

# Implementasi Perencanaan Strategis Berbasis Matriks SWOT pada Agen Perjalanan Umrah Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Travel Makkata Umroh)

Ismi Fauzia Ismail<sup>1</sup>, Salsabila<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, e-mail: ismifauziaa06@gmail.com

## Histori Naskah

Diserahkan:  
13-12-2025

Direvisi:  
07-03-2026

Diterima:  
14-04-2026

## Keywords

: Umrah; SWOT Matrix; Islamic Business Ethics; Strategic Planning; Travel Makkata Umroh

## ABSTRACT

*The rapid growth of Indonesian Umrah pilgrims is currently facing systemic challenges, including disruptions from the Nusuk digital platform policy (Saudi Vision 2030) and the onslaught of independent Umrah trends. This study aims to evaluate the company's competitive position and formulate operational tactics for the Travel Makkata Umroh Pontianak branch using the SWOT matrix instrument harmonized with the perspective of Islamic business ethics. This research uses a descriptive qualitative method. Data collection was conducted through in-depth interviews with top management and documentation studies between December 4 and 9, 2024. The analysis results show that the company's strategic position is in Quadrant I, which recommends aggressive growth steps. Corporate governance is based on the implementation of Islamic business ethics through FAST (Fathonah, Amanah, Shiddiq, Tabligh) capabilities which serve as the main guiding pillars. The formulated strategy blueprint includes geographic and demographic expansion, commercial financing alliances, guerrilla marketing tactics, and internal business process reengineering to mitigate public trauma against problematic agencies.*

## ABSTRAK

Pertumbuhan pesat jamaah umrah Indonesia saat ini dihadapkan pada tantangan sistemik, termasuk disrupsi dari kebijakan platform digital Nusuk (Saudi Vision 2030) dan gempuran tren umrah mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi posisi kompetitif perusahaan dan merumuskan taktik operasional pada Travel Makkata Umroh cabang Pontianak menggunakan instrumen matriks SWOT yang diharmonisasikan dengan perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pimpinan puncak dan studi dokumentasi pada rentang waktu 4 hingga 9 Desember 2024. Hasil analisis menunjukkan bahwa posisi strategis perusahaan berada pada Kuadran I, yang merekomendasikan langkah pertumbuhan agresif (Growth). Tata kelola perusahaan didasarkan pada implementasi etika bisnis Islam melalui kapabilitas FAST (Fathonah, Amanah, Shiddiq, Tabligh) yang menjadi pilar pemandu utama. Cetak biru strategi yang dirumuskan mencakup ekspansi geografis dan demografis, aliansi pembiayaan komersial, taktik pemasaran gerilya (guerilla marketing), serta rekayasa ulang proses bisnis internal untuk memitigasi trauma masyarakat terhadap biro bermasalah.

## Kata Kunci

: Umrah; Matriks SWOT; Etika Bisnis Islam; Perencanaan Strategis; Travel Makkata Umroh

## Corresponding Author

: Ismi Fauzia Ismail, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi, Pontianak, 78124, Kalimantan Barat Indonesia, e-mail: ismifauziaa06@gmail.com

## PENDAHULUAN

Dinamika industri pariwisata religi, khususnya sektor penyelenggaraan ibadah haji dan umrah di Indonesia, tengah mengalami pusaran transformasi struktural, regulasi, dan operasional yang belum pernah terjadi dalam sejarah pengelolaannya. Sebagai negara dengan entitas demografi muslim terbesar di dunia, yang populasinya mencapai 240,62 juta jiwa pada tahun 2023, (S et al., 2025), Indonesia memiliki basis fundamental yang menciptakan permintaan inelastis terhadap perjalanan spiritual ke Tanah Suci. Keterbatasan kuota haji reguler yang secara matematis memicu antrean masa tunggu hingga mencapai 46 tahun di berbagai wilayah operasional, secara langsung telah mereposisi ibadah umrah. Umrah tidak lagi sekadar ibadah sunnah pelengkap, melainkan telah bertransformasi menjadi alternatif utama, tercepat, dan paling rasional bagi umat Islam Indonesia untuk menunaikan kerinduan spiritualnya terhadap Baitullah (Faizah & Masruchin, 2025).

