

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Singkat PT Ma'ali Wisata Banjarmasin

PT Ma'ali Wisata merupakan sebuah perusahaan swasta yang bergerak di bidang pelayanan haji, umrah, dan wisata. PT Ma'ali Wisata berdiri di Banjarmasin sejak 25 September 2013 dan berkembang menjadi sebuah biro perjalanan haji dan umrah yang memiliki cabang di berbagai daerah yakni di Banjarmasin, Martapura, Jakarta, Samarinda, Amuntai, dan Pontianak. PT Ma'ali Wisata merupakan sebuah travel yang sudah berpengalaman dalam melayani keberangkatan jamaah Indonesia yang ingin melakukan perjalanan umrah ataupun haji khusus. Biro perjalanan resmi yang memiliki SK izin penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah: 691/2017 sehingga ketika proses pengurusan perjalanan, PT Ma'ali Wisata dapat memberikan rasa aman pada jamaah dan juga pada saat melaksanakan ibadah haji ataupun umrah dengan pelayanan yang maksimal dan profesional.

PT Ma'ali Wisata banyak menyediakan berbagai produk penawaran, mulai dari haji khusus dan berbagai paket umrah. Penawaran umrah yang ada di PT Ma'ali Wisata antara lain: Paket umrah reguler, paket umrah Arbain, dan paket umrah plus yang meliputi umrah plus Mesir, umrah plus Turki,

umrah plus Dubai, umrah plus Aqsho, dan umrah plus Yaman. Adapun harga yang ditawarkan bervariasi tergantung paket umrah yang dipilih dan harga tersebut dapat berubah sesuai dengan nilai dollar.

TABEL 4.1 Produk Umrah PT Ma'ali Wisata

1.	Umrah Reguler	9 hari sampai 15 hari
2.	Umrah Arbain	9 hari sampai 18 hari
3.	Umrah Plus	Umrah plus Turkey Umrah plus Mesir Umrah Plus Dubai Umrah Plus Yaman Umrah Plus Aqsho Umrah Plus Uzbekistan

PT Ma'ali wisata Tour and Travel juga memiliki beberapa keunggulan dalam produknya antara lain:

1. Berangkat umrah menggunakan pesawat Garuda Indonesia. Berangkat mulai dari Banjarmasin sampai Jakarta menggunakan pesawat Garuda. Kemudian berangkat dari Jakarta ke Jeddah menggunakan pesawat Garuda. Sampai pulang ketanah air.
2. Bimbingan yang intensif. Bimbingan yang intensif artinya jemaah dibimbing semaksimal mungkin oleh guru pembimbing.

3. Makanan yang disediakan bercita rasa lidah Banjar/Kalimantan. Makanan yang disediakan bercita rasa lidah banjar ataupun nasional, makanan dengan cita rasa Indonesia agar jemaah bisa makan dengan nyaman dan lahap sehingga kuat dalam beribadah.
4. Hotel yang digunakan strategis. Hotel yang digunakan oleh PT Ma'ali Wisata Tour And Travel Banjarmasin di Madinah adalah Salihyah (70m dari mesjid nabawi) dan hotel yang digunakan di Mekkah adalah Dana Al Taj (300m dari Masjidil Hram), akan tetapi jika jemaah masih merasa jauh, maka jemaah bisa untuk request hotel sesuai dengan permintaan jemaah, dengan harga yang berbeda tentunya.
5. Menyediakan asuransi.
6. Menyediakan 3 kali ambil miqot dalam satu kali berangkat umrah tergantung pada waktu yang masih ada.

TABEL 4.2 Paket Umrah Reguler PT Ma'ali Wisata

PAKET UMRAH	HARI	HARGA		
		QUAD	TRIPLE	DOUBLE
Umrah Reguler	9 Hari	24.000.000	24.700.000	25.000.000
	12 Hari	27.000.000	28.200.000	30.000.000
	14 Hari	29.300.000	30.800.000	32.800.000

TABEL 4.3 Paket Umrah Arbainah PT Ma'ali Wisata

PAKET UMRAH	HARI	HARGA		
		QUAD	TRIPLE	DOUBLE
Umrah Arbainah	15 Hari	27.500.000	28.000.000	30.500.000
	16 Hari	28.000.000	29.500.000	31.500.000
	17 Hari	29.000.000	30.400.000	32.700.000

TABEL 4.4 Paket Umrah Plus PT Ma'ali Wisata

PAKET UMRAH	HARI	HARGA		
		QUAD	TRIPLE	DOUBLE
Umrah Plus Turkey	14 Hari	32.000.000	33.000.000	34.500.000
Umrah Plus Dubai	14 Hari	33.000.000	34.000.000	35.500.000
Umrah Plus Aqso	14 Hari	39.000.000	40.000.000	41.500.000
Umrah Plus Mesir	14 Hari	31.000.000	32.000.000	33.500.000
Umrah Plus Yaman	18 Hari	39.000.000	40.000.000	41.500.000

Harga produk-produk di atas bisa berubah tergantung dengan nilai dollar saat ini, jika dollar naik maka harga-harga yang ada di PT Ma'ali Wisata juga ikut naik, akan tetapi jika harga-harga yang sudah ditetapkan

di brosur maka harga tersebut tidak akan berubah dari awal berangkat sampai pulang kembali ketanah air. Harga yang ada di brosur tersebut adalah harga yang ditetapkan untuk jemaah Banjarmasin atau Kalimantan selatan, sedangkan untuk jemaah yang diluar Kalimantan seperti di Jakarta ataupun wilayah lainnya akan mendapat potongan harga, untuk jemaah diluar Jakarta tidak mendapat potongan akan tetapi tiket untuk menuju Jakarta langsung dipesankan oleh PT Ma'ali Wisata Banjarmasin. Kemudian harga paket diatas belum termasuk:

1. Paspor
2. Suntik meningitis
3. Surat mahram (Rp 200.000)
4. Kelebihan bagasi (30 kg Bagasi dan 5 liter air zam-zam)
5. Keperluan pribadi (laundy, telp dll)¹

Dimasa normal, PT Ma'ali Wisata biasanya memberangkatkan jemaah haji sebanyak 50-60 jemaah per tahunnya dan untuk jemaah umrah, PT Ma'ali Wisata mampu memberangkatkan 2.500 jemaah per tahunnya yang mana dalam sebulan ada 250 jemaah. Namun, PT Ma'ali Wisata juga mampu memberangkatkan sebanyak 300 jemaah ketika bulan Ramadhan dan akhir tahun. Keberangkatan umrah biasanya dilakukan

¹ Risna Hidayati, “*Strategi Pemasaran PT Ma'ali Wisata Tour And Travel Dalam Menarik Minat Calon Jemaah Umrah*”, (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari, Banjarmasin, 2020), h. 56.

dilakukan sebanyak 5-6 kali dalam satu bulan dengan total 40-50 orang dalam satu kali keberangkatan.

