

Analisis Strategi PT Arminareka Perdana dalam Penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus

Rohman¹, Irnawati²

¹Universitas Islam Bogor

Email:romiy207@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the strategies implemented by PT Arminareka Perdana in providing Umrah and Hajj plus services. The research problem focuses on how the company formulates and implements strategies to maintain pilgrim trust and maintain competitiveness amidst increasing competition among travel agencies. This study uses a qualitative approach with a case study method. Data were obtained through analysis of company documents, public information, and a review of service practices and operational policies. The results indicate that PT Arminareka Perdana's primary strategy emphasizes strengthening legality, extensive operational experience, integrated service quality, and building the company's reputation. A structured, transparent, and spiritually focused service strategy has been proven to increase pilgrim trust and loyalty. Furthermore, leveraging its reputation and experience as a national-scale Umrah and Hajj plus travel agency is a crucial factor in strengthening the company's position.

Keywords: Corporate strategy, Umrah and Hajj plus services, pilgrim trust, travel agency.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh PT Arminareka Perdana dalam penyelenggaraan layanan Umrah dan Haji plus. Permasalahan penelitian difokuskan pada bagaimana perusahaan merumuskan dan mengimplementasikan strategi untuk menjaga kepercayaan jamaah serta mempertahankan daya saing di tengah meningkatnya persaingan biro perjalanan ibadah. Penelitian ini menggunakan pendekatan

kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui analisis dokumen perusahaan, informasi publik, serta kajian terhadap praktik pelayanan dan kebijakan operasional yang dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi utama PT Arminareka Perdana menitikberatkan pada penguatan legalitas, pengalaman operasional yang panjang, kualitas pelayanan terpadu, serta pembangunan reputasi perusahaan. Strategi pelayanan yang terstruktur, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan spiritual jamaah terbukti mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas jama'ah. Selain itu, pemanfaatan reputasi dan pengalaman sebagai travel umrah dan haji plus berskala nasional menjadi faktor penting dalam memperkuat posisi perusahaan.

Katakunci: Strategi perusahaan, pelayanan umrah haji plus, kepercayaan jama'ah, biro perjalanan ibadah.

Pendahuluan

Penyelenggaraan ibadah umrah dan haji plus merupakan sektor jasa keagamaan yang memiliki tingkat kepercayaan publik yang sangat tinggi sekaligus risiko yang besar apabila tidak dikelola secara profesional. Dalam beberapa tahun terakhir, meningkatnya minat masyarakat Indonesia untuk melaksanakan ibadah umrah dan haji plus mendorong tumbuhnya biro perjalanan ibadah secara signifikan. Namun, pertumbuhan tersebut tidak selalu diimbangi dengan kualitas pengelolaan dan kepatuhan terhadap regulasi, sehingga menimbulkan berbagai permasalahan seperti penundaan keberangkatan, pembatalan sepihak, hingga kasus penipuan jamaah. Kondisi ini menuntut biro perjalanan umrah dan haji plus untuk memiliki strategi yang tepat, profesional, dan berorientasi pada perlindungan jamaah (Kementrian Agama RI, 2020).

Strategi penyelenggaraan umrah dan haji plus menjadi aspek penting dalam menjamin kualitas pelayanan, keamanan perjalanan, serta keberlangsungan operasional perusahaan. Menurut perspektif manajemen jasa, strategi tidak hanya berkaitan dengan perencanaan operasional, tetapi juga mencakup pengelolaan sumber daya manusia, sistem pelayanan, komunikasi dengan jamaah, serta kepatuhan terhadap regulasi pemerintah

(Tjiptono, 2019). Dalam konteks perjalanan ibadah, strategi yang efektif harus mampu mengintegrasikan aspek teknis perjalanan dengan nilai-nilai spiritual, sehingga jamaah tidak hanya memperoleh layanan administratif yang baik, tetapi juga pengalaman ibadah yang khusus dan bermakna (Sholeh, 2018).

