

**IMPLEMENTASI STRATEGI MANAJEMEN DAKWAH DALAM  
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN JEMAAH HAJI DAN  
UMRAH PADA PT. SURYA CITRA MADANI KOTA YOGYAKARTA**



**Skripsi**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh:**

**Irfan Fahmi Al Barqi  
NIM. 18102040059**

**Dosen Pembimbing:**

**Muhammad Irfai Muslim, M.Si  
19881215 201903 1 009**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2025**

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-946/Un.02/DD/PP.00.9/07/2025

Tugas Akhir dengan judul : IMPLEMENTASI STRATEGI MANAJEMEN DAKWAH DALAM  
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN JEMAAH HAJI DAN UMRAH PADA  
PT. SURYA CITRA MADANI KOTA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IRFAN FAHMI AL BARQI  
Nomor Induk Mahasiswa : 18102040059  
Telah diujikan pada : Selasa, 15 Juli 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Muhammad Irfai Maslim, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 68704043e79c



Penguji I

Muhammad Toriq Nurmadiansyah,  
S.Ag., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 687061d0b013



Penguji II

Manif Solihan, MPA  
SIGNED

Valid ID: 687e5d58a5596



Yogyakarta, 15 Juli 2025

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Arif Mafrihin, M.Ag., M.A.I.S.  
SIGNED

Valid ID: 68706318e0f9

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856  
Yogyakarta 55281

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr. wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:


Nama : Irfan Fahmi Al Barqi  
NIM : 18102040059  
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Manajemen Dakwah dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jemaah Haji dan Umrah Pada PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta

sudah dapat diajukan kepada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.


*Wassalamualaikum wr. wb.*

Mengetahui:  
Ketua Program Studi

  
Munif Solihan, MPA  
198512092019031002

Yogyakarta, 11 Juli 2025

Dosen Pembimbing

  
Muhammad Irfai Muslim, M.Si  
NIP. 19881215 201903 1 009

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irfan Fahmi Al Barqi  
NIM : 18102040059  
Prodi : Manajemen Dakwah  
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Implementasi Strategi Manajemen Dakwah dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jemaah Haji dan Umrah Pada PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian- bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 11 Juli 2025

Yang menyatakan,



Irfan Fahmi Al Barqi  
NIM.18102040059

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



## HALAMAN MOTO

“Agar kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu, dan tidak pula terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong dan membanggakan diri”<sup>1</sup>

(Terjemahan Q.S Al-Hadid ayat 23)



---

<sup>1</sup> “Quran.Com,” *Surah Al-Hadid* -23, n.d., accessed July 16, 2025, <https://quran.com/id/57/23>.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Implementasi Strategi Manajemen Dakwah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jemaah Haji Dan Umrah Pada PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta. Shalawat serta salam semoga selamanya terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa’atnya di yaumul qiyamah nanti.

Penulis menyadari sepenuhnya, Penelitian, penyusunan dan penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari Bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi, dan do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah sepantasnya dengan segala kerendahan hati, penyusun mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Munif Solihan, MPA selaku Kepala Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Mokhammad Nazili, M.Pd. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama menempuh proses perkuliahan.



5. Bapak Muhammad Irfai Muslim, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti selama proses mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan kesabaran, keikhlasan, dan tanggung jawab.
6. Seluruh bapak dan ibu Dosen Program Studi Manajemen Dakwah yang telah Memberikan ilmunya dengan penuh kesabaran dan keikhlasan selama Menempuh studi mata kuliah di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Seluruh civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga yang telah membantu dan menunjang kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Bapak Faisal Maghrazan selaku Divisi Operasional PT. Surya Citra Madani yang telah memberikan bantuan dan mempermudah Perizinan, seluruh staf Surya Citra Madani yang telah bersedia memberikan informasi, serta para jemaah yang telah membantu dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
9. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Mustolih dan Ibu Nikmatul Khoeriah yang selalu mendukung, mendoakan dan memberikan semangat di setiap langkah penulis
10. Ikatan Mahasiswa Alumni Darul Ulum (IMADU) Yogyakarta yang sudah memfasilitasi alumni Pondok Pesantren Darul Ulum di Yogyakarta.



11. Segenap rekan-rekan KKN kelompok 20 Desa Guwa Lor dan semua rekan-rekan angkatan 108 seperti Robby, Zidan, Maulana, Fikri, Ulwan, Nisa, Ulfah, Novi, Artic, Dewi, dan Amalia
12. Teman-teman program studi Manajemen Dakwah Angkatan 2018 yang saling memberikan bantuan dalam menuntut ilmu dalam menyelesaikan studi S1.
13. Teman-teman kontrakan yang sudah menghibur, membantu dan mendukung selama di Yogyakarta.
14. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan masukan dalam proses penelitian, penyusunan, dan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk penulisan yang lebih baik dimasa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai referensi guna pengembangan dan perluasan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 11 Juli 2025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJARA  
YOGYAKARTA

Irfan Fahmi Al Barqi  
NIM.18102040059

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas pelayanan jemaah haji dan umrah pada PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta. Dewasa ini, semakin meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah dan haji, khususnya umrah karena haji hanya bisa dilaksanakan pada waktu tertentu sebagaimana yang telah ditetapkan syariat Islam. Penyelenggaraan haji dan umrah di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa kendala dalam penyelenggaraan haji dan umrah meliputi: kurangnya edukasi sebelum keberangkatan, kualitas pelayanan yang bervariasi, dan manajemen logistik yang kompleks. Strategi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai aktivitas di sebuah lembaga, tidak terkecuali dalam menyusun strategi perencanaan untuk pelayanan publik agar yang konsumen merasa puas dari pelayanan yang telah diberikan. J.L Thompson dalam Maharani et al (2022) menakrifkan strategi adalah jalan memperoleh sebuah hasil akhir. Sedangkan Manajemen berasal dari kata manus yang memiliki arti tangan dan agree yang bermakna melaksanakan. Adapun Manajemen dakwah sendiri adalah aktivitas organisasi dakwah yang bertujuan untuk mengelola semua sumber daya yang tersedia melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengontrolan, dengan tujuan utama mencapai *amar ma'ruf nahi munkar*.