TABEL 4.5 Jumlah Jemaah Umrah PT Ma'ali Wisata Dari Tahun 2013-2019

No	TAHUN	JUMLAH JEMAAH UMRAH
1	2013-2014	200 Jemaah
2	2014-2015	500 Jemaah
3	2015-2016	1200 Jemaah
4	2016-2017	1200 Jemaah
5	2017-2018	1900 Jemaah
6	2018-2019	3000 Jemaah

Pelayanan terbaik yang diberikan PT Ma'ali Wisata baik dari segi ibadah maupun non ibadah merupakan motivasi dari PT Ma'ali Wisata agar terus memberikan kenyamanan bagi jemaah haji di tanah suci. Berdasarkan motivasi tersebut PT Ma'ali Wisata bertekad untuk terus meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan serta bimbingan kepada semua tamu Allah dan tamu Rasulullah. PT Ma'ali Wisata juga

menyajikan sebuah tayangan yang berisi pengetahuan Islam lewat acara “Mangupi” yang mana acara ini diharapkan bukan hanya sebagai tontonan tapi juga sebagai tuntunan. PT Ma’ali Wisata juga selalu berinovasi dan memberikan pelayanan yang lebih baik sehingga tetap menjadi travel yang terpercaya, amanah, dan lebih bagus lagi. PT Ma’ali Wisata terletak di Jl. A. Yani KM 11 Komplek Pesona Modern No. 007 Banjarmasin RT, 002 Kelurahan Kertak Hanyar Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan.²

a. Motto, Visi dan Misi

1) Motto

PT Ma’ali Wisata memiliki motto yakni “Melayani Anda Adalah Kebahagiann Kami” dengan legalitas perusahaan sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT Ma’ali Wisata

Bidang Usaha : Biro perjalanan wisata, penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah, layanan perjalanan haji plus

² *PT. Ma’ali Wisata Tour and Travel* (Banjarmasin: PT. Ma’ali Wisata Tour and Travel, 2021), (Online) tersedia di <https://maaliwisata.com/pt-ma'ali-wisata-tour-and-travel>. Diakses pada tanggal 3 Februari 2021.

Alamat : Jl. A. Yani KM 11 Komplek Pesona Modern
No. 007 Banjarmasin RT, 002 Kelurahan
Kertak Hanyar Kabupaten Banjar Provinsi
Kalimantan Selatan.

No Telephone : 0511-4221124

FAX :0511-4221124

E-mail :ma'aliwisata@yahoo.co.id

Facebook :Maali_Wisata

Instagram :pt_maali_wisata

Youtube :Ma'ali Channel

Komisaris :Ust. H. Muhammad Irfani, S.Pd. I, SH

Direktur Utama :H. Muhammad Irhami, Lc.

ITUP Pariwisata:556/37/DISBUDPARPORA/WST/BW/V/2014

SK Menteri Hukum dan Ham :AHU- 69171.AH.01.01 Tahun
2013

SITU (Surat Izin Tempat Usaha) :Sk. 2059/2014

Akta :Mo 43 tanggal 25 Setember 2013

SK Terdaftar :S-5911 KT/WPJ.29/KP.0103/2014

NPWP :66.981.774.4-731.000

Izin Umrah :691/2017

2) Visi

“Menjadi travel umrah dan haji yang profesional, amanah dengan tuntunan sesuai al-Qur’an dan as-Sunnah”.

3) Misi

- a) Syiar tentang ibadah haji dan umrah.
- b) Memberikan bimbingan intensif kepada tamu Allah dalam melaksanakan ibadah sesuai dengan tuntunan syariat (al-Qur’an dan as-Sunnah).
- c) Menjalankan bisnis syar’i dengan tetap menjaga kesejahteraan karyawan.
- d) Menyiapkan karyawan untuk selalu melayani jemaah secara profesional dan amanah.
- e) Mengembangkan ukhuwah islamiyah, silaturahmi, *taawanu alal birri wataqwa* mencapai kehidupan yang *rahmatan lilalamin*.

b. Tujuan Organisasi

Tujuan didirikan PT Ma’ali Wisata

- 1) Mengelola usaha menyelenggarakan perjalanan ibadah yang berdimensi dua kebaikan, dunia dan akhirat.
- 2) Menjadi salah satu sumber pendapatan yang halal-*thayyibah*.
- 3) Menjadi pintu masuk untuk mengembangkan usaha lain yang berkaitan.

c. Struktur Organisasi

BAGAN 4.1 Struktur Organisasi PT Ma'ali Wisata

No	Jabatan	Nama
1	Komisaris	Ust.H.Muhammad Irfani, S. Pd. I, SH
2	Direktur Utama	Ust. H. Muhammad Irhami, Lc
3	Manajer Operasional	Dahlia, S. Pd. I
4	Kepala Cabang Martapura	Ust. H. Muhammad Sugiannor, Lc
5	Kepala Cabang Banjarmasin	Ust. Muhammad Iman Akbar, S. Pd. I
6	Kepala Cabang Amuntai	KH. Kaspul Anwar
7	Kepala Cabang Samarinda	Ust. H. Subhi
8	Admin	Ahmad Rizali, SE Ratu Juwita
9	Keuangan/Bendahara	Rina Anggraini, S.E.I
10	Pemasaran	Nor Izzatil Hasanah, S. Pd Noor Helmi, S. Pd. I
11	Ticketing & Keuangan	Nurul Aulia
12	Pelayanan Paspor	Agus Inawan, S.Pd.I
13	Desainer Grafis	M. Syarifuddin Taher
14	Handling Lapangan	H. Mohammad Tayib Hasan Basri

d. Nama Jabatan dan Tugas-tugas Karyawan PT Ma'ali Wisata

1) Direktur Utama

- a) Mengawasi para karyawan mengenai kinerja
- b) Mengawasi hasil kerja karyawan sudah bagus atau perlu koreksi lagi dan lainnya.