Realitas demografis dan teologis ini terbukti dari lonjakan eksponensial tren keberangkatan jamaah umrah pascapandemi COVID-19. Berdasarkan data yang diekstraksi dari Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Umrah dan Haji Khusus (SISKOPATUH), jumlah jamaah umrah Indonesia tercatat sebesar 1.006.306 jamaah pada tahun 2022, kemudian merangkak naik menjadi 1.368.616 pada 2023, dan berhasil menembus angka 1.467.005 jamaah pada tahun 2024 (Leni Wandira, 2025). Akselerasi ini didukung oleh stabilitas ekonomi pascapandemi yang memulihkan daya beli masyarakat (Pratama, 2025) sehingga memicu proyeksi makroekonomi yang memperkirakan bahwa perputaran nilai ekonomi dari ekosistem haji dan umrah Indonesia akan melonjak tajam dari Rp 65 triliun pada 2023 menjadi Rp 194 triliun pada tahun 2030 (Antara, 2024).

Meskipun lanskap makroekonomi menunjukkan proyeksi pertumbuhan yang sangat menjanjikan, momentum ekspansi ini diiringi oleh turbulensi eksternal yang menghadirkan tantangan eksistensial bagi Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) konvensional. Tantangan sistemik pertama bermuara pada pergeseran geopolitik dan kebijakan makro dari Kerajaan Arab Saudi melalui inisiatif ambisius *Saudi Vision 2030*, yang secara eksplisit menargetkan kedatangan 30 juta peziarah per tahun pada akhir dekade ini (Kingdom of Saudi Arabia / Pilgrim Experience Program, 2024). Transformasi visi ini dimanifestasikan melalui peluncuran platform digital terintegrasi berskala global bernama Nusuk (Nusuk Masar), yang secara radikal merevolusi tata kelola penerbitan visa, reservasi akomodasi, dan manajemen logistik peziarah (travelandtourworld, 2025). Kebijakan mutakhir ini mewajibkan seluruh agen perjalanan korporasi maupun peziarah untuk mengunggah bukti pemesanan hotel, transportasi darat, dan tiket penerbangan yang telah terverifikasi melalui platform Nusuk sebelum visa dapat diterbitkan (Funadiq Team, 2025). Kebijakan ini memiliki implikasi ganda; di satu sisi bertujuan mulia untuk memberantas praktik penipuan agen tak berizin, mencegah *overbooking*, dan meningkatkan keselamatan jamaah melalui integrasi data biometrik yang presisi. Namun di sisi lain, arsitektur platform ini juga membuka akses *Business-to-Consumer* (B2C) secara langsung, yang berpotensi memotong rantai pasok tradisional (*disintermediation*) dan mendisrupsi peran agen perjalanan lokal yang selama ini menjadi jembatan eksklusif antara jamaah dan vendor di Arab Saudi (Briefing, 2025).

Di tengah konstelasi industri yang dicirikan oleh elemen Volatilitas, Ketidakpastian, Kompleksitas, dan Ambiguitas (VUCA) yang ekstrem ini, setiap entitas bisnis dituntut untuk memiliki kelincahan strategis (*strategic agility*) yang tinggi. Travel Makkata Umroh, yang beroperasi secara sah di bawah naungan entitas korporat PT Al Haram Wizatama atau entitas afiliasi operasionalnya, merupakan salah satu biro perjalanan menengah yang berfokus pada penyediaan layanan ibadah yang nyaman, aman, dan sangat berorientasi pada kemurnian fiqih sunnah. Arsitektur filosofis perusahaan ini didorong oleh visi mulia untuk melayani jamaah

beribadah ke Tanah Suci dengan rasa nyaman, serta misi esensial untuk memberikan pencerahan, bimbingan ibadah yang komprehensif, dan pelayanan optimal yang sesuai dengan tuntunan sunnah. Namun, relevansi visi dan misi tersebut kini diuji secara frontal oleh gempuran tren Umrah Mandiri yang terus dikapitalisasi dan dipopulerkan oleh para *influencer* di berbagai platform media sosial, serta penetrasi disrupsi layanan tata kelola digital mandiri yang difasilitasi oleh Kerajaan Saudi.