PT Arminareka Perdana merupakan salah satu biro perjalanan umrah dan haji plus yang telah beroperasi sejak tahun 1990 dan memiliki pengalaman panjang dalam menyelenggarakan perjalanan ibadah. Keberlangsungan perusahaan selama lebih dari tiga dekade menunjukkan adanya strategi yang relatif stabil dan adaptif dalam menghadapi dinamika industri travel ibadah. Legalitas yang lengkap, kepatuhan terhadap kebijakan Kementerian Agama, serta reputasi sebagai travel berskala nasional menjadi modal strategis dalam membangun kepercayaan jamaah. Namun demikian, pengalaman dan legalitas semata belum cukup tanpa didukung oleh strategi pelayanan yang terstruktur dan berorientasi pada kepuasan jamaah (Suryadi, 2017).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran jamaah terhadap hak-haknya sebagai konsumen jasa, kualitas strategi penyelenggaraan umrah dan haji plus menjadi faktor penentu dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas jamaah. Jamaah cenderung memilih biro perjalanan yang memiliki rekam jejak baik, transparan, serta mampu memberikan kepastian layanan. Hal ini sejalan dengan temuan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas strategi pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan kepuasan jamaah umrah (Rahmawati, 2022). Oleh karena itu, analisis terhadap strategi PT Arminareka Perdana menjadi penting untuk memahami bagaimana perusahaan merancang dan mengimplementasikan strategi dalam penyelenggaraan umrah dan haji plus secara profesional dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada analisis strategi PT Arminareka Perdana dalam penyelenggaraan umrah dan haji plus. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai praktik strategi penyelenggaraan

perjalanan ibadah, sekaligus menjadi referensi bagi biro perjalanan umrah lainnya dalam meningkatkan kualitas layanan, menjaga kepercayaan jamaah, dan mematuhi regulasi yang berlaku.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi PT Arminareka Perdana dalam penyelenggaraan umrah dan haji plus berdasarkan data yang tersedia, tanpa melakukan interaksi langsung dengan informan. Penelitian kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk memahami dan menafsirkan fenomena manajerial serta strategi pelayanan secara komprehensif melalui pengkajian data non-numerik yang relevan (Sugiyono, 2018).

Penelitian dilaksanakan pada PT Arminareka Perdana sebagai objek kajian, dengan lokasi penelitian difokuskan pada kantor pusat perusahaan di Jakarta Pusat. Waktu penelitian dilakukan secara fleksibel sesuai dengan kebutuhan pengumpulan dan analisis data, khususnya terhadap dokumen perusahaan, informasi publik, serta regulasi yang berkaitan dengan penyelenggaraan umrah dan haji plus. Penentuan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa PT Arminareka Perdana merupakan biro perjalanan umrah dan haji plus berskala nasional yang memiliki pengalaman panjang dan legalitas resmi (Suryadi, 2017).

Subjek penelitian dalam kajian ini tidak berupa individu atau responden, melainkan unit analisis institusional, yaitu strategi penyelenggaraan umrah dan haji plus yang diterapkan oleh PT Arminareka Perdana. Dengan demikian, fokus penelitian diarahkan pada kebijakan, sistem pelayanan, mekanisme operasional, serta praktik manajerial perusahaan sebagaimana tercermin dalam dokumen resmi dan aktivitas penyelenggaraan perjalanan

ibadah. Penentuan subjek penelitian bersifat purposive berdasarkan relevansi objek dengan tujuan penelitian (Moleong, 2019).

Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap awal dimulai dengan penetapan fokus dan ruang lingkup penelitian, dilanjutkan dengan pengumpulan data yang bersumber dari dokumen dan observasi. Tahap berikutnya adalah pengorganisasian dan pengklasifikasian data sesuai dengan aspek strategi yang dianalisis, seperti perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian penyelenggaraan umrah dan haji plus. Tahap akhir adalah penyusunan hasil analisis dalam bentuk uraian deskriptif yang runtut dan logis (Widodo, 2023).

Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang berperan sebagai instrumen utama dalam melakukan pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. Data penelitian terdiri atas data sekunder, yang diperoleh dari dokumen perusahaan, laporan resmi, situs web perusahaan, publikasi lembaga terkait, serta peraturan pemerintah mengenai penyelenggaraan umrah dan haji plus. Selain itu, observasi nonpartisipan digunakan untuk mengamati informasi dan pola pelayanan yang ditampilkan secara terbuka oleh perusahaan (Sugiyono, 2018).

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi studi dokumentasi dan observasi nonpartisipan. Studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah dokumen internal dan eksternal perusahaan, seperti profil perusahaan, kebijakan layanan, legalitas, serta informasi publik terkait penyelenggaraan umrah dan haji plus. Observasi nonpartisipan dilakukan dengan mengamati praktik pelayanan yang dipublikasikan melalui media resmi perusahaan tanpa keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas operasional. Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memperoleh data yang objektif dan faktual (Gunawan, 2017).

Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan diseleksi dan difokuskan pada aspek strategi penyelenggaraan umrah dan haji plus. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk

narasi deskriptif-analitis untuk memudahkan pemahaman pola dan temuan penelitian. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menafsirkan makna data secara kritis dan sistematis guna memperoleh gambaran utuh mengenai strategi PT Arminareka Perdana (Miles, 2014).

Hasil dan Pembahasan

Profil PT Alsha Mutiara Persada (Alsha Tours)

PT Arminareka Perdana adalah agen perjalanan Umrah dan Haji Plus yang telah beroperasi sejak tahun 1990 dan dikenal sebagai salah satu pelopor perjalanan Umrah berskala nasional di Indonesia. Dengan pengalaman lebih dari tiga dekade, perusahaan telah membangun reputasi sebagai penyedia perjalanan ibadah haji yang profesional, terpercaya, dan berorientasi pada kepuasan jamaah. Kontinuitas operasional jangka panjang ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kualitas layanan dan konsistensi manajemen di tengah dinamika regulasi dan persaingan di industri perjalanan ibadah haji.

Sebagai agen perjalanan Umrah dan Haji Plus resmi, PT Arminareka Perdana memiliki kedudukan hukum yang lengkap dan mematuhi peraturan pemerintah. Perusahaan memegang izin untuk menyelenggarakan ibadah Umrah dan Haji khusus dari Kementerian Agama Republik Indonesia dan merupakan anggota terdaftar dari Asosiasi Penyelenggara Haji dan Umrah Muslim Republik Indonesia (AMPHURI). Kepatuhan terhadap peraturan ini merupakan indikator penting dalam memastikan keselamatan, kenyamanan, dan kepastian keberangkatan jamaah haji, sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap kredibilitas perusahaan.

Dalam hal kinerja pelayanan, PT Arminareka Perdana dikenal dengan skala operasionalnya yang besar dengan jumlah keberangkatan jamaah haji yang tinggi setiap tahunnya. Perusahaan ini dikenal karena mengirimkan puluhan ribu jamaah umrah dan

ribuan jemaah haji setiap tahun melalui sistem pelayanan yang terorganisir. Jaringan embarkasi yang luas di kota-kota besar di seluruh Indonesia, bersama dengan kemitraan dengan maskapai penerbangan nasional, menunjukkan kekuatan strategi operasional perusahaan dalam menjangkau jemaah dari berbagai daerah.

Prestasi PT Arminareka Perdana juga tercermin dalam berbagai penghargaan nasional yang telah diterimanya, termasuk penghargaan dari Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) dan pengakuan dari maskapai penerbangan nasional. Pengakuan ini menunjukkan keunggulan perusahaan tidak hanya dalam jumlah keberangkatan jemaah haji, tetapi juga dalam mengelola program ibadah haji kolektif dan spiritual. Dari perspektif manajemen layanan, pencapaian ini memperkuat citra merek perusahaan dan meningkatkan daya saingnya di industri perjalanan Umrah dan Haji (Hakim, 2021).

Dari perspektif manajerial, PT Arminareka Perdana mengintegrasikan layanan perjalanan ziarah dengan nilai-nilai Islam, profesionalisme, dan transparansi. Sistem layanan yang dikembangkan menekankan tidak hanya aspek administratif dan teknis, tetapi juga bantuan ibadah dan bimbingan spiritual bagi para jemaah (Lupiyoadi, 2018). Pendekatan ini selaras dengan karakteristik layanan perjalanan keagamaan, yang menuntut keseimbangan antara kualitas layanan modern dan pemenuhan kebutuhan spiritual para jemaah (Tjiptono, 2019).



Gambar 1. Jamaah Travel Umroh dan Haji PT Arminareka Perdana



Gambar 2. 3000 jamaah Travel Umroh dan Haji PT Arminareka Perdana

Strategi Legalitas dan Kepatuhan Regulasi

Strategi utama PT Arminareka Perdana dalam menyelenggarakan Umrah dan Haji Plus ditunjukkan melalui kepatuhan terhadap peraturan pemerintah sebagai dasar pelayanan. Legalitas dan kepatuhan penuh terhadap kebijakan Kementerian Agama berfungsi sebagai strategi defensif dan preventif untuk melindungi jamaah dari risiko kegagalan keberangkatan. Dalam konteks manajemen pelayanan keagamaan, kepatuhan terhadap peraturan bukan hanya kewajiban administratif tetapi juga instrumen strategis dalam membangun kepercayaan publik dan legitimasi institusional. Agen perjalanan yang

mematuhi peraturan cenderung dianggap lebih profesional dan aman, sehingga meningkatkan minat jamaah dalam memilih layanan perjalanan haji (Rahman, 2021).