2) Manajer Operasional

- a) Memonitor seluruh staf dikantor
- b) Mengkoordinasikan ke *handle* saudi mengenai keberangkatan, hotel dan *muthawif*.
- c) Mengurus persiapan manasik
 - Mengkoordinasikan info umrah ke jamaah.
 - Memboking hotel untuk manasik umrah.
 - Mengatur barang yang perlu disiapkan untuk dibawa kemasasik umrah.
- d) Memonitor cabang Banjarmasin
- e) Memonitor cabang Amuntai
- f) Meningkatkan produktivitas karyawan.
- g) Mengamati perkembangan staf marketing.
- h) Memberikan izin keluar/masuk keuangan.
- i) Evaluasi setengah bulan sekali/rapat.
- j) Memikirkan untuk target-target kedepan/ kemajuan Ma'ali.

3) Manajer Keuangan

- a) Bagian keuangan seluruh pekerjaan yang berkaitan dengan masuk dan dana keluar.
- b) Pembayaran setoran umrah, progresif, mahram.
- c) Pembayaran paspor dan suntik meningitis.
- d) Pembayaran hotel, koper, ekspedisi dan *id card*, selayar, kain dan lain-lain.
- e) Pengeluaran kantor seperti ATK dan makan siang.
- f) Membuat Kwitansi.
- g) Menghitung uang masuk.
- h) Asuransi jamaah umrah.
- i) Mengeluarkan dana untuk gaji karyawan.
- j) Mengeluarkan dana untuk *handle* bandara.
- k) Membuat laporan keuangan setiap 3 hari sekali di *update*.
- l) Mengkordinir koper dengan perusahaan tassindo.
- m) Mengkoordinir ekspedisi.
- n) Mengkoordinir kain seragam jamaah.
- o) Mengkoordinir syal jamaah umrah.
- p) Mengkoordinir mukena dan kain ihram.
- q) Asuransi karyawan.

4) Admin

- a) Membuat barkot jamaah umrah.

- b) Menempelkan foto di barkot.
- c) Memfotocopy paspor jamaah umrah.
- d) Membuat data jamaah seperti persyaratan umrah, data koper bagasi, data bus, dan data kamar.
- e) Menempel foto dipaspor.
- f) Menempelkan buku kuning dipaspor.
- g) Mencatat setiap perlengkapan umrah keluar dan masuk.
- h) Memotong stiker.
- i) Mengantar dan mengambil rekomendasi kemenag.
- j) Mengirim barang ke Tiki.

5) Marketing

- a) Memperhatikan segala sesuatu yang berkaitan dengan promosi.
- b) Spanduk ketika berangkat umrah.
- c) Spanduk ketika manasik umrah.
- d) Spanduk marketing.
- e) Mengkoordinir brosur.
- f) Mengkoordinir stiker.
- g) Mengkoordinir baliho diperbaharui setiap bulan sekali.
- h) *Update* status di media sosial setiap 4 hari sekali.
- i) Membuat *picture* seputar umrah untuk di *upload* di media sosial.

- j) Membantu *chek in* tiket dan mengurus keberangkatan umrah.
- k) Membuat *slide power point* untuk manasik umrah.
- l) Memasang id koper jamaah.

6) *Ticketing*

- a) Segala sesuatu yang berkaitan dengan *ticket* (cek nama nama ditiket, dan mencetak tiket).
- b) Membuat jadwal keberangkatan dan kedatangan untuk di kantor dan untuk ustadzah Yabin.
- c) Membuat gambaran perjalanan.
- d) Membuat id card dan id Koper.
- e) Memperhatikan kelengkapan ATK.
- f) Mengurus visa *plus* Mesir, Turkey, Dubai, Aqso dan Yaman (menscan paspor dan mengkoordinasikan kepengurus)

7) Pelayanan Paspor

- a) Membuat rekom kemeneg dan rekom travel.
- b) Mengkoordinasikan pembuatan paspor jamaah dengan petugas lapangan (PKL).
- c) Meneliti berkas jamaah dengan teliti.
- d) Menghandle ketika ada keberangkatan dan kedatangn.
- e) Menghitung uang (bila diperlukan).
- f) Mengeluarkan surat izin cuti.
- g) Membantu mengerjakan id card dan id koper.

h) Memperbaiki dan memperhatikan listrik di kantor.

8) *Handling Lapangan*

a) Mengambil koper ke rumah Guru/jamaah.

b) Mengantar koper ke Bandara.

c) Menyambut kedatangan jemaah, mengkoordinasikan ke Manajer Operasional apabila ada barang yang kurang serta meminta nomor handphone pihak Lion /Garuda kalau ada barang yang hilang.

d) Menyetor uang ke Bank.

e) Bongkar koper.

f) Melipat serta memasukkan kain seragam ke plastik.

g) Merapikan dan memasukkan mukena, ihrom, buku manasik serta kain ke dalam lemari.

h) Memotong id card.

i) Melayani Tamu

j) Menghitung tanda pengenalan dan stiker setiap hendak keberangkatan.

k) Memasang id koper pada koper jamaah

l) Membelikan makan siang karyawan.

m) Mengantarkan direktur apabila ada keperluan.

n) Mengambil dan mengantarkan surat rekomendasi ke kementerian Agama.

- o) Mengambil pesanan kain dan mukena.
- p) Mengantar dan mengambil bordiran mukena ditempat bordiran.
- q) Mengantarkan barang yang akan dikirim (Tiki, JNE, atau sejenisnya).³

2. Strategi PT Ma'ali Wisata

Sejak adanya pandemi Covid-19 yang membuat keberangkatan haji dan umrah harus dibatalkan, membuat PT Ma'ali Wisata tidak bisa melakukan apa-apa selain tetap mengikuti apa yang telah diputuskan oleh pemerintah.