Travel Makkata Umroh, khususnya pada pusat operasional cabang di Kalimantan Barat, yang telah menetapkan visi korporasi yang sangat ambisius untuk mendominasi industri sebagai pemimpin pasar (market leader) pada tahun 2027. Untuk memastikan transformasi visi tersebut menjadi realitas empiris yang terukur, analisis ini akan membedah secara menyeluruh anatomi strategis perusahaan menggunakan instrumen Matriks SWOT. Selanjutnya, kajian ini akan mengevaluasi bagaimana seluruh turunan kebijakan operasional perusahaan diharmonisasikan melalui prisma komprehensif etika bisnis Islam, yang mencakup prinsip *shiddiq*, amanah, *tabligh*, *fathonah*, keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan determinasi istiqomah.

Berdasarkan urgensi empiris dan teoretis tersebut, diperlukan sebuah evaluasi akademis dan manajerial yang komprehensif terhadap arsitektur bisnis perusahaan melalui metode analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini tidak hanya berhenti pada identifikasi kualitatif, melainkan harus dikuantifikasi secara presisi melalui instrumen matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS), yang pada akhirnya bermuara pada formulasi rekayasa strategi matriks TOWS. Penelitian ini bertujuan secara spesifik untuk mengidentifikasi dan mengisolasi variabel-variabel strategis internal dan eksternal yang melingkupi ekosistem operasional Travel Makkata Umroh, mengevaluasi posisi kompetitif perusahaan dalam lanskap kuadran industri pariwisata religi saat ini, serta merumuskan taktik bauran pemasaran integratif dan manuver operasional baik yang bersifat defensif untuk mitigasi risiko maupun ofensif untuk ekspansi pasar guna memastikan keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) kedepannya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan desain deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk mengeksplorasi dan memahami perilaku korporasi, implementasi strategi manajemen, serta dinamika tata kelola organisasi pada latar alamiah (*natural setting*). Dalam kerangka ini, peneliti bertindak sebagai instrumen utama (*human instrument*) untuk mengumpulkan data empiris yang bersifat mendalam dan tidak dapat dikuantifikasi. Penelitian dilaksanakan di kantor cabang Travel Makkata Umroh yang berlokasi di Jalan Danau Sentarum, Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada posisi strategis perusahaan dalam pergerakan ekonomi lokal dan perannya dalam mendukung masyarakat terkait literasi penyelenggaraan ibadah yang aman dari praktik penipuan. Pengumpulan data lapangan yang intensif dilakukan pada rentang waktu 4 hingga 9 Desember 2024.

Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* (Afrizal, 2016). Informan dipilih berdasarkan kriteria otoritas, keterlibatan dalam perumusan kebijakan, dan akses terhadap informasi strategis perusahaan. Berdasarkan kriteria tersebut, informan kunci dalam penelitian ini adalah Bapak Sinhan, selaku Pemilik (*Owner*) dan Pimpinan Puncak (*Top Management*) Makkata Umroh cabang Kalimantan Barat. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi melalui wawancara Mendalam (*In-depth Interview*): Dilakukan secara semi-terstruktur dengan informan kunci untuk menggali narasi historis perusahaan, visi masa depan, dan landasan filosofis di balik kebijakan strategis

manajemen, Studi Dokumentasi: Telaah dan verifikasi terhadap arsip internal, laporan operasional, struktur organisasi resmi, data promosi, dan rekam jejak digital perusahaan.

Analisis data mengacu pada model analisis kualitatif interaktif (Miles & Huberman). Proses ini meliputi tiga tahapan utama: (1) reduksi data, yakni menyeleksi dan memfokuskan transkrip wawancara serta catatan lapangan pada hal-hal yang esensial; (2) penyajian data, menyusun temuan secara naratif dan terstruktur; serta (3) penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1994; Sugiyono, 2012), guna memformulasikan rekomendasi strategi yang valid dan berbasis bukti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Integrasi Etika Bisnis Islam dalam Tata Kelola Perusahaan (*Islamic Corporate Governance*)