Selain kepatuhan hukum, legalitas juga berfungsi sebagai instrumen kontrol kualitas untuk layanan Umrah dan Haji Plus. Dengan mematuhi peraturan pemerintah, penyelenggara perjalanan ziarah diwajibkan untuk memenuhi standar layanan minimum, termasuk aspek administrasi, transportasi, akomodasi, dan bimbingan ziarah. Standar ini berfungsi sebagai mekanisme kontrol untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan tidak menyimpang dari ketentuan Syariah atau kebijakan negara. Dari perspektif tata kelola layanan publik, kepatuhan terhadap standar peraturan mencerminkan komitmen suatu lembaga untuk mempertahankan kualitas layanan yang berkelanjutan (Pratama, 2020).

Selanjutnya, strategi kepatuhan peraturan juga memainkan peran penting dalam meminimalkan potensi konflik dan kerugian yang dialami oleh jamaah. Ketika agen perjalanan beroperasi sesuai dengan persyaratan perizinan dan pengawasan pemerintah, risiko penipuan, keterlambatan keberangkatan, dan kegagalan layanan dapat diminimalkan. Hal ini sejalan dengan prinsip perlindungan konsumen untuk layanan keagamaan, di mana negara hadir melalui peraturan untuk memastikan keselamatan dan kenyamanan jamaah sebagai pengguna layanan. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap peraturan tidak hanya melindungi jamaah tetapi juga menjaga stabilitas dan reputasi jangka panjang perusahaan (Lestari, 2021).

Dalam konteks persaingan industri perjalanan ziarah, legalitas yang kuat berfungsi sebagai keunggulan strategis non-materiil. Jamaah cenderung memprioritaskan status izin resmi dan kepatuhan terhadap peraturan ketika memilih agen perjalanan Umrah dan Haji. Hal ini menunjukkan bahwa peraturan tidak selalu dipandang sebagai hambatan operasional, melainkan sebagai sarana diferensiasi yang memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan. Dengan demikian, strategi legalitas yang diterapkan secara konsisten

dapat meningkatkan kepercayaan pasar sekaligus memperkuat daya saing agen perjalanan Haji dan Umrah (Widyaningrum, 2022).

Strategi Operasional Penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus

Dari sisi operasional, PT Arminareka Perdana menerapkan strategi pelayanan terstruktur melalui pengelolaan proses perjalanan yang sistematis, mulai dari pendaftaran, manasik, pemberangkatan, hingga pendampingan di Tanah Suci. Strategi ini menekankan efisiensi proses dan konsistensi layanan agar jamaah memperoleh pengalaman ibadah yang tertib dan minim hambatan. Dalam teori manajemen operasional jasa, kejelasan alur layanan berperan penting dalam meningkatkan kualitas persepsi pelanggan terhadap kinerja organisasi jasa. Strategi operasional yang terencana dengan baik juga membantu perusahaan menjaga stabilitas layanan meskipun melayani jamaah dalam jumlah besar (Heizer, 2019).

Tabel 1. Strategi Operasional Penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus

Aspek Operasional	Strategi yang Diterapkan	Tujuan Strategis
Legalitas dan Kepatuhan	Pemenuhan izin resmi Kementerian Agama dan kepatuhan terhadap regulasi penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus	Menjamin keamanan, legalitas, dan kepercayaan jamaah
Perencanaan Keberangkatan	Penyusunan jadwal keberangkatan yang pasti dan terkoordinasi dengan maskapai serta mitra di Arab Saudi	Meminimalkan risiko penundaan dan meningkatkan kepastian layanan
Manajemen Administrasi	Sistem pendaftaran terstruktur, pengelolaan dokumen jamaah, dan transparansi biaya	Meningkatkan efisiensi operasional dan kenyamanan jamaah

