudah dan efektif dalam menyelesaikan tugasnya masing-masing. Selain itu, karyawan juga akan merasa nyaman apabila sarana dan prasarana di dalam kantor sesuai dengan kebutuhan karyawan.

- d. Destinasi wisata religi yang ditawarkan merupakan tempat-tempat wisata religi yang sudah terkenal. Rute wisata religi yang ditawarkan oleh PT. Madina Wisata Abadi meliputi:

Tabel 4.3 Tempat-tempat Wisata Religi

No	Tempat Kunjungan/Wisata	Daerah, Kota/Kabupaten/Provinsi
1.	Makam Syekh Zaini Ghani	Sekumpul, Martapura
2.	Makam Sunan Bongkol	Surabaya

3.	Jembatan Suramadu	Jawa Timur
4.	Makam Kyai Khaalil	Bangkalan, Madura
5.	Makam Habib Boto Putih	Surabaya
6.	Makam Sunan Ampel	Surabaya
7.	Makam Mbah Bolong	Surabaya
8.	Makam Mbah Sholeh 9 Kubur	Surabaya
9.	Makam Habib Muhammad al-Habsy	Surabaya
10.	Makam Kyai Syarwani Abdan Bangil	Bangil, Jawa Timur
11.	Makam Kyai Hamid Pasuruan	Pasuruan, Jawa Timur
12.	Mesjid Toren	Malang, Jawa Timur
13.	Makam Sunan Gresik	Jawa Timur
14.	Makam Sunan Giri	Gresik, Jawa Timur
15.	Makam Sunan Drajat	Lamongan, Jawa Timur
16.	Goa Akbar	Goa Akbar Tuban Jawa Timur
17.	Makam Syekh Assamarkandi	Tuban, Jawa Timur
18.	Mesjid Perut Bumi	Tuban, Jawa Timur
19.	Makam Sunan Bonang	Tuban, Jawa Timur
20.	Makam Sunan Muria	Jawa Tengah
21.	Makam Sunan Kudus	Jawa Tengah
22.	Makam Sunan Kalijaga	Demak, Jawa Tengah
23.	Mesjid Demak	Demak, Jawa Tengah
24.	Makam Sesepuh Kerajaan Demak	Demak, Jawa Tengah
25.	Makam Habib Ahmad, Al-Atthas	Pekalongan, Jawa Tengah
26.	Pasar Batik Pekalongan	Pekalongan, Jawa Tengah
27.	Makam Sunan Gunung Jati	Jawa Barat
28.	Makam Sunan Jatul Khahfi	Jawa Barat
29.	Mesjid Kubah Emas	Depok, Jakarta
No	Tempat Kunjungan/Wisata	Daerah, Kota/Kabupaten/Provinsi
30.	Makam Habib Muhammad Al-Haddad	Tanjung Priuk, Jakarta
31.	Makam Habib Husien	Luar Batang, Jakarta
32.	Mesjid Istiqlal	Jakarta Pusat

33.	Monas	Jakarta Pusat
34.	Pasar Tanah Abang	Jakarta
35.	Makam Ustadz Jefri Al-Bukhari	Jakarta Pusat
36.	Makam Habib 'Ali, Habib Ahmad	Solo
37.	Pasar Malioboro	Yogyakarta
38.	Makam Bong Karno Blitar	Blitar, Jawa Timur
39.	Makam Gus Dur Jombang	Jombang, Jawa Timur

e. Konsumen/jemaah dapat menentukan obyek wisata yang secara khusus ingin dikunjungi dan penentuan harga yang sesuai dengan keinginan sendiri. Pada dasarnya konsumen/jemaah bisa menggunakan rute wisata religi yang ditawarkan oleh PT. Madina Wisata Abadi atau konsumen/jemaah melakukan negosiasi dengan PT. Madina Wisata Abadi dalam menentukan obyek wisata yang secara khusus ingin dikunjungi dan penentuan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen/jemaah. Proses negosiasi menjadi hal yang penting dalam menunjang kemajuan sebuah perusahaan. Negosiasi digunakan untuk menjembatani kepentingan yang berbeda, antara PT. Madina Wisata Abadi dengan konsumen/jemaah.

Berdasarkan uraian di atas, selanjutnya penulis menganalisis dengan melihat dari segi faktor pendukung dan penghambat menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah instrumen yang digunakan untuk melakukan analisis strategis.³⁹ Menurut T. Hani Handoko, analisis SWOT merupakan teknik pada situasi strategis yang kompleks dalam pengembangan pengambilan keputusan.⁴⁰ Parameter atribut-atribut analisis SWOT adalah *strength* (kekuatan) dan *opportunity* (peluang) yang

³⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Dramedia Pustaka Utama, 2002), h. 14.

⁴⁰ T. Hani Handoko, Nurul Indarti & Rangga Almahendra, *Manajemen dalam Berbagai Perspektif*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 296.

diharapkan membantu pencapaian tujuan perusahaan, *weakness* (kelemahan) dan *threat* (ancaman) yang tidak diharapkan karena mengganggu pencapaian tujuan perusahaan.