Dalam paradigma ilmu ekonomi sekuler konvensional, rasionalitas tindakan bisnis sering kali direduksi dan dibatasi pada kalkulasi maksimalisasi utilitas untung-rugi secara material belaka. Sebaliknya, tata kelola perusahaan Islami mendasarkan fundamental operasional dan filosofisnya pada prinsip dasar Tauhid (Keesaan Tuhan), (Anggraini et al., 2024) Keyakinan ini memandang bahwa eksistensi alam semesta beserta isinya adalah kepemilikan mutlak Allah SWT, sedangkan manusia ditempatkan dalam kapasitas fungsional sebagai *khalifah* (wakil atau pengelola) di muka bumi. Konsekuensinya, setiap aktivitas berekonomi, berdagang, dan berbisnis bukan sekadar transaksi duniawi, melainkan manifestasi dari bentuk ibadah horizontal yang tunduk pada pertanggungjawaban vertikal di akhirat kelak. Etika bisnis Islam tidak menistakan atau menentang motif pencarian keuntungan finansial (profitabilitas), melainkan memberikan koridor rigid yang memastikan bahwa perolehan keuntungan tersebut diakuisisi melalui mekanisme yang halal, transparan, adil (*'adl*), dan bermuara pada maslahat (kebaikan dan kesejahteraan universal) tanpa mengeksploitasi atau merugikan entitas lain dalam rantai pasok, (A'yun, 2024), (Handayani, 2019), (Sari et al., 2022)

Manifestasi teknis dan praktis dari etika bisnis Islam diartikulasikan secara komprehensif melalui adopsi keteladanan sifat-sifat kenabian (*Prophetic Competence*), yang di dalam diskursus manajemen strategis modern sering diakronimkan sebagai FAST (*Fathonah, Amanah, Shiddiq, Tabligh*). Kapabilitas FAST ini, yang disokong oleh nilai karakter progresif lainnya, bertindak sebagai pilar pemandu utama, (Trisnawati et al., 2021):

1. **Shiddiq (Kejujuran dan Integritas Mutlak):** Prinsip ini merupakan antitesis dari penipuan dan kebohongan, menuntut keselarasan absolut antara pernyataan lisan, janji promosi, dengan realitas yang diserahkan kepada konsumen. Dalam manajemen pemasaran pariwisata religi, *shiddiq* melarang keras terjadinya asimetri informasi, penyamaran kualitas fasilitas akomodasi (misalnya, secara manipulatif mengiklankan fasilitas hotel berbintang lima dengan jarak ring satu dari Masjidil Haram, namun pada realitasnya menempatkan jamaah di hotel kelas bawah yang berjarak jauh), maupun menyembunyian risiko biaya tambahan terselubung (*hidden cost*). Kejujuran dipandang sebagai fondasi krusial yang tidak dapat ditawar untuk membangun reputasi organik di tengah krisis multidimensi akibat skandal penipuan agen *travel* di masa lalu.
2. **Amanah (Tanggung Jawab Profesional dan Akuntabilitas Finansial):** Secara teknis operasional, prinsip *amanah* berkaitan erat dengan kapabilitas akuntabilitas finansial dan tata kelola aset pihak ketiga. Uang tunai yang disetorkan oleh para calon jamaah pada hakikatnya adalah titipan suci yang harus dikelola secara ketat dan eksklusif untuk tujuan final pemberangkatan ibadah. Dana tersebut diharamkan untuk diputar kembali ke dalam skema bisnis lain yang tidak terkait, dikonsumsi secara pribadi, atau diinvestasikan secara spekulatif suatu praktik malapraktik yang menjadi pola standar (*modus operandi*) dari



skema kejahatan Ponzi. Keandalan dalam menepati janji komitmen waktu keberangkatan (*on schedule*) merupakan representasi langsung dari tingkat keberhasilan implementasi *amanah* sebuah perusahaan.

