

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peran Manajemen Pelaksanaan dan Pemasaran Program Dana Pembiayaan Umroh (Studi Kasus: PT Jannah Firdaus Tour Travel Surabaya” ini ditulis oleh Ani Fitriya Tussarifah, NIM 1860311222036, dengan pembimbing Muhammad Ridhlo Al Qodri Sri Utomo, M.A

Kata Kunci: Manajemen, Pemasaran, Pembiayaan Sementara Umroh, PT Jannah Firdaus Tour & Travel Surabaya

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umroh yang sering kali tidak diimbangi dengan kesiapan finansial. Kondisi tersebut mendorong hadirnya program Pembiayaan Sementara umroh sebagai alternatif pembiayaan bagi calon jamaah. Keberhasilan program ini tidak hanya bergantung pada pengelolaan yang baik, tetapi juga pada strategi pemasaran yang efektif agar dapat dikenal dan dipahami oleh masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk, 1). Mengetahui manajemen pelaksanaan serta, 2). Strategi pemasaran program pembiayaan sementara umroh di PT Jannah Firdaus Tour & Travel Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1). Manajemen pelaksanaan program pembiayaan sementara umroh di PT Jannah Firdaus Tour & Travel Surabaya telah menerapkan fungsi manajemen George R. Terry yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Program ini membantu calon jamaah yang memiliki keterbatasan dana melalui pembagian tugas yang jelas, pendampingan jamaah, dan evaluasi internal. Namun, masih terdapat kendala berupa koordinasi yang bergantung pada kantor pusat dan pengawasan yang belum mencakup seluruh proses program. 2). Pemasaran program dilakukan, a) melalui agen, b) media sosial, c) komunitas, d) serta kegiatan sosialisasi kepada masyarakat. Strategi tersebut mampu meningkatkan minat calon jamaah, meskipun perusahaan masih perlu meningkatkan standarisasi penyampaian informasi dan pengawasan aktivitas pemasaran agar informasi yang diterima lebih jelas dan seragam. Pelaksanaan Program Pembiayaan Sementara Umroh dipengaruhi oleh penerapan fungsi manajemen dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Jannah Firdaus Tour & Travel Surabaya. Penerapan fungsi manajemen membantu pelaksanaan program agar berjalan sesuai tujuan, sedangkan strategi pemasaran berperan dalam mengenalkan program kepada masyarakat. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa koordinasi, pengawasan, dan penyampaian informasi menjadi bagian yang memengaruhi efektivitas pelaksanaan serta pemasaran program pembiayaan sementara.

ABSTRACT

This thesis, titled “The Role of Management and Marketing in Umrah Financing Programs in Serving Umrah Pilgrims (Case Studi: PT Jannah Firdaus Tour & Travel Surabaya),” was written by Ani Fitriya Tussarifah, Student ID 1860311222036, under the supervision of Muhammad Ridhlo Al Qodri Sri Utomo, M.A.

Keywords: *Management, Marketing, Umrah Loan Program, PT Jannah Firdaus Tour & Travel Surabaya.*

This study was motivated by the high level of public interest in performing the Umrah pilgrimage, which is often not matched by financial readiness. This situation has led to the emergence of the Umrah Interim Financing program as an alternative financing option for prospective pilgrims. The success of this program depends not only on sound management but also on effective marketing strategies to ensure it is recognized and understood by the public. Therefore, this study aims to: 1) examine the management of the program’s implementation, and 2) analyze the marketing strategies for the temporary Umrah financing program at PT Jannah Firdaus Tour & Travel in Surabaya.

This study employed a qualitative approach using a case study design. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and were then analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity was assessed based on credibility, transferability, dependability, and confirmability.

The results of the study show that: 1) The management of the temporary Umrah financing program at PT Jannah Firdaus Tour & Travel in Surabaya has implemented George R. Terry’s management functions, which include planning, organizing, executing, and controlling. This program assists prospective pilgrims with limited funds through clear division of tasks, pilgrim support, and internal evaluation. However, there are still challenges, such as coordination that relies on the headquarters and supervision that does not yet cover the entire program process. 2). Program marketing is conducted a) through agents, b) social media, c) communities, and d) outreach activities to the public. These strategies have succeeded in increasing interest among prospective pilgrims, although the company still needs to improve the standardization of information delivery and supervision of marketing activities so that the information received is clearer and more consistent. The implementation of the Umrah Interim Financing Program is influenced by the application of management functions and marketing strategies carried out by PT Jannah Firdaus Tour & Travel Surabaya. The application of management functions helps ensure the program runs according to its objectives, while marketing strategies play a role in introducing the program to the public. This study also shows that coordination, supervision, and information dissemination are factors that influence the effectiveness of both the implementation and marketing of the interim financing program.