Sejak adanya pandemi di tahun 2020 kemarin, pemerintah resmi mengumumkan kalau haji itu dibatalkan. Pertama, sebagai warga Negara yang baik dan yang kedua, PT Ma'ali Wisata ini merupakan perusahaan haji dan umrah di bawah naungan kementerian agama. Jadi segala sesuatu yang ditetapkan oleh kementerian agama atau pemerintah, maka kami harus menuruti dan mentaatinya. Apapun itu resiko serta situasi dan kondisinya, maka kami harus tetap mengikuti aturan-aturan yang sudah ditetapkan. Sebenarnya, keputusan dari kementerian agama tersebut tidak terlalu mengejutkan untuk kami karena mereka itu juga mengikuti keputusan dari kerajaan Arab Saudi yang memang membatasi keberangkatan para jemaah. Kalau tidak salah tahun kemarin jemaah haji itu hanya sekitar 1000 atau 10 ribu jemaah haji saja sangat sedikit dari jumlah biasanya dan itu juga dilakukan oleh orang-orang yang memang berdomisili di Arab Saudi. Jadi adanya keputusan tersebut kami tidak terlalu mempermasalahakan dan jemaah juga tidak ada yang bertanya. Kemudian untuk tahun ini, belum ada keputusan resmi dari kerajaan Arab Saudi dan adapun manasik yang dilakukan oleh kementerian agama ataupun KUA, itu hanya sebatas persiapan saja jadi kalau misalnya haji di buka maka para jemaah sudah siap. Kita

³ Wawancara online dengan Nor Izzatil Hasanah, S. Pd, Karyawan bagian pemasaran PT Ma'ali Wisata Banjarmasin, 12 Maret 2021.

ini mengakomodir haji plus dan haji plus ini kalau misalnya mereka mau berangkat, maka mereka sendiri yang akan menanggung resiko berbeda dengan haji reguler, mereka mengikuti pemerintah kalau misalnya kata pemerintah tahun depan bisa berangkat lagi maka mereka bisa melaksanakan ibadah haji lagi, berbeda dengan haji plus yang jatahnya itu memang hanya satu kali.⁴

Bapak H. Muhammad Irhami, Lc juga menambahkan bahwa peran pemerintah juga sangatlah penting terakut keputusan telah ditetapkan:

Peran pemerintah sangatlah penting. Mengenai keputusan tentang pembatalan tersebut para jemaah sudah mengetahui langsung dari pemerintah. Jadi kami hanya memperjelas apa yang sudah dijelaskan oleh pemerintah. Para jemaah juga mengetahui informasi tersebut dari media massa dan juga media sosial. Memang ada beberapa jemaah yang menanyakan tentang kepastian keberangkatan, namun kami tidak bisa memastikan karena pandemi ini kan tidak ada yang tau kapan berakhirnya, kami tidak mau memberikan harapan kepada jemaah karena hal itu merupakan sesuatu yang salah. Jadi kami hanya bisa menyuruh mereka untuk bersabar dan banyak-banyak berdo'a dan selalu berfikir positif. Kami sebagai penyelenggara apa boleh buat, karena memang seperti itu keadaannya.

Namun, adanya keputusan pemerintah tentang pembatalan keberangkatan tersebut tidak membuat jemaah PT Ma'ali Wisata membatalkan atau mencabut keberangkatan haji dan umrah.

Jadi warga Banjarmasin atau warga Kalimantan Selatan ini merupakan warga Negara yang baik, kalau mereka sudah mendaftar, maka mereka tidak akan mencabut kecuali untuk alasan yang memang mendesak. Tidak ada jemaah yang mencabut keberangkatan haji, apa alasan mereka sampai mau mencabut keberangkatan haji, kalau misalnya mereka mencabut maka mereka harus menunggu antrian lagi. Namun, untuk umrah ada beberapa jemaah yang mencabut keberangkatan karena alasan yang memang

⁴ Wawancara dengan Muhammad Irhami, Lc Direktur Utama PT Ma'ali Wisata Banjarmasin, 22 Mei 2021.

bisa diterima seperti meninggal. Jemaah kami sudah ada 5-6 orang yang meninggal jadi uang dan paspornya kami kembalikan. Pembimbing kami juga ada yang meninggal jadi kalau ditotalkan antara jemaah dan pembimbing ada 10 orang yang sudah meninggal. Jemaah yang meninggal ini kemudian keluarganya ditanya apakah ada waris yang ingin menggantikan atau tidak dan beberapa ada yang ganti dengan waris dan ada juga yang minta dikembalikan uang. Ada juga yang membatalkan umrah karena sakit dan juga alasan yang mendesak lainnya seperti memerlukan uang untuk modal usaha. Memang jemaah itu bermacam-macam, cuman rata-rata tidak ada yang membatalkan. Jemaah itu mempunyai pola pikir yang bermacam-macam, ada yang faham dan ada yang tidak faham, yang tidak faham disini adalah jemaah yang memaksakan keberangkatan. Namun setelah dijelaskan dan diberi pengertian akhirnya mereka faham dengan situasi dan kondisi yang ada. Keberangkatan umrah ini adalah pembatasan dari Arab Saudi, ada 20 negara yang tidak bisa diberangkatkan karena kasus Covid yang banyak. Ada juga jemaah yang bertanya kalau jemaah lain ada yang berangkat, kemudian kami jelaskan bahwa Arab Saudi pernah membuka keberangkatan namun dengan batasan usia 50 tahun ke bawah.⁵

Bapak Muhammad Irhami, Lc juga menambahkan bahwa tidak ada keberangkatan selama masa new normal:

Di masa new normal tidak ada jemaah yang kami berangkatkan, karena resiko yang terlalu besar dan dari jemaah itu sendiri mereka juga belum siap jika diberangkatkan.

Straregi-strategi PT Ma'ali Wisata

a. Strategi Intensif

Strategi intensif yakni dengan cara melakukan usaha yang lebih maksimal agar bisnis yang dijalankan tetap bisa bertahan walaupun di masa pandemi Covid-19. Usaha-usaha intensif yang dilakukan

⁵ *Ibid.*

oleh PT Ma'ali Wisata adalah tetap membuka pendaftaran haji dan umrah serta membuka pendaftaran *tour* ziarah ke Turki tanpa umrah.