Penelitian ini menggunakan model kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan yakni sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas pelayanan haji dan umrah pada PT. Surya Citra Madani dapat tercapai apabila proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengontrolan yang bertujuan untuk mencapai *amar ma'ruf nahi munkar* bisa berjalan dengan baik.

**Kata kunci:** Strategi Manajemen Dakwah, Kualitas Pelayanan, Haji dan Umrah.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv

### BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	4
D. Kajian Pustaka.....	5
E. Kerangka Teori.....	8
1. Manajemen Strategi.....	8
2. Strategi Manajemen Dakwah .....	11
3. Kualitas Pelayanan .....	12
4. Haji dan Umrah .....	15
F. Metode Penelitian dan Hipotesis.....	18

1. Jenis Penelitian .....	18
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	18
3. Sumber Data .....	19
4. Teknik Pengumpulan Data .....	19
5. Teknik Analisis Data .....	21
G. Sistematika Pembahasan .....	22

## **BAB II: GAMBARAN UMUM**

A. Letak Geografis PT Surya Citra Madani .....	24
B. Sejarah dan Profil PT Surya Citra Madani .....	24
C. Visi, Misi, dan Tujuan PT Surya Citra Madani .....	26
D. Struktur Organisasi PT. Surya Citra Madani .....	27
E. Pembagian Tugas Pengurus PT. Surya Citra Madani Periode 2020-2025 .....	27

## **BAB III: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

A. Analisis SWOT PT. Surya Citra Madani .....	36
B. Implementasi Strategi Manajemen Dakwah dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan PT. Surya Citra Madani .....	47
1. Perencanaan Strategi Manajemen Dakwah PT. Surya Citra Madani .....	47
2. Pelaksanaan Strategi Manajemen Dakwah PT. Surya Citra Madani .....	49
3. Pengawasan Strategi Manajemen Dakwah PT. Surya Citra Madani .....	50

## **BAB IV: PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	52
B. Saran .....	53

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>57</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Letak Geografis PT Surya Citra Madani.....	24
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT. Surya Citra Madani .....	27
Gambar 3. 1 Link PT. Surya Citra Madani .....	41
Gambar 3. 2 Statistik Jamaah Umrah Indonesia .....	43



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Agama islam merupakan agama dakwah, agama yang mempertegas umatnya dalam menyiarkan dan menyebarluaskan ajaran Islam kepada umat manusia di seluruh dunia. Islam menjadi Rahmatan lil ‘alamin dapat menjadi jaminan terciptanya umat manusia yang bahagia dan sejahtera, bila cakupan ajaran Islam seperti segenap aspek kehidupan itu menjadi sebuah acuan hidup dan sungguh-sungguh menjalankannya. Dalam hal ini diperlukannya usaha dakwah yang agar Islam bisa disebarluaskan, begitu pula untuk merealisasikan ajaranNya di tengah kehidupan umat manusia yang bagaimana pun kondisinya dan di manapun harus dijalankan oleh segenap umat Islam. Supaya dapat terwujudnya tujuan dakwah, tentu oleh karena itu dibutuhkan ketepatan komponen-komponen atau unsur-unsur dakwah. Salah satu dari unsur dan komponen dakwah ialah diperlukannya media dakwah<sup>2</sup>.

Manajemen dakwah bukan hanya sebatas penyampaian materi keagamaan, tetapi juga mencakup strategi dalam memberikan edukasi, bimbingan spiritual, serta membangun sistem pelayanan yang profesional dan berbasis syariah. Pendekatan dakwah yang efektif dapat membantu jamaah lebih memahami esensi ibadah haji dan umrah, sekaligus meningkatkan kesiapan mereka dalam menjalankan ibadah secara mandiri dan khushuk.

---

<sup>2</sup>Mega Utami Maharani et al., “Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah,” *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra* 1, no. 6 (2022): 85–106.



Ibadah haji dan umrah merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki nilai spiritual tinggi bagi umat Muslim. Setiap tahun, Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia mengirimkan ratusan ribu jamaah ke Tanah Suci. Dengan jumlah jamaah yang terus meningkat, kebutuhan akan pelayanan yang berkualitas menjadi semakin mendesak. Oleh karena itu, strategi manajemen dakwah dalam penyelenggaraan haji dan umrah menjadi aspek penting untuk memastikan bahwa jamaah mendapatkan bimbingan yang baik, pelayanan yang maksimal, serta pengalaman ibadah yang khusyuk dan nyaman.

Dewasa ini, semakin meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah dan haji, khususnya umrah karena haji hanya bisa dilaksanakan pada waktu tertentu sebagaimana yang telah ditetapkan syariat Islam, namun ibadah umrah dapat dilakukan sewaktu-waktu pada bulan dan jadwal keberangkatan yang diinginkan kecuali pada bulan haji yakni yang dimulai dari awal bulan syawal sampai sepuluh hari pertama bulan Zulhijjah. Namun kedua ibadah tersebut tetap memiliki tujuan yang sama yakni untuk meningkatkan iman, ketaqwaan dan nilai-nilai spiritual kepada setiap pelakunya, tetapi kedua ibadah tersebut juga menyimpan potensi ekonomi yang sangat potensial<sup>3</sup>.

Penyelenggaraan haji dan umrah di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, seperti masalah administrasi, manajemen logistik, akomodasi, transportasi, dan bimbingan ibadah. Dalam beberapa kasus, masih

---

<sup>3</sup>Maharani, "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah Dan Haji Khusus Di PT. Al-Anshor Madinah Barokah Yogyakarta," *Jurnal MD* 6, no. 2 (2020): 257–73.

ditemukan keterlambatan penerbangan, kurangnya pemahaman jamaah terhadap tata cara ibadah, serta ketidaksiapan mental dan fisik mereka. Oleh karena itu, strategi dakwah yang terencana dan sistematis sangat diperlukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Beberapa kendala dalam penyelenggaraan haji dan umrah meliputi: Kurangnya edukasi sebelum keberangkatan, sehingga banyak jamaah yang belum memahami tata cara ibadah dengan baik. Kualitas pelayanan yang bervariasi, terutama dari pihak penyelenggara, baik pemerintah maupun swasta. Manajemen logistik yang kompleks, mulai dari pengelolaan visa, transportasi, akomodasi, hingga konsumsi bagi jamaah. Kurangnya bimbingan pasca-ibadah, yang seharusnya membantu jamaah dalam menerapkan nilai-nilai spiritual setelah kembali ke tanah air<sup>4</sup>.