Strength (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) dapat dilihat dari faktor internal manajemen wisata religi oleh PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai. Sedangkan *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman) dapat dilihat dari faktor eksternal manajemen wisata religi oleh PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai.

Analisis SWOT dalam penelitian ini, dapat dilihat pada matrik SWOT berikut ini.

Tabel 4.4 Matrik SWOT

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<i>Strength</i> (Kekuatan) 1. Pengelolaan sudah menggunakan asas manajemen. 2. Kantor yang cukup memadai dan lengkap secara sarana dan prasarananya.	<i>Opportunity</i> (Peluang) 1. Letak kantor PT. Madina Wisata Abadi berada di jalan utama, sehingga mudah diakses oleh masyarakat. 2. Penyebaran informasi tentang perusahaan yang cukup luas di khalayak masyarakat melalui para pegawai yang juga merupakantokoh masyarakat yang cukup membantu pemasaran. 3. Memiliki struktur organisasi yang jelas. 4. Banyaknya jemaah yang menggunakan jasa travel ini, hal ini dikarenakan sesuai dengan budaya kehidupan masyarakat Banjar yang terkenal cenderung agamis serta sangat menghormati dan ta'zim terhadap tokoh agama ataupun tuan guru setempat.
<i>Weakness</i> (Kelemahan) 1. Kurangnya informasi yang didapat oleh masyarakat luar daerah mengenai PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara. 2. Publikasi dari PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara yang menggunakan media-media online tidak dikelola dengan baik.	<i>Threat</i> (Ancaman) 1. Timbulnya persaingan yang ketat dikarenakan banyaknya biro-biro wisata religi, sehingga akan mengurangi kuota yang diberikan kepada setiap biro-biro wisata religi. 2. Kenaikan harga tiket, BBM, dan ekonomi lainnya berdampak pada ongkos penyelenggaraan wisata religi.

Menurut David, Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabungkan dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud

memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.⁴¹

Menurut Rangkuti, Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.⁴²

Gambar 4.5 Matrik SWOT⁴³

IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS Peluang (<i>Opportunity</i>)	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

- 1) Strategi SO (*Strength and Opportunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan paket wisata PT Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara melalui pengembangan produk wisata yang inovatif, dengan cara membuat produk wisata yang belum pernah ada sebelumnya, membuat paket wisata dengan minat khusus, dan membuat beberapa kemasan paket wisata dengan harga terjangkau dan menarik.
- 2) Strategi ST (*Strength and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi yang dapat diterapkan

⁴¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. DramediaPustaka Utama, 2002), h. 14.

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

dnegan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi ancaman. Strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan paket wisata PT Madina Wisat Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah strategi pengembangan segmentasi pasar. PT Madina Wisat Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen sesuai dengan keinginan, kemauan, dan daya beli mereka, karena konsumen mempunyai keinginan, kemauan, dan kemampuan yang berbeda-beda.

- 3) Strategi WO (*Weakness and Oppurtunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- 4) Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.⁴⁴

Berdasarkan tabel 4.4 matrik SWOT di atas, maka posisi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara berada pada posisi SO(*Straight dan Opportunity*) dimana PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai memanfaatkan seluruh kebutuhan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnyaserta memiliki kekuatan dan peluang yang bagus sehingga bisa lebih dikembangkan.

Berdasarkan tabel di atas, faktor pendukung merupakan hal yang harus terus dipertahankan dan lebih dikembangkan oleh pihak pengelola PT. MadinaWisata Abadi di Amuntai. Hal ini dikarenakan faktor-faktor pendukung tersebut membuat jamaah tertarik untuk menggunakan jasa travel ini. Akan tetapi, dibalik faktor-faktor pendukung tersebut, ada juga faktor-faktor penghambat yang dapat mempengaruhi kelancaran pelaksanaan manajemen PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai. Berikut

⁴⁴ *Ibid.*

beberapa alternatif untuk mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi dalam manajemen wisata religi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai Kabupaten Hulu Sungai Utara, antara lain:

- 1) Kurangnya informasi yang didapat oleh masyarakat luar daerah mengenai PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai, hal ini dikarenakan publikasi yang menggunakan media-media online tidak dikelola dengan baik. Untuk mengatasi hambatan ini, sebaiknya pihak pengelola untuk memanfaatkan secara optimal publikasinya melalui media-media online, karena media online merupakan sarana publikasi yang memiliki potensi cakupan yang tinggi. Sehingga dengan menggunakan media online, informasi terkait wisata religi PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai akan sampai kepada masyarakat yang berada di luar daerah wilayah Amuntai.
- 2) Timbulnya persaingan yang ketat dikarenakan banyaknya biro-biro penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, sehingga akan mengurangi kuota yang diberikan kepada setiap biro-biro penyelenggaraan ibadah haji dan umrah serta harga kenaikan dolar akan berdampak pada ongkos naik haji maupun umrah. Dalam hal ini, pihak pengelola PT. Madina Wisata Abadi di Amuntai harus dapat melihat, memahami serta mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi di tengah masyarakat, ekonomi, global, dan teknologi guna menemukan cara-cara yang baru dalam rangka memenangkan persaingan dan menciptakan keunggulan kompetitif.