Tidak ada istilah tutup. Selama pandemi, PT Ma'ali Wisata tetap membuka pendaftaran bahkan kami juga membuka pendaftaran paket *tour* ke Turki tanpa umrah". Setiap kali ada jemaah yang datang ke kantor dan bertanya mengenai pendaftaran dan juga keberangkatan, maka kami jelaskan secara transparan dan ketika ada jemaah yang mendaftar, kami jelaskan kembali kepada jemaah tersebut mulai dari bagaimana sistem keberangkatan, resiko, dan sebagainya. Kami tidak mau memberikan harapan kepada jemaah karena itu adalah sesuatu yang salah. Oleh sebab itu, ketika jemaah ingin mendaftar kami akan memberitahukan kemungkinan terburuk yang akan terjadi ketika jemaah berangkat di masa pandemi Covid-19, dan setelah dijelaskan ada jemaah yang tetap mendaftar dan ada juga jemaah yang tidak jadi mendaftar. Sangat sedikit jemaah yang mendaftar di masa pandemi ini.⁶

Tetap membuka pendaftara haji dan umrah serta membuka pendaftaran paket *tour* ziarah ke Turki merupakan usaha yang dilakukan oleh PT Ma'ali Wisata, namun banyaknya aturan terkait bagaimana sistem keberangkatan yang harus dilakukan selama masa pandemi Covid-19 serta resiko yang harus ditanggung jika tetap ingin melakukan keberangkatan, membuat masyarakat banyak berfikir dua kali untuk mendaftar. Namun, adanya hal tersebut tidak membuat PT Ma'ali Wisata berhenti untuk melakukan usaha-usaha intensif agar bisnis yang dijalankan tetap bisa bertahan walaupun di masa pandemi virus Corona.

⁶ *Ibid.*

b. Strategi Diversifikasi

Selain melakukan usaha-usaha intensif atau strategi intensif guna mempertahankan bisnis yang dijalankan selama masa pandemi virus Corona, PT Ma'ali Wisata juga melakukan strategi diversifikasi, yakni dengan cara membuka bisnis baru. Sejak Januari 2021, PT Ma'ali Wisata membuka bisnis baru yakni menjadi distributor kurma Sukari.

Sejak Januari sampai sekarang kami menjadi distributor kurma. Adapun nama kurmanya adalah kurma Sukari, kurma tersebut di *packing* dalam kemasan kotak dan juga ember kemudian dibagikan kepada *reseller*. *Reseller*-nya itu Alhamdulillah mereka yang bagian marketing. Kemudian kami itu juga mempunyai databest jemaah umrah, jadi ketika ditawarkan, mantan-mantan jemaah umrah Ma'ali ada yang mau menjadi *reseller* juga, kalau staf PT Ma'ali wajib untuk menjadi *reseller*. Kurma langsung didatangkan dari Arab, melalui via Jakarta kemudian kurmanya sampai ke Banjarmasin. Sebelumnya kami juga pernah menjual parfum Raudhah Kiswah dan pada bulan Oktober lalu kami juga menjadi agen penghemat BBM, namun karena kurangnya pengetahuan tentang itu akhirnya kami fokus untuk menjadi distributor kurma.⁷

Bapak H. Muhammad Irhami, Lc juga menambahkan tentang resiko yang dialami jika perusahaan tidak menguasai bisnis baru yang dilakukan di masa pandemi

Di musim pandemi seperti sekarang ini, usaha itu tidak bisa ditebak. Banyak usaha yang menggiurkan namun, jika kita tidak menguasai usaha tersebut, maka kita tidak bisa menjalankannya dengan maksimal. Kalau usaha ini saya cukup menguasai karena kurma ini merupakan ciri khas dari Arab.

⁷ *Ibid.*

Selama masa pandemi, para karyawan PT Ma'ali Wisata hanya melayani para jemaah yang berkunjung ke kantor dan juga melakukan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan kurma. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bapak Muhammad Irhami, Lc:

Karyawan PT Ma'ali Wisata ini kalau di gabung dengan yang bekerja di kantor cabang Gatot ada 20 orang, karena tidak ada kegiatan maka jadwal masuk karyawan menggunakan *shif*, yakni 1 staf masuk 2 kali dalam satu minggu dan dalam satu bulan ada 8 kali. Misalnya *shif*-nya itu Senin sam Kamis, Selasa sama Jum'at atau Rabu sam Sabtu. Kantor sempat tutup selama 2 bulan waktu kasus Covid meningkat kemudian setelah itu kantor tetap buka sampai sekarang dengan protokol kesehatan. Selama pandemi karyawan hanya melakukan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan kurma serta memberikan informasi secara transparan jika ada jemaah yang bertanya mengenai pendaftaran dan juga keberangkatan. Ada beberapa jemaah yang mau mendaftar umrah namun setelah dijelaskan secara transparan kebanyakan jemaah tidak jadi mendaftar dan hanya sedikit yang tetap mau mendaftar. Kami juga membuka pendaftaran paket ke Turki tanpa umrah, namun jemaah banyak yang was-was karena resiko yang harus di hadapi jika tetap mau melakukan keberangkatan.⁸

c. Strategi Difensif

Mengurangi gaji para karyawan merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh PT Ma'ali Wisata. Guna menghindari adanya kerugian yang lebih besar lagi, PT Ma'ali Wisata mengambil langkah rasionalisasi biaya yakni dengan melakukan restrukturisasi biaya melalui penghematan biaya.

⁸ *Ibid.*

Sejak 27 Februari 2020, pemerintah Arab Saudi sudah melakukan penutupan penerbangan untuk umrah. Pada bulan Maret-Agustus gaji karyawan tetap *full* di bayar dan pada bulan September 2020 karyawan sudah mengalami penurunan gaji. PT Ma'ali Wisata ini merupakan travel yang masih eksis sampai sekarang dan karyawan juga tidak ada yang dirumahkan. Para karyawan juga mengerti dengan keadaan yang dialami oleh perusahaan.⁹

d. Strategi Integrasi

Gallery Al-Masa merupakan *gallery* yang dimiliki oleh PT Ma'ali Wisata. Melalui strategi integrasi ke depan, dalam segi perlengkapan busana muslim PT Ma'ali Wisata tidak lagi bergantung pada distributor atau pengecer lain karena adanya *gallery* Al-Masa ini jemaah atau masyarakat bisa langsung membeli dengan PT Ma'ali Wisata.

Diantara hikmah adanya pandemi adalah kami harus bisa memutar otak agar bisnis kami tetap bisa bertahan. Kami belajar pengalaman baru yakni bagaimana cara membuka bisnis baru agar perusahaan kami tetap bisa mendapatkan pemasukan walaupun di masa pandemi virus Corona seperti sekarang ini. Banyak travel yang beralih ke bisnis busana muslim, bisnis tersebut cocok dilakukan karena ada nilai islami yang terkandung dan kami juga akan membuka sebuah *gallery* busana muslim yang diberi nama Al-Masa singkatan dari Ma'ali Wisata, walaupun belum *launching* tapi kami sudah mulai menerima beberapa orderan dari masyarakat. Selama masa pandemi.¹⁰

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

B. Analisis Data

Munculnya virus Corona yang melanda hampir seluruh dunia, berdampak besar terhadap berbagai bidang. Salah satunya adalah bidang biro perjalanan haji dan umrah. Terkait dengan adanya pandemi Covid-19 ini, pemerintah harus mengambil keputusan bahwa keberangkatan haji dan umrah terpaksa dibatalkan dan hal ini membuat seluruh biro perjalanan haji dan umrah terpaksa harus istirahat total karena mereka hanya bergantung terhadap keputusan pemerintah.