Manajemen Akomodasi dan Transportasi	Kerja sama dengan hotel dan transportasi yang sesuai standar kenyamanan jamaah	Menjamin kelancaran mobilitas dan kenyamanan selama ibadah
Bimbingan Ibadah	Pendampingan oleh pembimbing dan muthawif berkompeten	Meningkatkan kualitas pemahaman dan kekhusyukan ibadah
Pelayanan Jamaah	Penyediaan layanan pendampingan selama perjalanan dan ibadah	Menumbuhkan rasa aman dan kepuasan jamaah
Pengawasan dan Evaluasi	Monitoring pelaksanaan program serta evaluasi pasca-keberangkatan	Menjaga kualitas layanan dan perbaikan berkelanjutan

Strategi operasional untuk penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus berfungsi sebagai landasan utama untuk memastikan kelancaran, keamanan, dan kualitas layanan bagi para jamaah. Manajemen operasional terintegrasi, mulai dari kepatuhan hukum hingga pengawasan program, memastikan bahwa seluruh proses ibadah haji sesuai dengan peraturan pemerintah dan kebutuhan para jamaah (Holeh, 2019).

Pendekatan operasional yang sistematis juga membantu penyelenggara meminimalkan risiko administratif dan teknis. Lebih lanjut, penguatan bimbingan ibadah dan layanan jamaah menekankan bahwa strategi operasional tidak hanya berfokus pada aspek manajerial tetapi juga pada pemenuhan kebutuhan spiritual para jamaah (Aziz, 2020).

Strategi Pengelolaan Sumber Daya Manusia

Pengelolaan sumber daya manusia menjadi bagian integral dari strategi PT Arminareka Perdana dalam menjaga kualitas penyelenggaraan ibadah. Perusahaan menempatkan pembimbing ibadah dan petugas lapangan sebagai ujung tombak pelayanan, mengingat interaksi langsung dengan jamaah sangat menentukan kepuasan dan kenyamanan ibadah. Strategi penguatan SDM dilakukan melalui penempatan tenaga yang berpengalaman dan memahami aspek fiqh ibadah umrah dan haji. Dalam perspektif manajemen jasa, kompetensi dan sikap pelayanan petugas merupakan faktor kunci yang memengaruhi kualitas layanan dan citra perusahaan secara keseluruhan (Hasibuan, 2018).

Selain menempatkan personel yang berpengalaman, strategi manajemen sumber daya manusia juga mencakup pengembangan dan pembinaan berkelanjutan. Memberikan pelatihan tentang ritual Haji (manasik), memperdalam yurisprudensi Islam (fiqh), dan menyediakan layanan ibadah Haji sangat penting untuk meningkatkan profesionalisme staf. Pengembangan kompetensi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap anggota staf tidak hanya memahami prosedur perjalanan teknis tetapi juga mampu memberikan bimbingan tentang ibadah sesuai dengan hukum Islam. Dalam layanan manajemen sumber daya manusia, pembangunan kapasitas individu merupakan investasi jangka panjang yang secara langsung berdampak pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (Hasibuan, 2019).

Strategi manajemen sumber daya manusia juga berfokus pada pembiasaan sikap kerja yang berorientasi pada pelayanan dan nilai-nilai Islam. Staf diharapkan memiliki empati, kesabaran, dan keterampilan komunikasi yang kuat ketika membantu jamaah Haji dari berbagai usia dan kondisi fisik. Nilai-nilai spiritual seperti ketulusan, kepercayaan, dan tanggung jawab membentuk dasar etika kerja dalam menyelenggarakan ibadah Umrah dan Haji. Pendekatan ini selaras dengan konsep manajemen sumber daya manusia berbasis

nilai, yang menekankan keseimbangan antara kompetensi profesional dan integritas moral dalam pelayanan publik keagamaan (Fauzi, 2020).

Manajemen sumber daya manusia yang efektif juga berkontribusi pada stabilitas operasional dan reputasi perusahaan. Staf yang kompeten dan loyal cenderung mampu bekerja secara terkoordinasi, responsif terhadap kebutuhan jamaah, dan menanggapi keadaan darurat selama ibadah Haji. Hal ini memperkuat kepercayaan jamaah kepada penyelenggara dan menciptakan pengalaman Haji yang aman dan nyaman. Oleh karena itu, strategi manajemen SDM tidak hanya berfungsi sebagai upaya internal perusahaan tetapi juga sebagai strategi eksternal dalam membangun citra dan daya saing PT Arminareka Perdana di industri perjalanan Haji (Nugroho, 2021).

