ABSTRAK

Ahmad Jurai. 200104030252, *Strategi Pelayanan Jemaah Umrah di PT. Al Shafwah Wisata Mandiri di Banjarmasin*. Syaipul Hadi, S.IP.,MA Pembimbing I dan Sri Anafarhanah, SEI., MSI Pembimbing II pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin 2026.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, Jemaah Umrah, Teori 5P Mintzberg.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas pelayanan dalam industri jasa perjalanan ibadah umrah. Sebagai salah satu biro travel di Banjarmasin, PT. Al Shafwah Wisata Mandiri berupaya menjaga loyalitas jemaah di tengah ketatnya persaingan bisnis dengan menerapkan pendekatan edukatif dan penguatan kepercayaan jemaah sejak tahap awal. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara mendalam strategi pelayanan jemaah umrah yang diterapkan perusahaan serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif-deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi mendalam, wawancara terstruktur bersama manajemen dan staf, serta dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini dibedah menggunakan kerangka teoretis manajemen strategis Teori 5P Henry Mintzberg (*Plan, Pattern, Position, Perspective,* dan *Ploy*) yang dikombinasikan dengan dimensi kualitas pelayanan (*SERVQUAL*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Al Shafwah Wisata Mandiri menerapkan strategi pelayanan sistematis yang mencakup tiga tahapan utama: pra-keberangkatan (manasik intensif dan administrasi berbasis teknologi), keberangkatan (pendampingan penuh di bandara dan akomodasi premium selama di Tanah Suci), serta kepulangan. Berdasarkan kerangka analisis 5P Mintzberg, strategi pelayanan ini diwujudkan melalui: 1) *Plan* (kepastian keberangkatan tanpa menunggu lama), 2) *Pattern* (standardisasi layanan medis 24 jam dan pendampingan lansia), 3) *Ploy* (kebijakan jaminan tanpa biaya tambahan akibat fluktuasi harga), serta 4) *Perspective* dan *Position* (budaya pelayanan kekeluargaan yang membangun reputasi positif). Keberhasilan pelayanan ini didukung oleh soliditas tim kerja, fasilitas hotel dan transportasi premium (bus SAPTCO), serta efisiensi teknologi koordinasi digital. Sementara itu, faktor penghambat utama yang dihadapi meliputi fluktuasi harga tiket pesawat yang dinamis serta ketidakpastian regulasi visa dari otoritas Arab Saudi.