Sejumlah pengusaha bisnis biro perjalanan haji dan umrah harus memutar otak yakni dengan melakukan tindakan agar bisnis mereka jalankan tidak gulung tikar akibat dana yang ada habis untuk menggaji para karyawan. Agar mampu bertahan, maka para pengusaha biro perjalanan haji dan umrah harus membuat keputusan dan menentukan strategi yang bagus untuk mempertahankan bisnis yang mereka jalankan. Strategi yang diambil haruslah strategi yang dapat membawa keuntungan bagi perusahaan.

Pada umumnya, strategi merupakan sebuah rencana atau cara yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan. Adanya berbagai fenomena strategi yang terjadi dalam dunia bisnis, tidak memberikan kepuasan jika strategi hanya dijelaskan sebagai salah satu bagian dari rencana. Oleh karena itu, Mintzberg memperluas lagi konsep strategi dan memberikan penjelasan tentang strategi dengan tetap memperhatikan berbagai

dimensi dari konsep strategi. Mintzberg menamakannya “*Strategi 5 P*”, salah satunya yaitu strategi sebagai sebuah pola (*Pattern*).¹¹

Strategi sebagai sebuah pola merupakan suatu tindakan yang di gunakan oleh manajemen untuk mengejar sebuah. Mintzberg melalui pengamatannya menemukan fenomena bahwa strategi yang awalnya telah ditetapkan oleh perusahaan melalui suatu rencana yang akan diimplementasikan menjadi suatu tindakan atau strategi yang dibuat dengan sengaja, ternyata strategi tersebut tidak dapat direalisasikan akibat lingkungan perusahaan yang berubah. kebalikannya, seringkali strategi yang tidak direncanakan, ternyata bisa menjadi alternatif strategi yang ketika diimplementasikan oleh perusahaan maka strategi tersebut dapat direalisasikan.

Sekarang ini, banyak perusahaan yang memilih alternatif strategi bagi perusahaan mereka. Hal itu disebabkan karena adanya pandemi virus Corona yang membuat lingkungan perusahaan berubah. Pandemi virus Corona menyebabkan banyak perusahaan yang awalnya merencanakan strategi disengaja, namun karena adanya perubahan lingkungan, perusahaan harus menggunakan strategi yang tidak disengaja atau strategi yang tidak direncanakan sebelumnya. Perusahaan yang menggunakan alternatif strategi harus bisa memilih dan mempertimbangkan strategi apa yang digunakan agar mereka tetap bisa bertahan di masa pandemi seperti sekarang ini.

¹¹ Ismail Solihin, *Manajemen Strategik...*, h. 26.

Agar bisnis yang dijalankan tetap bisa eksis dan bertahan di masa pandemi virus Corona, maka PT Ma'ali Wisata memutuskan untuk menggunakan strategi alternatif, yang mana berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, strategi alternatif yang digunakan PT Ma'ali Wisata antara lain:

2. Strategi Intensif (*Intensive Strategy*)

Strategi intensif Strategi ini merupakan strategi yang dilakukan dengan usaha-usaha yang lebih gencar untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.¹² Menurut David (2015:137-147) salah satu strategi intensif adalah dengan melakukan Pengembangan Produk (*Product Development*). Melalui pengembangan Produk (*Product Development*) penjualan dapat ditingkatkan dengan cara memodifikasi atau memperbaiki produk atau jasa yang sudah tersedia.¹³

Adanya pandemi virus Corona membuat pemerintah Arab Saudi harus memutuskan untuk melakukan penutupan penerbangan bagi jemaah umrah sejak tanggal 27 Februari 2020. Keputusan itu juga membuat PT Ma'ali Wisata tidak melakukan keberangkatan untuk jemaah mereka. Mengetahui hal tersebut, jemaah PT Ma'ali Wisata yang sudah terlanjur mendaftar tetapi ditunda keberangkatannya, tidak begitu meminta

¹² Husein Umar, *Strategic Management in Action...*, h. 35.

¹³ Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi (Tori dan Aplikasi)...*, h. 50.

penjelasan kepada pihak PT Ma'ali Wisata tentang adanya penundaan tersebut karena mereka faham dengan kondisi yang terjadi dan mereka juga mendapatkan informasi langsung dari pemerintah melalui media massa ataupun media sosial yang ada.

Selama masa pandemi, PT Ma'ali Wisata tetap membuka pendaftaran untuk masyarakat yang ingin melaksanakan haji ataupun umrah. Namun, belum adanya kepastian dari pemerintah Arab Saudi tentang kapan keberangkatan akan dibuka kembali dan resiko yang cukup besar, membuat minat masyarakat untuk mendaftar menjadi berkurang. Hal tersebut membuat PT Ma'ali Wisata memutuskan untuk menawarkan produk baru yakni membuka pendaftaran paket *tour* ziarah ke Turki tanpa umrah sejak bulan Maret. Namun, kurangnya antusias dari masyarakat serta banyaknya peraturan dari pemerintah tentang syarat bepergian dan juga resiko yang cukup besar, membuat masyarakat berfikir dua kali untuk mendaftar.



Gambar 4.1 Brosur Pendaftaran Paket *Tour* Ziarah

Melalui pengembangan produk, PT Ma'ali Wisata melakukan modifikasi produk yang sudah ada guna meningkatkan penjualan yakni dengan cara membuka pendaftaran paket *tour* ziarah ke Turki tanpa umrah. Namun, karena kurangnya antusias dan kondisi yang tidak memungkinkan, pihak PT Ma'ali juga tidak bisa memaksakan masyarakat untuk tetap mendaftar.

