

## ABSTRAK

**Heni Handayani.** NIM 200104030185, *Strategi Pelayanan PT. Turbah Wisata Indah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah Di Kota Banjarmasin Pada Tahun 2023*, Pembimbing (I) Dr. H. M. Abduh, MA dan Pembimbing (II) Devi Noviyanti, S.E., MM. Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Antasari Banjarmasin, 2024.

**Kata Kunci :** Strategi, Pelayanan, Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah

Di dalam ajaran agama islam ada rukun islam yang terdiri dari 5 unsur, yaitu dua kalimat syahadat, shalat, puasa, zakat, dan haji. Selain ibadah haji di dalam agama islam juga ada pelaksanaan ibadah umrah. Sebagaimana yang dijelaskan di dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 158 tentang anjuran melaksanakan ibadah umrah. Setiap muslim yang ingin melakukan perjalanan ibadah umrah tentunya harus menempuh perjalanan yang lumayan jauh. Tentu saja para calon jemaah memerlukan pemandu atau orang yang mengarahkan tentang keberangkatan ibadah umrahnya, karena seorang muslim kebanyakan tidak akan mampu jika harus mengurus dan melakukan ibadah umrah secara sendirian/individu. Sehingga karena itulah ibadah umrah tidak dapat lepas dari pelayanan ibadah umrah yang sering kita kenal dengan travel atau biro pelayanan ibadah haji dan umrah. Salah satu biro perjalanan umrah yang ada di Kota Banjarmasin yaitu PT. Turbah Wisata Indah. Meskipun travel ini tergolong baru sudah banyak para jemaah yang berangkat menggunakan travel ini kurang lebihnya sudah ada 1.000 alumni jemaah. Untuk mengetahui pelayanan umrah pada PT. Turbah Wisata Indah dalam upaya meningkatkan jumlah jemaah umrah maka tidak lepas dari bagaimana para pimpinan dan karyawan menetapkan strategi pelayanannya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan terjun langsung ke lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, beberapa para pegawai/karyawan, dan beberapa alumni jemaah umrah yang ada di PT. Turbah Wisata Indah. Objek penelitian ini adalah strategi pelayanan terkait 5 metode yaitu: 1). Bukti Fisik (*Tangibles*), 2). Keandalan (*Reliability*), 3). Daya Tanggap (*Responsiveness*), 4). Keyakinan (*Assurance*), 5). Empati (*Emphaty*), yang ada pada PT. Turbah Wisata Indah Kota Banjarmasin.

Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa PT. Turbah Wisata Indah ini telah melaksanakan strategi sesuai dengan teori manajemen strategis dengan tahapan formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Pelayanan yang diberikan juga sudah sesuai dengan teori kualitas pelayanan (*servqual*) yang terdiri dari bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Keyakinan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*).