Strategi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam berbagai aktivitas di sebuah lembaga, organisasi maupun perusahaan dalam rangka mencapai tujuan, tidak terkecuali dalam menyusun strategi perencanaan untuk pelayanan publik agar yang konsumen merasa puas dari pelayanan yang telah diberikan. Karena inti dari pelayanan adalah bagaimana memenuhi kebutuhan yang dikehendaki oleh konsumen. Pelayanan terhadap konsumen disesuaikan dengan kondisi mereka, terutama Jemaah umrah lanjut usia membutuhkan

---

<sup>4</sup>Abdul Fikri Ginting et al., “Efektivitas Pelayanan Haji Dan Umrah Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah,” *TADBIR: Jurnal Manajemen Dakwah* 6, no. 2 (2024): 229–42, <https://doi.org/10.24952/tadbir.v6i2.13757>.

perlakuan khusus, dalam hal tertentu tidak dapat disamakan dengan jemaah yang berusia lebih muda<sup>5</sup>.

Strategi di sebuah lembaga, organisasi maupun perusahaan dalam rangka mencapai tujuan, tidak terkecuali dalam menyusun strategi perencanaan untuk pelayanan publik agar yang konsumen merasa puas dari pelayanan yang telah diberikan. Hal tersebut menjadikan sebuah lembaga, organisasi maupun perusahaan berlomba-lomba dalam mengoptimalkan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna menarik minat para jemaah haji dan umrah. Dalam hal ini salah satu perusahaan tersebut adalah PT. Surya Citra Madani.

## **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang penulis tetapkan pada penelitian adalah sebagai berikut: Bagaimana strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas pelayanan jemaah haji dan umrah pada PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas

---

<sup>5</sup>Eni Fitria and Muhammad Rosyid Ridla, "Strategi Perencanaan Pada Pelayanan Jemaah Umrah Lanjut Usia Di PPIU Amana Tour & Travel PT. Amana Berkah Mandiri Umbulharjo Yogyakarta Tahun 2020," *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga* 8, no. 2 (2022): 250–75.

pelayanan jemaah haji dan umrah pada PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai khasanah keilmuan manajemen dakwah serta nantinya dapat menjadi salah satu sumber rujukan bagi penelitian selanjutnya.

### b. Manfaat Praktis

Penelitian dapat digunakan oleh perusahaan pada bidang jasa dan pelayanan khususnya haji dan umrah sebagai bahan rujukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga meningkatkan minat para calon jemaah.

## D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka bertujuan untuk memberikan perbedaan antara penelitian satu dengan penelitian lainnya, agar kebenaran penelitian dapat dipertanggung jawabkan serta terhindar dari unsur plagiat. Penelitian sebelumnya menjadi referensi penulis dalam memilih topik dalam penelitian ini. Akan tetapi terdapat beberapa perbedaan dari hasil setiap penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas pelayanan haji dan umrah. Oleh karena itu, berikut merupakan beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah penulis telaah sebelumnya:

Skripsi yang ditulis pada tahun 2021 oleh Cindy dengan judul “Strategi PT. Cahaya Hati Wisata Religi Pekanbaru dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jamaah Haji dan Umroh”. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Cindy dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dari data yang penulis lakukan PT. Cahaya Hati Wisata Religi Kota Pekanbaru adalah travel yang memiliki peluang besar untuk dapat berkembang sehingga dapat kemajuan dengan maksimal dengan strategi-strategi yang dilakukan untuk menarik jamaah yang datang atau menggunakan jasa biro perjalanan haji dan umroh milik PT. Cahaya Hati. Beberapa strategi yang diterapkan adalah strategi organisasi, strategi kebijakan dalam memberikan program, strategi kelembagaan, dan strategi pendukung sumber daya<sup>6</sup>. Pada penelitian tersebut strategi yang digunakan adalah organisasi, kebijakan, kelembagaan dan pendukung sumber daya alam. Sedangkan dalam penelitian ini penulis ingin menekankan pada strategi manajemen dakwah pada PT. Surya Citra Madani Yogyakarta.

Selanjutnya merupakan skripsi yang ditulis oleh Zilviah Istiqomah pada tahun 2022 yang berjudul “Manajemen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIH) BISMKA Jember dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah”. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dan penelitian lapangan (*fieldreaserch*) dengan mengumpulkan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada

---

<sup>6</sup> Cindy, “Strategi PT. Cahaya Hati Wisata Religi Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jamaah Haji Dan Umroh” (UIN Sultan Syarif Kasim, 2021).

penelitian ini menjelaskan bahwa upaya dalam peningkatan kualitas pelayanan kepada jamaah haji dan umrah, KBIH Bismika Jember menerapkan fungsi manajemen yaitu: *planning, organizing, actuating, controlling*. Peningkatkan kualitas pelayanan, KBIH Bismika jember menggunakan asas kekeluargaan dan juga kepuasan pelayanan seperti perhatian dan juga rasa nyaman secara pribadi dengan mengukur kualitas pelayanan menggunakan dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangibles, Realibility, Responsiveness, Assurance, Empathy*<sup>7</sup>. Pada penelitian tersebut menjelaskan upaya dalam peningkatan kualitas pelayanan KBIH dengan menerapkan fungsi manajemen. Sedangkan penelitian ini terfokus pada implementasi strategi manajemen dakwah pada PT. Surya Citra Madani Yogyakarta.