3. Strategi Diversifikasi (*Difersifikasi Strategy*)

Melakukan sesuatu hal yang berbeda dengan bisnis yang ada sebelumnya merupakan strategi Diversifikasi. Bukan hanya melakukan perluasan produk, perusahaan juga bisa menciptakan bisnis baru di perusahaan.¹⁴

Dampak virus Corona sangat dirasakan oleh perusahaan biro perjalanan haji dan umrah. Sejak pemerintah mengumumkan bahwa tidak ada keberangkatan haji dan umrah, maka sejak itu pula PT Ma'ali Wisata tidak melakukan kegiatan seperti biasanya. Tidak adanya kegiatan yang dilakukan, membuat PT Ma'ali Wisata harus megambil strategi lain agar perusahaan mereka tetap bisa eksis di masa pandemi virus Corona seperti sekarang ini.

PT Ma'ali Wisata memutuskan untuk membuka bisnis baru dengan tujuan agar perusahaan mereka bisa bertahan dan tetap bisa mendapatkan penghasilan walaupun tidak ada kegiatan keberangkatan jamaah haji dan umrah. Sebelumnya, pada bulan Oktober PT Ma'ali Wisata memutuskan untuk menjadi agen produk penghemat BBM. Namun, karena keterbatasan pengetahuan tentang produk itu maka PT Ma'ali Wisata memutuskan untuk fokus menjadi distributor Kurma Sukari.

¹⁴ Senja Nilasari, *Manajemen Strategi itu Gampang...*, h. 79.

KUAT NANJAK
PAKAI MAXXPRO



**MEMBERSIHKAN MESIN
 &
 MENAIKKAN SETANA
 SEHINGGA
 MENINGKATKAN
 PERFORMA**

DIESEL **PETROL**

www.maxxpro.id

DIESEL **PETROL**

**PERSIAPKAN KENDARAANMU UNTUK
 NEW NORMAL**

**PAKAI
 MAXXPRO
 AGAR KENDARAANMU**

**IRIT
 BAHAN BAKAR
 BERSIH
 DARI SISA PEMBAKARAN
 NGACIR
 DI JALANAN**



MAXXPRO

Gambar 4.2 Produk Penghemat BBM

Sejak Januari 2021 sampai sekarang, PT Ma'ali Wisata menjadi distributor kurma Sukari. Direktur PT Ma'ali Wisata bekerjasama dengan teman-teman beliau untuk mendatangkan kurma langsung dari Arab Saudi. Setelah semua kurma tiba di Banjarmasin, maka kurma tersebut di *packing* dengan menggunakan kotak dan ember kurma yang kemudian dibagikan kepada *reseller*. Adapun kurma Sukari yang dijual memiliki harga yang bervariasi, tergantung berapa berat kurma tersebut dalam satu wadah. Harga kurma mulai dari Rp.70.000 sampai Rp. 180.000. *Reseller* disini meliputi para staf dan juga karyawan khususnya dari bagian marketing PT Ma'ali Wisata. Selain itu, jemaah yang pernah menggunakan jasa PT Ma'ali Wisata juga ada yang menjadi *reseller*. PT Ma'ali Wisata juga menjual parfum Raudhah Kiswah.



Gambar 4.3 Produk Kurma Sukari Dalam Wadah Ember Kurma



Gambar 4.4 Produk Kurma Dalam Wadah Kotak



Gambar 4.5 Produk Parfum Raudhah Kiswah

Adanya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan PT Ma'ali Wisata, maka saat ini perusahaan hanya berfokus pada penjualan kurma dan penghasilan PT Ma'ali Wisata 100% juga bersumber dari bisnis penjualan kurma Sukari.

**Ready Kurma Sukari
fresh from Saudi**

Selain mengandung banyak manfaat, rasanya lembut plus lumer di mulut, harganya pun gak bikin kantong melotot

Buruan order (juga menerima grosir ya) mumpung harganya masih bersahabat, nanti Sya'ban menjelang Ramadhan harga bakal meroket...

PROMO

Hanya **200k**
Free Ongkos kirim
wilayah Bjm, Bjb, dan Mtp

Isi Kotak 3Kg

KURMA SUKARI

IDR **200K**
Kotak 3 Kg

Free
Ongkos kirim
wilayah Bjm, Bjb, dan Mtp

Gambar 4.6 Produk Kurma Sukari

Strategi diversifikasi yang digunakan oleh PT Ma'ali Wisata sekarang ini berdasarkan teori dari David¹⁵ yang menyatakan bahwa strategi diversifikasi meliputi strategi diversifikasi konsentris, strategi diversifikasi horizontal, dan strategi diversifikasi konglomerat. Strategi diversifikasi konsentris yakni strategi dengan cara menambah produk atau jasa baru yang masih terkait. Menambah produk baru yakni dengan membuka pendaftaran paket *tour* ziarah ke Turki tanpa umrah merupakan penerapan strategi yang dilakukan oleh PT Ma'ali Wisata.

Diversifikasi horizontal yakni menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada. PT Ma'ali Wisata juga menambah bisnis baru yakni dengan menjadi distributor kurma Sukari yang mana kurma-kurma tersebut dijual kepada para staf dan jemaah yang pernah menggunakan jasa PT Ma'ali Wisata atau mantan jemaah PT Ma'ali Wisata. Selain menjual kepada para *staf* dan mantan jemaah, PT Ma'ali Wisata juga menjual kepada masyarakat luas. Hal tersebut sesuai dengan diversifikasi konglomerat yakni menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait dengan konsumen baru.

4. Strategi Difensif

Adanya virus Corona atau Covid-19 di Indonesia yang menyebar cepat, membuat pemerintah harus melakukan himbauan kepada

¹⁵ Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi (Tori dan Aplikasi)...*, h. 49

masyarakat untuk tetap di rumah. Pemerintah juga mengintruksikan kepada masyarakat salah satunya yakni melakukan *social distancing* atau menjaga jarak agar risiko penularan bisa diminimalisir. Diberlakukannya *social distancing* atau menjaga jarak, membuat banyak masyarakat tidak bisa melakukan kegiatan secara bebas. Intruksi tersebut juga harus dilakukan dan dirasakan oleh perusahaan-perusahaan yang banyak memiliki karyawan, mereka tidak bisa bebas dalam melakukan pekerjaan karena harus mengikuti intruksi dari pemerintah yakni menjaga jarak satu sama lain. Dalam kurun waktu 2 bulan sejak awal Maret 2020, jumlah kasus positif virus Corona mencapai lebih dari 13.000 kasus. Hal tersebut membuat banyak perusahaan tutup total dan harus memperkerjakan karyawan mereka dari rumah atau WFH (*Work From Home*).