Strategi Pelayanan Berbasis Pengalaman Spiritual Jamaah

Strategi pelayanan berbasis pengalaman spiritual juga diimplementasikan melalui penguatan program bimbingan sebelum dan selama ibadah haji. Pelatihan sistematis dalam ritual ibadah, penguatan niat beribadah, dan pengingat bagi jamaah tentang nilai-nilai kesabaran dan ketulusan merupakan bagian dari proses pelayanan terpadu. Pendekatan ini bertujuan untuk mempersiapkan jamaah tidak hanya secara fisik dan administratif, tetapi juga mental dan spiritual, sehingga mereka dapat melaksanakan ritual dengan pemahaman dan kesadaran yang lengkap. Dalam konteks ibadah keagamaan, kualitas pengalaman spiritual jamaah sangat dipengaruhi oleh kesiapan batin yang dikembangkan melalui bimbingan yang berkelanjutan dan terarah (Nasution, 2020).

Selain bimbingan ibadah, menciptakan suasana perjalanan yang religius dan menenangkan merupakan elemen penting dari strategi pelayanan spiritual. Jadwal yang santai, pemilihan akomodasi yang mendukung ibadah yang nyaman, dan penguatan kegiatan zikir dan refleksi spiritual selama perjalanan merupakan bagian dari pengalaman jamaah. Jenis pelayanan ini menempatkan jamaah sebagai objek ibadah, bukan sekadar

pengguna jasa perjalanan. Dari perspektif pemasaran layanan keagamaan, pengalaman spiritual yang positif akan menciptakan kesan yang abadi, meningkatkan kepuasan emosional, dan memperkuat loyalitas jamaah kepada penyelenggara Umrah dan Haji (Prasetyo, 2021).

Strategi Reputasi dan Kepercayaan Publik

Reputasi perusahaan dibangun melalui konsistensi kinerja dan rekam jejak keberangkatan jamaah yang berkelanjutan. PT Arminareka Perdana memanfaatkan pencapaian operasional dan penghargaan nasional sebagai bagian dari strategi reputasi untuk memperkuat kepercayaan publik. Dalam kajian pemasaran jasa, reputasi positif berfungsi sebagai aset tidak berwujud yang mampu memengaruhi keputusan konsumen secara signifikan. Kepercayaan yang terbentuk dari reputasi yang baik akan mendorong loyalitas jamaah dan memperluas promosi dari mulut ke mulut secara alami (Kurniawan, 2020).

Strategi reputasi PT Arminareka Perdana juga diperkuat melalui transparansi informasi dan komunikasi terbuka dengan publik. Penyampaian informasi yang jelas mengenai legalitas, program perjalanan, dan rekam jejak keberangkatan jamaah haji bertujuan untuk meminimalkan ketidakpastian yang sering mengkhawatirkan calon jamaah haji. Dalam konteks jasa perjalanan haji, transparansi merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan, karena jamaah haji mempercayakan aspek ibadah, waktu, dan dana mereka kepada penyelenggara. Perusahaan yang secara konsisten menjaga transparansi informasi cenderung dianggap lebih kredibel dan bertanggung jawab, sehingga membangun reputasi yang berkelanjutan (Sari, 2019).

Selanjutnya, reputasi positif PT Arminareka Perdana memiliki implikasi langsung terhadap pembentukan kepercayaan sosial di dalam masyarakat. Kepercayaan ini muncul tidak hanya dari promosi formal tetapi juga dari pengalaman jamaah haji, yang kemudian dibagikan dalam lingkaran sosial mereka. Dari perspektif manajemen pemasaran jasa,

rekomendasi berdasarkan pengalaman nyata memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk citra perusahaan. Ketika reputasi dan kepercayaan publik suatu perusahaan terjaga, perusahaan tersebut tidak hanya mendapatkan loyalitas dari jemaah yang sudah ada, tetapi juga secara organik memperluas basis jemaah baru melalui komunikasi dari mulut ke mulut yang persuasif dan berkelanjutan (Kurniawan, 2020).