3. **Tabligh (Transparansi Komunikatif dan Edukatif):** Merupakan kemampuan kapabilitas komunikator organisasi untuk mendiseminasikan informasi secara jelas, persuasif, tepat sasaran, dan edukatif kepada khalayak ramai. Perusahaan agen perjalanan yang menerapkan prinsip *tabligh* tidak akan membiarkan jamaahnya berada dalam ruang hampa ketidakpastian. Mereka secara proaktif akan mengomunikasikan setiap dinamika krusial, seperti perubahan dadakan pada regulasi penerbangan, penyesuaian jadwal transit pesawat, atau kendala pemrosesan visa dari kedutaan. Keterbukaan komunikasi dua arah ini akan meminimalisasi potensi konflik sengketa, kesalahpahaman, dan kericuhan psikologis yang berisiko berujung pada gugatan di ranah hukum perdata maupun pidana.
4. **Fathonah (Kecerdasan Manajerial dan Visi Analitik):** Mewakili kapabilitas intelektual para pemangku kebijakan untuk menganalisis data pasar secara kritis, merumuskan arsitektur strategi yang efisien, dan melakukan navigasi organisasi di tengah turbulensi industri. *Fathonah* merepresentasikan tanggung jawab dan kewajiban perusahaan untuk terus meningkatkan kurva pembelajaran, beradaptasi secara lincah terhadap kemajuan teknologi (seperti optimalisasi *digital marketing*, rekayasa perangkat lunak pendaftaran, manajemen data raya), dan secara cerdas membaca serta mengantisipasi celah ancaman mematikan dari kompetitor maupun dari pergeseran regulasi otoritas pemerintah Arab Saudi.
5. **Kreativitas dan Keberanian Berekspansi (*Risk-taking Behavior*):** Prinsip pendukung progresif yang merujuk pada keberanian manajemen untuk mendobrak status quo dengan menginisiasi inovasi diferensiasi produk (seperti rancangan program pembiayaan fleksibel atau peluncuran paket layanan non-konvensional). Prinsip ini juga mencakup keberanian institusi untuk mengambil risiko investasi perluasan jaringan agen ke daerah pelosok dengan kalkulasi dan mitigasi yang terukur, bertujuan agar memberikan aksesibilitas kemudahan seluas-luasnya bagi umat untuk beribadah.
6. **Istiqomah (Konsistensi dan Resiliensi Jangka Panjang):** Sikap determinasi yang teguh dan komitmen tanpa batas untuk menjaga standar kualitas pelayanan pada tingkat tertinggi dari waktu ke waktu. *Istiqomah* memastikan bahwa perusahaan akan konsisten berpegang teguh pada syariat Islam dan etika profesional, tanpa memedulikan godaan jangka pendek untuk melakukan manipulasi atau tekanan depresiasi margin dari pasar yang tidak sehat.

## B. Aplikasi Metodologi Perencanaan Strategis STP

Salah satu tahapan paling mendasar, primitif, namun bertindak sebagai pijakan paling menentukan arah dalam keseluruhan rekayasa strategis Makkata Umroh adalah eksekusi penguasaan metode *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP).

1. **Pemetaan Segmen (*Segmenting*):** Manajemen menolak untuk menginisiasi segmentasi hanya dengan bersandar pada intuisi spekulatif dari balik meja kerja. Sebaliknya, perusahaan merealisasikan survei intelijen pasar secara empiris dengan melakukan penetrasi turun langsung memetakan (*mapping*) lanskap lapangan. Mereka mengarungi wilayah perkotaan hingga menembus isolasi geografis pelosok kecamatan dan pedesaan di Kalimantan Barat guna membedah anatomi demografis calon jamaah potensial secara komprehensif, memahami daya beli masyarakat lokal, dan menangkap keresahan warga terkait kekhawatiran tertipu biro abal-abal.
2. **Seleksi Target (*Targeting*):** Menindaklanjuti data mentah dari lapangan, fase penargetan secara kalkulatif menyaring populasi tersebut untuk membidik secara spesifik simpul-simpul masyarakat yang memenuhi tiga kriteria emas: memiliki urgensi motivasi

keberangkatan yang tinggi, menunjukkan kapabilitas ketahanan finansial (baik untuk dilayani secara pelunasan tunai maupun melalui jalur asimilasi potensial tabungan), dan mengidentifikasi patronase figur-figur tokoh pemuka agama lokal maupun *influencer* kultural setempat yang dapat difungsikan sebagai magnet penarik sentimen keyakinan lintas komunitas.