Sempat tutup selama 2 bulan, PT Ma'ali Wisata kembali membuka kantor mereka dengan menggunakan protokol kesehatan yang telah ditetapkan. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan tetap bisa eksis dan bertahan walaupun di masa pandemi Covid-19.

Strategi difensif adalah tindakan-tindakan penyelamatan dari suatu perusahaan agar terhindar dari kerugian yang dapat menyebabkan kebangkrutan.¹⁶ Guna meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang turun, maka suatu organisasi atau perusahaan dapat melakukan

¹⁶ Husein Umar, *Strategic Management in Action...*, h. 34.

restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset atau yang sering dikenal dengan rasionalisasi biaya.

Selama pandemi, tidak ada karyawan PT Ma'ali Wisata yang di rumahkan dan gaji mereka selama bulan Maret sampai Agustus juga *full* dibayar oleh pimpinan. Namun sejak September 2020, pimpinan PT Ma'ali Wisata memutuskan untuk melakukan penurunan gaji kepada para karyawan. Hal tersebut dilakukan sebagai tindakan upaya dari perusahaan agar tidak mengalami kebangkrutan. Selain itu, melalui penurunan gaji karyawan, perusahaan juga dapat melakukan restrukturisasi agar perusahaan tetap bisa eksis dan bertahan di masa pandemi Covid-19.

PT Ma'ali Wisata mempunyai 20 karyawan yang mana dalam sehari ada 4 dan 2 karyawan. Selama masa pandemi, para karyawan dibagi menjadi dua, tergantung tempat domisili mereka tinggal. Tidak adanya kegiatan juga membuat para karyawan PT Ma'ali Wisata memiliki jadwal masuk menggunakan *shif*. Jadi, setiap karyawan bekerja sebanyak 2 kali dalam seminggu dan total masuk mereka selama 1 bulan adalah 8 kali.

Selama masa pandemi, para karyawan PT Ma'ali Wisata hanya melayani para jemaah yang ingin membatalkan keberangkatan mereka dengan alasan yang bermacam-macam. Karyawan PT Ma'ali Wisata juga

memberikan informasi secara transparan kepada para jemaah yang bertanya mengenai keberangkatan haji maupun umrah.

Selain kegiatan tersebut, karyawan PT Ma'ali Wisata juga melakukan kegiatan yang berhubungan dengan bisnis baru yang dijalankan yakni kegiatan mengadakan penawaran, parkir, dan merekap penjualan dari kurma Sukari.

5. Strategi Integrasi

Salah satu jenis strategi integrasi adalah *Forward Integration* atau integrasi ke depan. Integrasi ke Depan (*Forward Integration*) merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menguasai atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer.¹⁷

Selain menampilkan bisnis dan produk baru, PT Ma'ali Wisata juga berencana untuk membuka sebuah gallery yang mana gallery tersebut diberi nama Al-Masa yakni singkatan dari Ma'ali Wisata. Adanya gallery Al-Masa yang dimiliki oleh PT Ma'ali Wisata ini diharapkan nantinya bisa mempermudah masyarakat untuk mencari berbagai perlengkapan mulai dari busana muslim, dan sebagainya. Gallery Al-Masa ini, merupakan upaya yang dilakukan oleh PT Ma'ali Wisata agar perusahaan mereka nanti tidak bergantung kepada distributor atau pengecer lain. Jika ada para jemaah yang nantinya mencari berbagai

¹⁷ Zuriani Ritonga, *Manajemen Strategi (Tori dan Aplikasi)...*, h. 49.

perlengkapan busana muslim, maka PT Ma'ali Wisata dapat menawarkan gallery Al-Masa tersebut.



Gambar 4.7 Produk Busana Muslim dari *Gallery Al-Masa*

Bukan hanya ingin mendapatkan *profit oriented* semata, namun secara keseluruhan tujuan bisnis didirikan meliputi:¹⁸

- Profit,
- Pengadaan barang atau jasa,
- Kesejahteraan bagi pemilik faktor produksi dan masyarakat,
- Full employment,
- Eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (waktu yang lama),
- Kemajuan dan pertumbuhan,
- Prestise dan prestasi.

Dimasa pandemi virus Corona seperti sekarang ini, semua perusahaan yang terkena dampaknya tidak lagi bertujuan untuk mendapatkan *profit oriented* semata, namun perusahaan lebih memilih untuk mencari cara agar bisa bertahan dalam waktu jangka panjang atau waktu yang lama. Seperti halnya yang dilakukan PT Ma'ali Wisata, agar tetap bisa bertahan dalam jangka waktu yang lama, mereka memilih cara dengan menggunakan beberapa strategi tersebut yakni:

1. Strategi Intensif. Melalui produk yang ada, PT Ma'ali Wisata melakukan usaha-usaha yang intensif agar perusahaan dan bisnis mereka tetap bisa eksis dan bertahan walaupun di masa pandemi virus

¹⁸ Apiaty Kamaluddin, *Administrasi Bisnis*..., h. 7.

Corona. Selain tetap membuka pendaftaran haji dan umrah untuk masyarakat, PT Ma'ali Wisata juga melakukan pengembangan produk yakni dengan memodifikasi produk yang sudah ada, mereka melakukan pengembangan produk dengan cara membuka pendaftaran paket tour ke Turki tanpa umrah.

2. Strategi Diversifikasi. PT Ma'ali Wisata juga melakukan strategi diversifikasi, yakni dengan menampilkan bisnis baru dalam perusahaan. Produk yang ditawarkan PT Ma'ali Wisata dalam bisnis baru tersebut ada yang masih terkait dengan produk sebelumnya yakni dengan membuka pendaftaran paket *tour* ziarah ke Turki tanpa umrah, dan ada juga yang tidak terkait dengan produk sebelumnya yakni dengan menjadi distributor kurma Sukari.
3. Strategi Difensif. Agar tetap bisa bertahan di masa pandemi Virus Corona, PT Ma'ali Wisata harus melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar. PT Ma'ali Wisata memutuskan untuk mengambil langkah rasionalisasi biaya yakni melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dengan cara mengurangi gaji para karyawan.
4. Strategi Integrasi. PT Ma'ali Wisata juga melakukan *Forward Integration* atau integrasi ke depan. Melalui *gallery* Al-Masa yang dimiliki oleh PT Ma'ali Wisata, para jemaah atau masyarakat tidak

perlu lagi mencari berbagai perlengkapan busana muslim kepada distributor atau pengecer yang lain.