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Arminareka Perdana menempatkan kepatuhan terhadap peraturan pemerintah sebagai strategi utama dalam penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus. Legalitas yang dimiliki, termasuk izin resmi dari Kementerian Agama dan keanggotaan dalam AMPHURI, berfungsi sebagai strategi defensif dan preventif untuk melindungi jemaah dari risiko kegagalan keberangkatan. Kepatuhan ini tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga strategis dalam membangun kepercayaan publik dan legitimasi institusional. Dengan memenuhi standar layanan minimum, mulai dari administrasi, transportasi, akomodasi, hingga bimbingan ibadah, perusahaan memastikan kualitas layanan sesuai ketentuan syariah dan regulasi negara.

Kepatuhan terhadap peraturan juga meminimalkan risiko penipuan, keterlambatan, atau kegagalan layanan, sehingga melindungi jemaah dan menjaga reputasi jangka panjang perusahaan, sekaligus menjadi keunggulan kompetitif yang meningkatkan daya saing di pasar. Strategi operasional perusahaan terfokus pada pengelolaan perjalanan yang sistematis, mulai dari pendaftaran, manasik, pemberangkatan, hingga pendampingan di Tanah Suci, dengan alur layanan yang terstruktur untuk meningkatkan efisiensi, konsistensi, dan kualitas pengalaman ibadah jemaah.

Perencanaan keberangkatan yang matang, pengelolaan administrasi transparan, kerja sama dengan hotel dan transportasi yang sesuai standar, serta pendampingan ibadah oleh pembimbing berkompeten, terbukti mendukung kelancaran proses ibadah.

Monitoring dan evaluasi pasca-keberangkatan menjadi mekanisme penting untuk menjaga kualitas layanan dan melakukan perbaikan berkelanjutan, sehingga aspek teknis dan spiritual jamaah dapat terpenuhi secara seimbang. Pengelolaan sumber daya manusia menjadi faktor krusial dalam kualitas layanan, di mana pembimbing ibadah dan petugas lapangan yang berpengalaman menjadi ujung tombak pelayanan.

Pengembangan kompetensi melalui pelatihan manasik, pendalaman fiqh, dan pembinaan profesionalisme, serta penanaman nilai-nilai Islam seperti empati, kesabaran, ketulusan, dan tanggung jawab, memastikan staf mampu bekerja terkoordinasi, responsif terhadap kebutuhan jamaah, dan menanggapi situasi darurat, sehingga menciptakan pengalaman ibadah yang aman, nyaman, dan berkesan. Selain itu, perusahaan menekankan pelayanan yang berfokus pada pengalaman spiritual jamaah melalui pembinaan ibadah, pendampingan intensif, dan penciptaan suasana perjalanan yang kondusif bagi kekhusyukan.

Program bimbingan sebelum dan selama ibadah haji, termasuk penguatan niat, pelatihan ritual ibadah, serta pengingat nilai kesabaran dan ketulusan, mempersiapkan jamaah secara mental dan spiritual. Pemilihan akomodasi yang mendukung ibadah, jadwal perjalanan yang santai, serta penguatan kegiatan zikir dan refleksi spiritual, memberikan pengalaman religius yang mendalam, meningkatkan kepuasan emosional, dan membangun loyalitas jamaah. Reputasi perusahaan dibangun melalui konsistensi kinerja dan rekam jejak keberangkatan jamaah yang berkelanjutan, memanfaatkan penghargaan nasional dan pencapaian operasional untuk memperkuat kepercayaan publik.

Transparansi informasi terkait legalitas, program perjalanan, dan rekam jejak keberangkatan jamaah membantu meminimalkan ketidakpastian calon jamaah, sementara rekomendasi dari pengalaman jamaah menciptakan kepercayaan sosial yang memperluas basis pelanggan secara organik. Dengan demikian, strategi legalitas, operasional, manajemen SDM, pelayanan spiritual, dan reputasi publik yang diterapkan secara konsisten

memperkuat kualitas layanan, kepuasan jamaah, serta posisi PT Arminareka Perdana di industri perjalanan Umrah dan Haji

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa PT Arminareka Perdana menerapkan strategi yang terintegrasi dalam penyelenggaraan Umrah dan Haji Plus, yang mencakup kepatuhan terhadap peraturan pemerintah, manajemen operasional, pengelolaan sumber daya manusia, pelayanan berbasis pengalaman spiritual jamaah, serta pembangunan reputasi dan kepercayaan publik. Kepatuhan terhadap regulasi dan legalitas resmi berfungsi sebagai dasar untuk melindungi jamaah, menjaga kualitas layanan sesuai syariah dan standar negara, serta meningkatkan daya saing perusahaan. Strategi operasional yang sistematis dan terstruktur memastikan kelancaran perjalanan dan konsistensi layanan, sementara pengelolaan SDM yang kompeten dan berorientasi nilai Islam menjamin pelayanan yang responsif, aman, dan berkesan.

