

ABSTRAK

Sheila Novila: Manajemen Strategi Pelayanan Prima PT. Dago Wisata Internasional dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Haji dan Umroh (Studi Deskriptif Pada PT. Dago Wisata Kota Bandung)

Tingginya antusiasme umat islam di Indonesia terhadap ibadah haji maupun umroh, menjadikan peluang bagi penyedia biro jasa *tour and travel*. Namun, disamping itu banyak pula biro perjalanan yang muncul namun tidak dapat memberikan layanan terbaiknya. Oleh karena itu, suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini dalam menyelenggarakan haji maupun umroh tentunya harus memiliki manajemen strategi pelayanan prima yang fungsinya untuk memuaskan jamaah yang menggunakan jasa *travel* tersebut. Hal ini dilakukan agar pelanggan merasa nyaman dan aman baik pada saat pelaksanaan ibadah haji ataupun umroh.

Manajemen strategis merupakan ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi dari keputusan lintas fungsi yang memungkinkan bagi organisasi untuk mencapai tujuannya. Sedangkan pelayanan prima adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan cara memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan serta mewujudkan kepuasan pelanggan agar mereka selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan yang memberikan layanan terbaiknya kepada mereka.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui manajemen strategi pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan jamaah PT. Dago Wisata Internasional Kota Bandung dengan menggunakan konsep dari strategi yakni formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi pelayanan.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini, yakni metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian dalam skripsi ini, yaitu konsep dari manajemen strategis yang diterapkan oleh PT. Dago Wisata Internasional dalam meningkatkan kepuasan jamaah melalui pelayanan prima yang meliputi formulasi, implementasi, dan evaluasi. *Pertama*, formulasi mencakup visi dan misi, tujuan, strategi, serta kebijakan dari PT. Dago Wisata Internasional. *Kedua*, proses penerapan atau implementasi dalam penyelenggaraan layanannya yang berupa legalitas, fasilitas, dan regulasi layanan yang meliputi memberikan informasi, pendaftaran, pembayaran, manasik, sistem layanan haji khusus di Arab Saudi, dan serta itinerary. Dan yang *ketiga*, dalam tahap akhir diperlukan evaluasi untuk mengukur sejauh mana kinerja perusahaan dalam memberikan layanan terbaiknya kepada jamaah yang menggunakan jasa PT. Dago Wisata Internasional. Berdasarkan keseluruhan proses yang telah disebutkan, dapat dikatakan bahwa PT. Dago Wisata Internasional sudah menerapkan konsep manajemen strategis dengan baik serta sudah mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan mengenai standar minimal kepuasan jamaah selaku pelanggan.

Kata Kunci: *Strategi, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Haji dan Umroh*