Adapun berikutnya merupakan penelitian yang dilakukan oleh Zainul Arifin dkk pada tahun 2025 yang berjudul “Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Jamaah KBIHU Miftahul Ulum Banyuputih Kidul”. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi (triangulasi data). Pada penelitian ini penulis menerangkan bahwa strategi manajemen pelayanan yang diterapkan oleh KBIHU Miftahul Ulum meliputi pembinaan jamaah yang komprehensif, sistem administrasi yang efisien, peningkatan fasilitas, monitoring yang ketat, serta evaluasi berkelanjutan. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, KBIHU Miftahul

---

<sup>7</sup>Zilviah Istiqomah, “Manajemen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Dan Umrah (KBIH) BISMICA Jember Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Jamaah Haji Dan Umrah” (UIN KH Achmad Siddiq, 2022).

Ulum dapat memberikan pelayanan yang lebih profesional dan sesuai dengan kebutuhan jamaah. Selain itu, strategi pelayanan yang dilakukan juga sejalan dengan nilai-nilai Islam yang menekankan pentingnya profesionalisme, tanggung jawab, dan pelayanan yang baik kepada sesama<sup>8</sup>. Pada penelitian tersebut penulis menerapkan strategi manajemen meliputi pembinaan jamaah yang komprehensif, sistem administrasi yang efisien, peningkatan fasilitas, monitoring yang ketat, serta evaluasi berkelanjutan untuk meningkatkan pelayanan. Sedangkan dalam penelitian ini penulis terfokus pada implementasi strategi manajemen dakwah pada PT. Surya Citra Madani Yogyakarta.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Manajemen Strategi**

Manajemen berasal dari kata manus yang memiliki arti tangan dan agree yang bermakna melaksanakan. Dua kata tersebut digabungkan hingga tercipta kata manajer yang memiliki arti menangani. Manajemen dalam bahasa Indonesia mempunyai arti pengolahan atau pengelolaan, arti luas manajemen yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan (P3) sumber daya yang ada didalam sebuah perusahaan dengan maksud untuk mencapai visi dan misi atau tujuan dari sebuah perusahaan atau organisasi<sup>9</sup>. Adapun penjelasan tentang P3 adalah sebagai berikut:

---

<sup>8</sup>Zainul Arifin et al., "Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Jamaah KBIHU Miftahul Ulum Banyuputih Kidul," *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren* 3, no. 1 (2025): 172–80.

<sup>9</sup>Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, Dan Riset Pendidikan Edisi 4* (Bumi Aksara, 2014).



a. Perencanaan

Planning atau perencanaan merupakan fungsi manajemen dalam proses pemikiran yang terkait dengan perusahaan atau organisasi dengan pemikiran yang pertama berorientasi dimasa depan, berkembang dengan visi dan misi yang telah dirancang, dan keputusan yang bijak dan merealisasikan segala program dan kebijakan perusahaan.

b. Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan proses realisasi atau tindakan dalam melaksanakan segala program dengan mengendalikan sumber daya yang terdapat didalam perusahaan untuk mencapai visi dan misi dari perusahaan.

c. Pengawasan

Pengawasan merupakan tindakan dalam mengawasi segala aktifitas yang terkait dengan pekerjaan dari anggota organisasi maupun perusahaan dengan maksud agar memastikan segala rencana dan program-program yang sudah dirumuskan dapat sesuai rencana.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan, perencanaan dan didalam strategi terdapat tiga bagian.

Salah satunya adalah strategi tradisional menekankan kepada kebebasan dalam berbagai keadaan<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Heni Suhaini et al., "Strategi KBIH At-Taqwa Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Calon Jamaah Haji," *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2017): 86–102.

J.L Thompson dalam Maharani et al (2022) menakrifkan strategi adalah jalan memperoleh sebuah hasil akhir. Cakupan hasil akhir ialah berupa tujuan serta sasaran sebuah organisasi. Sedangkan menurut Karl von Clausewitz, mengartikan bahwa strategi ini termasuk ke dalam seni yang menggunakan pertempuran untuk menang dalam suatu perang. Berbeda dengan taktik, taktik ini adalah suatu seni menggunakan tentara dalam sebuah pertempuran. Hakekat strategi sebenarnya dilandaskan atas suatu analisis yang terintegrasi dan holistik. Dengan artian, selepas penyusunan strategi, semua aspek yang ada dalam suatu organisasi telah memiliki perspektif jangka panjang, strategi juga dirancang guna mengimplementasikan visi dan misi korporasi<sup>11</sup>.

Dengan adanya pengertian-pengertian di atas bisa ditarik Kesimpulan bahwasannya strategi termasuk sebuah penetapan planning (jangka pendek ataupun jangka panjang) yang dilaksanakan guna merealisasikan suatu harapan atau tujuan dalam suatu organisasi dengan efisien dan juga efektif. Suatu strategi atau tahapan yang matang sangat diperlukan demi terwujudnya suatu tujuan dalam sebuah organisasi. Keberhasilan menerapkan strategi bisa diukur melalui kemampuan memberi rasa puas kepada para pelanggan. Jadi, keberhasilan suatu strategi dilihat dari banyaknya orang yang merasa puas atas produk atau jasa yang diterima.

Berfikir strategik memerlukan beberapa tahapan yaitu:

---

<sup>11</sup> Maharani et al., “Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah.”

a. Identifikasi masalah,

Pada tahap awal ini, diharapkan dapat untuk mengidentifikasi masalah-masalah dengan cara melihat gejala-gejala yang ada.

b. Pengelompokan masalah,

Pada tahap ini, kita diharapkan bisa mengelompokkan masalah-masalah sesuai dengan sifatnya agar kemudahan pemecahannya.

c. Proses abstraksi,

Pada tahap ini, kita diharapkan mampu menganalisis masalah-masalah dengan mencari faktor-faktor penyebabnya. Oleh Karenaitu, kemudian kita dituntut lebih teliti untuk dapat Menyusun metode pemecahannya.

d. Penentuan metode dan atau cara pemecahan,

Pada tahap ini, kita diharapkan mampu menentukan metode yang paling tepat untuk penyelesaian masalah.

e. Perencanaan untuk implementasi,

Pada tahap yang akhir ini, kita dituntut untuk bisa menerapkan metode yang telah ditetapkan<sup>12</sup>.