الملخص

هذه الرسالة العلمية المعنونة «دور إدارة التنفيذ والتسويق لبرنامج تمويل قرض العمرة في شركة جنة الفردوس للسياحة والسفر في سورابايا» أعدت بواسطة آني فيتريا توساريفا، رقم هوية الطالب ١٨٦٠٣١١٢٢٢٠٣٦، تحت إشراف محمد الرضا القدري سري أوتومو، ماجستير.

الكلمات المفتاحية: الإدارة، التسويق، تمويل قرض العمرة، شركة جنة الفردوس للسياحة والسفر في سورابايا

تستند هذه الدراسة إلى الرغبة الكبيرة لدى المجتمع في أداء فريضة العمرة، والتي لا تصاحبها في كثير من الأحيان الاستعداد المالي الكافي. وقد أدى هذا الوضع إلى ظهور برنامج التمويل المؤقت للعمرة كأحد حلول التمويل المتاحة للمحججين المحتملين. ولا يتوقف نجاح هذا البرنامج على الإدارة الجيدة فحسب، بل يعتمد أيضًا على استراتيجية تسويقية ملائمة لضمان تعريف الجمهور العام به وفهمه. وبناءً على ذلك، أجريت هذه الدراسة لمعرفة كيفية إدارة تنفيذ واستراتيجية التسويق لبرنامج تمويل العمرة في شركة جنة الفردوس للسياحة والسفر في سورابايا.

تستخدم هذه الدراسة نهجًا نوعيًا من نوع دراسات الحالة. تم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظة والتوثيق، ثم تم تحليلها عبر مراحل تقليص البيانات وعرضها واستخلاص النتائج. تم التحقق من صحة البيانات من خلال اختبارات المصادقية وقابلية النقل والموثوقية وقابلية التأكيد.

أظهرت نتائج البحث ما يلي: (١). قامت إدارة تنفيذ برنامج التمويل المؤقت لرحلات العمرة في شركة جنة فردوس تور آند ترافيل في سورابايا بتطبيق وظائف الإدارة التي حددها جورج ر. تيري، والتي تشمل التخطيط والتنظيم والتنفيذ والإشراف. ويساعد هذا البرنامج الحجاج المحتملين الذين يعانون من محدودية الموارد المالية من خلال توزيع المهام بوضوح، ومرافقة الحجاج، والتقييم الداخلي. ومع ذلك، لا تزال هناك عقبات تتمثل في الاعتماد على المكتب المركزي في التنسيق، وعدم شمول الرقابة لجميع مراحل البرنامج. (٢). يتم تسويق البرنامج: (أ) من خلال الوكلاء، (ب) وسائل التواصل الاجتماعي، (ج) المجتمعات المحلية، (د) بالإضافة إلى أنشطة التوعية المجتمعية. وقد نجحت هذه الاستراتيجية في زيادة اهتمام الحجاج المحتملين، على الرغم من أن الشركة لا تزال بحاجة إلى تحسين توحيد معايير تقديم المعلومات ومراقبة أنشطة التسويق لضمان أن تكون المعلومات الواردة أكثر وضوحًا وتوحيدًا. يتأثر تنفيذ برنامج التمويل المؤقت للعمرة بتطبيق وظائف الإدارة واستراتيجيات التسويق التي تنفذها شركة جنة فردوس تور آند ترافيل في سورابايا يساعد تطبيق وظائف الإدارة على سير تنفيذ البرنامج وفقًا للأهداف المحددة، بينما تلعب استراتيجيات التسويق دورًا في تعريف الجمهور بالبرنامج. كما أظهرت هذه الدراسة أن التنسيق والرقابة وتقديم المعلومات هي العوامل التي تؤثر على فعالية تنفيذ وتسويق برنامج التمويل المؤقت.