Selain itu, fokus pada pengalaman spiritual jamaah melalui bimbingan ibadah, pendampingan intensif, dan penciptaan suasana perjalanan yang kondusif memperkuat kepuasan emosional dan loyalitas jamaah. Reputasi positif dan transparansi informasi mendukung kepercayaan publik dan memperluas basis jamaah secara organik. Secara keseluruhan, penerapan strategi yang konsisten ini memperkuat kualitas layanan, meningkatkan kepuasan jamaah, dan memperkuat posisi PT Arminareka Perdana sebagai penyelenggara perjalanan Umrah dan Haji yang profesional dan terpercaya.

Reference

- Aziz, A. *Manajemen Pelayanan Ibadah Haji dan Umrah*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020.
- Fauzi, A. "Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Nilai Islam dalam Pelayanan Publik."

- Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol. 6 No. 2 (2020): 145–149.
- Gunawan, I. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Hakim, L. “Kepercayaan Jamaah terhadap Biro Perjalanan Umrah Resmi di Indonesia.” *Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol. 5 No. 2 (2021): 145–148.
- Hasibuan, M. S. P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2018.
- Hasibuan, M. S. P. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara, 2019.
- Heizer, J., & Render, B. *Manajemen Operasi* (Terjemahan Bahasa Indonesia). Jakarta: Salemba Empat, 2019.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Pedoman Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah, 2020.
- Kurniawan, D. “Peran Kepercayaan dan Reputasi terhadap Loyalitas Konsumen Jasa.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 8 No. 2 (2020): 101–106.
- Kurniawan, D. “Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen pada Industri Jasa.” *Jurnal Manajemen Strategik*, Vol. 6 No. 1 (2020): 33–38.
- Lestari, S. “Perlindungan Jamaah Umrah dalam Perspektif Regulasi Pemerintah.” *Jurnal Hukum Islam dan Kebijakan Negara*, Vol. 3 No. 2 (2021): 112–117.
- Lupiyoadi, R. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press, 2014.
- Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019.
- Nasution, H. *Manajemen Pelayanan Ibadah Haji dan Umrah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2020.
- Nugroho, D. “Peran SDM dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa.” *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol. 11 No. 1 (2021): 34–38.
- Nurhadi, A. “Pelayanan Spiritual dalam Jasa Perjalanan Ibadah.” *Jurnal Pariwisata Religi*, 307 | Jurnal JMDIK (Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi) Volume 2 Nomor 4, Juni 2026

Vol. 2 No. 1 (2022): 45–49.

Prasetyo, A. “Pengalaman Spiritual Jamaah dalam Layanan Wisata Religi.” *Jurnal Pariwisata Syariah*, Vol. 4 No. 1 (2021): 56–60.

Pratama, R. “Standar Pelayanan Publik dalam Penyelenggaraan Umrah.” *Jurnal Administrasi Publik dan Kebijakan*, Vol. 5 No. 1 (2020): 55–59.

Rahman, A. “Regulasi Penyelenggaraan Umrah dan Perlindungan Jamaah.” *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, Vol. 4 No. 2 (2021): 98–101.

Rahmawati, N., & Hidayat, A. “Pengaruh Legalitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Umrah.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 6 No. 1 (2022): 87–90.

Sari, R. P. *Manajemen Reputasi dalam Industri Jasa*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

Sholeh, M. *Manajemen Penyelenggaraan Ibadah Umrah dan Haji*. Jakarta: Kencana, 2019.

Sholeh, M. *Manajemen Penyelenggaraan Ibadah Umrah*. Jakarta: Kencana, 2018.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Suryadi, A. *Manajemen Biro Perjalanan Wisata*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Tamirano, R., & Zen, M. (2023). Strategi pemasaran travel haji dalam meningkatkan kepuasan jamaah. *Advances in social humanities research*, 1(4), 343-348.

Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2019.

Widodo, S. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Repository Binawan, 2023.

Widyaningrum, T. “Legalitas dan Kepercayaan Konsumen pada Biro Perjalanan Ibadah.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah*, Vol. 4 No. 1 (2022): 27–32.