## 2. Strategi Manajemen Dakwah

Strategi dakwah merupakan sebuah rancangan yang integral, koheren dan sistematis yang berisi panduan tentang rancangan menyeru atau mengajak manusia kepada kebaikan berdasarkan nilai-nilai Islam sehingga membentuk tatanan sosial yang mampu memberikan rahmat

---

<sup>12</sup>Dian Sudiantini and Hadita, *Manajemen Strategi* (CV. Pena Persada, 2022).

bagi seluruh alam dengan mempertimbangkan kekuatan internal serta peluang dan tantangan dari eksternal. Pemilihan strategi yang tepat dalam berdakwah membuat dakwah lebih efektif dan efisien untuk mencapai tujuan dakwah yang diharapkan agar eksistensi organisasi tetap berlanjut ditengah lingkungan yang kompetitif<sup>13</sup>.

Sedangkan Manajemen dakwah merupakan bidang studi yang relatif baru dalam konteks ilmu manajemen. Istilah ini terdiri dari dua kata, yaitu "manajemen" dan "dakwah," yang masing-masing merujuk pada dua domain yang berbeda secara konseptual. Manajemen dakwah adalah aktivitas organisasi dakwah yang bertujuan untuk mengelola semua sumber daya yang tersedia melalui proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengontrolan, dengan tujuan utama mencapai amar ma'ruf nahi munkar. Definisi ini menggambarkan bahwa manajemen dakwah melibatkan sistem yang kompleks dan memerlukan sinergi mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan dakwah<sup>14</sup>.

### **3. Kualitas Pelayanan**

#### **a. Definisi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan

---

<sup>13</sup> Ahmad Nofal Abudi and Della Vida Labibah, "Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Perspektif Teori Kompetensi Inti Organisasi," *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 5, no. 2 (2023): 263–86, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v5i2.278>.

<sup>14</sup> Erdin Sumardianto, "Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah," *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram* 3, no. 1 (2025): 67–84, <https://doi.org/10.55372/tanzhim.v3i1.39>.

dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perkembangan sekarang ini banyak konsumen semakin kritis sebelum dan sesudah membeli produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan, yang dibarengi dengan kualitas pelayanan yang baik.

Juran (1989) pada jurnal Maulana (2016), mendefinisikan kualitas secara sederhana sebagai kesesuaian untuk digunakan. Definisi ini mencakup keistimewaan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen dan bebas dari defisiensi. Sedangkan pelayanan merupakan setiap kegiatan yang manfaatnya dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak berakibat pemilikan sesuatu. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas pelayanan adalah rangkaian kegiatan unggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan dari keseluruhan karakteristik produk<sup>15</sup>.

#### **b. Dimensi Pelayanan Kualitas**

Kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi reliability (kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan service yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya, dan diandalkan), responsiveness (ketanggapan dalam memberikan layanan), assurance (kemampuan memberikan jaminan layanan), empathy (kemampuan perusahaan

---

<sup>15</sup>Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI," *Jurnal Ekonomi* 7, no. 2 (2016).

dalam memahami keinginan pengguna (customer), dan tangibles (tampilan fisik layanan)<sup>16</sup>. Adapun Sriwidodo dan Indriastuti (2010) dalam jurnalnya menjelaskan dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

- 1) *Reliability* (Keandalan/kemampuan mewujudkan janji), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang harus sesuai dengan harapan pengguna berarti ketepatan waktu.
- 2) *Responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap dan kesediaan penyedia jasa terutama sifatnya untuk membantu konsumen serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah konsumen.
- 3) *Assurance* (keyakinan atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan) yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Mencakup pengetahuan,

---

<sup>16</sup>Nov Elhan Gea and Cardinal Mendrofa, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE," *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi* 1 (August 2022): 152–59, <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.26>.

kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan.

- 4) *Empathy* (memahami keinginan konsumen) yaitu perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi yang baik dengan para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- 5) *Tangibles* (tampilan fisik pelayanan) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perubahan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa<sup>17</sup>.

#### 4. Haji dan Umrah

Haji pada hakekatnya merupakan aktifitas suci yang diwajibkan oleh Allah kepada seluruh umat islam yang telah mencapai (istitho'ah) mampu, disebut aktifitas suci karena seluruh rangkaian kegiatan adalah ibadah. Haji juga disebut sebagai ibadah puncak yang melambangkan ketaatan serta penyerahan diri secara total kepada Allah baik secara fisik-mental maupun spiritual.

Menunaikan ibadah haji berarti menunaikan rukun islam untuk ziarah ke Baitullah dengan cara melaksanakan rukun dan kewajiban yang telah ditentukan, antara lain: Ihram, Wukuf, Melontar Jumrah, dan Sa'i

---

<sup>17</sup>Untung Sriwidodo and Rully Tri Indriastuti, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Ekonomi Dan Kewirusahaan* 10, no. 2 (2010): 164–73.



pada waktu yang telah ditentukan guna memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharapkan RidhoNya.

Haji adalah rukun (tiang agama) islam yang kelima setelah syahadat, sholat, zakat, bagi umat islam dan puasa. Menunaikan ibadah haji adalah bentuk ritual tahunan yang dilaksanakan bagi umat islam seluruh dunia yang mampu secara material, fisik serta aman dari hutang piutang. Dengan berkunjung dan melaksanakannya beberapa kegiatan di beberapa tempat dalam satu waktu yang dikenal sebagai musim haji, hal ini berbeda dengan ibadah umrah yang bisa dilaksankannya sewaktu-waktu dalam menjalankan ibadah di tanah suci<sup>18</sup>.

Haji merupakan ibadah wajib yang dilakukan oleh umat Islam. Oleh karena itu terdapat rukun didalamnya. Berikut merupakan rukun-rukun ibadah haji<sup>19</sup>:

- a. Ihram, yang berarti larangan atau hal yang diharamkan. Menurut syariat Islam, ihram adalah menetapkan niat untuk mengerjakan ibadah haji dengan memakai pakaian ihram dan dimulai dari suatu tempat dan waktu yang telah ditentukan, yang diistilahkan dengan miqat. Penamaan ihram ini sesuai dengan praktik pelaksanaannya. Karena pada saat dimulainya haji sampai berakhirnya ada hal-hal tertentu yang halal kemudian diharamkan selama dalam proses mengerjakan rukun haji.

---

<sup>18</sup>Suhaini et al., "Strategi KBIH At-Taqlwa Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Calon Jamaah Haji."

<sup>19</sup>Dwi Ananda et al., "Analisis Tentang Permasalahan Kekinian Yang Timbul Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji," *Jurnal Inspirasi Pendidikan* 2, no. 3 (2024): 52–60.

- b. Wukuf, yaitu hadir di Padang Arafah pada tanggal 9 saat tergelincir matahari sampai terbit fajar tanggal 10 Zulhijjah.
- c. Tawaf, yaitu mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali, yang dimulai dari Hajar Aswad atau yang dikenal dengan batu hitam yang terletak didalam Masjidil Haram dan Ka'bah disebelah kiri orang yang melakukan tawaf.
- d. Sa'i, yaitu berlari-lari kecil antara bukit Safa dan Marwah dengan jarak  $\pm 400$  meter sebanyak tujuh kali, Ini dilakukan sesudah tawaf.
- e. Tahallul, yaitu menggunting atau mencukur rambut sekurang-kurangnya tiga helai rambut. Bagi wanita menggunting ujung rambut sepanjang jari, bagi pria disunnahkan mencukur habis. Sedangkan untuk yang berkepala botak disunnahkan untuk meletakkan gunting atau pisau cukur diatas kepala.

Adapun umrah secara etimologis berarti ziarah (kunjungan), sedangkan dalam istilah, umrah merujuk pada kunjungan ke Baitullah di luar waktu haji untuk melaksanakan ibadah tertentu dengan cara yang telah ditentukan. Istilah lainnya mengenai definisi umrah yaitu melakukan kunjungan ke Ka'bah, melakukan do'a di sekitarnya, menjalankan thawaf, juga melakukan sa'i antara Shafa dan Marwah, serta mencukur atau memendekkan rambut (tahallul).

Makna lain dari umrah adalah menghidupkan atau meramaikan kota suci Makkah, yang berisi Masjidil Haram dan Ka'bah di dalamnya. Pengalaman hamba-hamba Allah, seperti Nabi Ibrahim dan putranya,

tercermin dalam ritual umrah. Istilah umrah yang berarti meramaikan juga memiliki makna makmur, sehingga tidak hanya sekadar menghidupkan, tetapi juga membawa kesejahteraan<sup>20</sup>.

Perbedaan antara umrah dan haji terdapat di waktu dan beberapa peraturan terkaitnya. Umrah tidak terikat waktu dan dapat dilakukan kapan saja sepanjang tahun, sedangkan haji memiliki jadwal yang sudah ditentukan dan tidak dapat diubah<sup>21</sup>.

## **F. Metode Penelitian dan Hipotesis**

### **1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif, secara sederhana dapat dipahami sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik dan lebih pada bagaimana peneliti memahami dan menafsirkan makna peristiwa, interaksi, maupun tingkah subjek dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti<sup>22</sup>.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

Pada penelitian ini peneliti menjadikan PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta sebagai subjek penelitian. Adapun objek penelitian ini

---

<sup>20</sup>Nurcholish Madjid, *Perjalanan Religius Umrah Dan Haji* (Paramadina, 1997).

<sup>21</sup>M. Sholikin, *Keajaiban Haji Dan Umrah: Mengungkap Kedahsyatan Pesona Ka'bah Dan Tanah Suci* (Erlangga, 2013).

<sup>22</sup>Feny Rita Fiantika et al., *Metode Penelitian Kualitatif* (PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022).

adalah strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan pelayanan haji dan umrah.

### **3. Sumber Data**

Pada penelitian ini terdapat dua sumber data, yakni sumber data primer dan sumber data sekunder, Adapun penjelasannya sebagai berikut:

#### **a. Data Primer**

Sumber data ini berasal dari objek asli penelitian tanpa melalui perantara. Sumber data primer penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang terkait dengan strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan pelayanan haji dan umrah pada PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta.

#### **b. Data Sekunder**

Sumber data ini berasal dari penelitian yang sudah dibuat secara sistematis, terdokumentasi, dan sudah terpublish (tersebar). Data sekunder ini memiliki 2 macam jenis yaitu sumber data internal dan sumber data eksternal, sumber data internal didapatkan dari dokumen yang terdapat di perusahaan berupa arsip perusahaan maupun laporan perusahaan sedangkan sumber data eksternal berasal dari buku, e-book, jurnal penelitian, dan website dari lembaga yang terpercaya.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Wawancara merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan penelitian kualitatif. Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, yaitu seorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain berdasarkan tujuan tertentu<sup>23</sup>. Dalam metode wawancara teknik yang diaplikasikan yaitu dengan melakukan wawancara langsung pada objek penelitian yakni manajer dari PT. Surya Cita Madani Kota Yogyakarta.
- b. Observasi merupakan kegiatan melakukan pengamatan atau survey awal pada subjek dan objek penelitian sebelum melaksanakan sebuah penelitian. Pengamatan atau observasi berlaku pada semua jenis penelitian baik itu penelitian yang bersifat kualitatif maupun penelitian yang mempergunakan metode kuantitatif<sup>24</sup>. Pada tahap ini penulis melakukan pemantauan langsung ke Lokasi penelitian yakni PT. Surya Citra Madani guna mencocokkan hasil yang didapat dari wawancara untuk memperbaiki kekurangan dalam pengumpulan data.
- c. Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian. Dokumen yang digunakan dapat berupa catatan, laporan, surat, buku, atau dokumen resmi lainnya. Studi dokumentasi

---

<sup>23</sup>Suharsini Ari Kunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Bina Aksara, 1989).

<sup>24</sup>Fiantika et al., *Metode Penelitian Kualitatif*.

memberikan wawasan tentang konteks historis, kebijakan, peristiwa, dan perkembangan yang relevan dengan fenomena yang diteliti<sup>25</sup>.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan teknik yang berupa proses penelitian yang dilakukan setelah seluruh data yang terdapat di lapangan terkumpul. Analisis data digunakan untuk memecahkan masalah yang terdapat didalam penelitian secara lengkap. Ketepatan dalam proses pelaksanaan analisis data dapat berpengaruh terhadap keakuratan dan kredibilitas data dalam mengambil kesimpulan dari penelitian yang berlangsung<sup>26</sup>. Artinya bahwa analisis data dapat sebagai proses penyederhanaan dan pengembangan data ke dalam narasi yang mudah dipahami, dibaca dan diinterpretasikan. Kaitannya dengan data-data yang diperoleh baik dari data dokumentasi, wawancara maupun observasi akan penulis bahas pada bagian pembahasan, artinya adalah data yang diperoleh akan disusun dan digambarkan berdasarkan hasil yang ada, sehingga dapat dijadikan kesimpulan yang sesuai akal pikiran terhadap permasalahan yang diteliti. Maka analisis yang penulis gunakan terkait penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan data-data tersebut atau dengan kalimat yang kemudian disusun berdasarkan urutan pembahasan yang telah direncanakan.

---

<sup>25</sup>Gagah Daruhadi and Pia Sopiati, "Pengumpulan Data Penelitian," Articles, *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 5 (2024): 5423–43, <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.5181>.

<sup>26</sup>Sudaryono, *Metodologi Penelitian* (Rajawali Pers, 2017).

## **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan bertujuan untuk memperjelas dari masing-masing bab secara sistematis agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunannya. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I**

Pada bab pendahuluan ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian, sistematika pembahasan.

### **BAB II**

Pada bab ini membahas tentang letak geografis PT. Surya Cita Madani Kota Yogyakarta, Sejarah berdiri dan perkembangan, struktur perusahaan, misi dan visi, motto pelayanan, kode etik karyawan, struktur organisasi, dan fasilitas yang ada di PT. Surya Cita Madani Kota Yogyakarta.

### **BAB III**

Pada bagian ini akan membahas tentang hasil penelitian serta permasalahan pokok yang dibahas dalam penelitian ini, dengan obyek penelitian strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas pelayanan jamaah haji dan umrah pada PT. Surya Cita Madani Kota Yogyakarta.

### **BAB IV**



Bab terakhir ini merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan, saran-saran. Pada proposal ini akan diakhiri dengan daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan curriculum vitae.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dijabarkan pada bab sebelumnya mengenai implementasi strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas pelayanan jemaah Haji dan Umrah pada PT. Surya Citra Madani Kota Yogyakarta dengan menggunakan analisis SWOT dan tahapan implementasi strategi manajemen dakwah berupa perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan, maka kesimpulan yang penulis dapatkan adalah sebagai berikut.

Pada aspek *Strength*, PT. Surya Citra Madani memiliki Produk Layanan Umroh yang Beragam, Sarana dan Prasarana yang Mendukung Ibadah Umrah, dan Pelayanan yang dapat Menyesuaikan dengan Keinginan Jamaah sebagai kekuatan perusahaan. Selanjutnya dalam aspek *Weakness*, terdapat Perizinan Produk pada Tahap Proses, dan Proses Pendaftaran Secara Manual yang merupakan kelemahan perusahaan. Pada aspek ketiga yakni *Opportunity*, terdapat faktor Peningkatan Estimasi Jamaah Haji Kota Yogyakarta, Peningkatan Jamaah Umrah Setiap Tahun, dan Letak Geografis Perusahaan yang menjadi peluang perusahaan. Adapun aspek terakhir yakni *Threat*, SCM memiliki Persaingan dengan Kompetitor, dan Perubahan Sistem dari Pemerintah Arab Saudi sebagai ancaman perusahaan. Sedangkan hasil penjabaran mengenai implementasi strategi manajemen dakwah yang disampaikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa

Implementasi strategi manajemen dakwah dalam meningkatkan kualitas pelayanan haji dan umrah pada PT. Surya Citra Madani dapat tercapai apabila proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengontrolan yang bertujuan untuk mencapai *amar ma'ruf nahi mungkar* bisa berjalan dengan baik.

## **B. Saran**

### **1. Bagi PT. Surya Citra Madani**

- a. Segera memperbaiki website perusahaan untuk memudahkan calon jemaah untuk mengakses pendaftaran secara otomatis serta melihat jadwal pemberangkatan dengan lebih mudah.
- b. Menyelesaikan proses perizinan Haji Khusus lebih cepat untuk meningkatkan calon jemaah di bidang Haji.
- c. Tetap mempertahankan pelayanan yang dapat meningkatkan kenyamanan jemaah sebagai contoh penerapan bus alternatif untuk melayani permintaan jemaah diluar kesepakatan awal.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya. Akan tetapi, penelitian ini masih jauh dari kata sempurna untuk sebuah penelitian. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbaiki proses penelitian baik dari segi observasi secara lengkap serta manajemen waktu yang baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abudi, Ahmad Nofal, and Della Vida Labibah. "Strategi Dakwah Kultural Muhammadiyah Perspektif Teori Kompetensi Inti Organisasi." *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 5, no. 2 (2023): 263–86. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v5i2.278>.
- Akhmad, Sofarul Wildan. *Jumlah Jemaah Umrah Indonesia Tembus 648 Ribu Pada 2025*. April 17, 2025. [https://goodstats.id/article/jumlah-jemaah-umrah-indonesia-tembus-648-ribu-per-april-2025-terus-meningkat-sejak-2022-myGHb#google\\_vignette](https://goodstats.id/article/jumlah-jemaah-umrah-indonesia-tembus-648-ribu-per-april-2025-terus-meningkat-sejak-2022-myGHb#google_vignette).
- Ananda, Dwi, Husnul Khotimah, Nadzani Pramudya Ibni, Rizka Nanda Utari, and Wismanto Wismanto. "Analisis Tentang Permasalahan Kekinian Yang Timbul Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji." *Jurnal Inspirasi Pendidikan* 2, no. 3 (2024): 52–60.
- Arifin, Zainul, Nabila Dwi Ramadhani, and Wardatul Hasanah. "Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Jamaah KBIHU Miftahul Ulum Banyuputih Kidul." *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren* 3, no. 1 (2025): 172–80.
- Budio, Sesra. "Strategi Manajemen Sekolah." *Jurnal Menata : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2019).
- Cindy. "Strategi PT. Cahaya Hati Wisata Religi Pekanbaru Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jamaah Haji Dan Umroh." UIN Sultan Syarif Kasim, 2021.
- Daruhadi, Gagah, and Pia Sopiati. "Pengumpulan Data Penelitian." *Articles. J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 3, no. 5 (2024): 5423–43. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i5.5181>.
- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, Sri Jumiyati, et al. *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI, 2022.
- Fitria, Eni, and Muhammad Rosyid Ridla. "Strategi Perencanaan Pada Pelayanan Jemaah Umrah Lanjut Usia Di PPIU Amana Tour & Travel PT. Amana Berkah Mandiri Umbulharjo Yogyakarta Tahun 2020." *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga* 8, no. 2 (2022): 250–75.
- Gea, Nov Elhan, and Cardinal Mendrofa. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE." *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi* 1 (August 2022): 152–59. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.26>.

- Ginting, Abdul Fikri, Azmi Nawaf, Darul Naad, Muhammad Azwar, Hasan Sazali, and Tri Niswati Utami. "Efektivitas Pelayanan Haji Dan Umrah Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah." *TADBIR: Jurnal Manajemen Dakwah* 6, no. 2 (2024): 229–42. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v6i2.13757>.
- Istiqomah, Zilviyah. "Manajemen Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Dan Umrah (KBIH) BISMKA Jember Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Jamaah Haji Dan Umrah." UIN KH Achmad Siddiq, 2022.
- Kunto, Suharsini Ari. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Bina Aksara, 1989.
- Lailia, Vania Regita, and Jojok Dwiridotjahjono. "Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Arunazma." *Journal of Management and Social Sciences (JMSC)* 1, no. 2 (2023): 01–10. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i2.161>.
- Madjid, Nurcholish. *Perjalanan Religius Umrah Dan Haji*. Paramadina, 1997.
- Maharani. "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah Dan Haji Khusus Di PT. Al-Anshor Madinah Barokah Yogyakarta." *Jurnal MD* 6, no. 2 (2020): 257–73.
- Maharani, Mega Utami, Dewi Sadiyah, Abdul Mujib, and Hilma Mulqiyah. "Strategi Pemasaran Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Dalam Meningkatkan Minat Calon Jemaah." *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra* 1, no. 6 (2022): 85–106.
- Maulana, Ade Syarif. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI." *Jurnal Ekonomi* 7, no. 2 (2016).
- Muhammad, and Andi Abdul Hamzah. "Peran Manajemen Dalam Mengelola Wisata Religi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Ziarah Pada Jamaah Umroh PT. Meida Wisata." *Jurnal AL-MIZAB* 1, no. 1 (2020).
- "Quran.Com." *Surah Al-Hadid* -23, n.d. Accessed July 16, 2025. <https://quran.com/id/57/23>.
- Salshabila, Jihan, and Maulana Andi Surya. "Implementasi Fungsi Manajemen Dakwah Untuk Pembentukan Akhlaqul Karimah Santri Pesantren di Medan." *Anida: Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah* 25, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.15575/anida.v25i1.45792>.
- Sejarah PT. Surya Citra Madani*. n.d. Accessed February 3, 2023. <https://umrahcerdas.kemenag.go.id/home/detail/1000>.
- Sholikin, M. *Keajaiban Haji Dan Umrah: Mengungkap Kedahsyatan Pesona Ka'bah Dan Tanah Suci*. Erlangga, 2013.

- Sodikin, and Septi Gumiandari. "Analisis SWOT Mutu Evaluasi Pembelajaran." *Jurnal Dinamika: Manajemen Pendidikan, UNESA* 6, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.26740/jdmp.v6n1.p59-69>.
- Sriwidodo, Untung, and Rully Tri Indriastuti. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirusahaan* 10, no. 2 (2010): 164–73.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers, 2017.
- Sudiantini, Dian, and Hadita. *Manajemen Strategi*. CV. Pena Persada, 2022.
- Suhaini, Heni, Ahmad Sarbini, and Asep Iwan Setiawan. "Strategi KBIH At-Taqwa Dalam Meningkatkan Pelayanan Terhadap Calon Jamaah Haji." *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2017): 86–102.
- Sumardianto, Erdin. "Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah." *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram* 3, no. 1 (2025): 67–84. <https://doi.org/10.55372/tanzhim.v3i1.39>.
- Surya Citra Madani (SCM). 2025. [https://www.google.com/maps/place/Surya+Citra+Madani+\(SCM\)/@-7.8153021,110.4013406,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x2e7a57cdca970701:0x7a04cf8402950369!8m2!3d-7.8153021!4d110.4013406!16s%2Fg%2F11gnprjrx?entry=ttu&g\\_ep=EgoyMDI1MDYzMC4wIKXMDS0ASAFQAw%3D%3D](https://www.google.com/maps/place/Surya+Citra+Madani+(SCM)/@-7.8153021,110.4013406,17z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x2e7a57cdca970701:0x7a04cf8402950369!8m2!3d-7.8153021!4d110.4013406!16s%2Fg%2F11gnprjrx?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI1MDYzMC4wIKXMDS0ASAFQAw%3D%3D).
- Triyanto, Eko. *Estimasi Jemaah Haji Kota Yogyakarta Tahun 2025 Capai 500 Orang*. October 18, 2024. <https://yogyakartakota.kemenag.go.id/estimasi-jemaah-haji-kota-yogyakarta-tahun-2025-capai-500-orang/>.
- Usman, Husaini. *Manajemen Teori, Praktik, Dan Riset Pendidikan Edisi 4*. Bumi Aksara, 2014.
- Zainuri, Rachmad, and Pompong Budi Setiadi. "Tinjauan Literatur Sistematis: Analisis SWOT Dalam Manajemen Keuangan Perusahaan." *Jurnal MANEKSI (Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi)* 12, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1364>.
- Zebua, Nofita Rupawan. "Analisis SWOT Pada Usaha Rumah Makan Nasional." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 7, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1855>.