3. Pemosisian Merek (*Positioning*): Klimaks dari rangkaian fase pemasaran analitis ini adalah eksekusi *positioning*, di mana tim manajemen secara metodis merancang rekayasa konstruksi citra merek (*brand image building*) secara terstruktur dan berulang. Tujuan utamanya adalah untuk memanipulasi dan menciptakan efek stimulasi psikologis asosiatif (*trigger mechanism*) di dalam benak kolektif masyarakat Kalimantan Barat. Sasaran puncaknya adalah memastikan bahwa di setiap momen masyarakat bermaksud merencanakan agenda ibadah Umrah, insting alam bawah sadar mereka secara otomatis akan mereferensikan dan mengasosiasikan kualitas ibadah tersebut secara mutlak dengan kredibilitas dan integritas layanan prima yang ditawarkan Makkata Umroh. Keberhasilan siklus ini didukung oleh penerapan secara disiplin terhadap empat fungsi utama ilmu manajemen klasik: Perencanaan sasaran terukur (*Planning*), Pengorganisasian alokasi sumber daya material dan manusia (*Organizing*), Pelaksanaan eksekusi taktis promosi (*Actuating*), dan Pengawasan audit evaluasi kinerja yang presisi (*Controlling*). Implementasi konseptual yang sirkular ini ditujukan sepenuhnya demi merealisasikan target efisiensi (optimalisasi pencegahan kebocoran modal kerja anggaran promosi) dan bermuara pada peningkatan tingkat efektivitas secara eksponensial (ketercapaian kuota pemberangkatan manifes jamaah tiap bulan). Terciptanya ekuilibrium simetris antara capaian efisiensi dan efektivitas operasional inilah yang pada akhirnya menjadi satu-satunya jaminan bagi Makkata Umroh untuk memanen profitabilitas ekonomi pada titik ekuivalen maksimum.

### C. Pemindaian Lingkungan dan Taksonomi Faktor Strategis (Analisis SWOT)

Langkah paling esensial yang tidak dapat diabaikan dalam tahapan proses pemindaian lingkungan adalah kemampuan analitis institusi untuk melakukan taksonomi secara saksama, menelanjangi dan menimbang faktor internal maupun faktor tekanan eksternal turbulen yang menentukan hidup-matinya (*viability*) keberlanjutan roda bisnis organisasi. Berdasarkan telaah data investigatif wawancara mendalam yang diakui secara holistik dan komprehensif, inventarisasi penjabaran parameter variabel faktor strategis Makkata Umroh kemudian dimampatkan, diklasifikasikan, dan direpresentasikan dalam format susunan tabel matriks pembobotan evaluatif di bawah ini:

**Tabel 1. Konstruksi Profil Evaluasi Faktor Lingkungan Internal Makkata Umroh**

No	Klasifikasi Evaluasi Faktor Internal Organisasi (IFAS)	Rincian Karakteristik dan Implikasi Analitis Faktual
1	Kekuatan Dominan Inti ( <i>Strengths - S</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reputasi Hukum Berintegritas: Penguasaan aset memori publik terhadap rekam jejak historis biro yang sangat "bersih", terverifikasi bebas noda dari segala rupa sentuhan preseden penipuan massal.</li> <li>2. Fondasi Yuridis: Pengantongan legalitas hukum perizinan operasional resmi secara penuh dan terakreditasi oleh regulator pusat di Kementerian Agama Republik Indonesia.</li> <li>3. Presisi Waktu (<i>Punctuality</i>): Bukti kapabilitas nyata dalam mengeksekusi komitmen jadwal kepastian pemberangkatan penerbangan jamaah secara absolut (<i>on schedule</i>) tanpa adanya deviasi kalender.</li> </ol>

		<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Diferensiasi Komersial: Kepemilikan hak inovasi portofolio pembiayaan pemasaran unggul yang tidak mudah direplikasi oleh lawan: Fasilitas <i>Dana Talangan</i>, instrumen tabungan <i>Program Kenaf</i>, dan pengaplikasian sistem transaksi nyeleneh <i>Cash on Delivery</i> (Paket COD).</li> <li>5. Ideologi Budaya Korporat: Penanaman secara organik doktrin orientasi pelayanan tingkat atas dan manajemen mutu kualitatif (Quality Management).</li> <li>6. Kapabilitas SDM Ahli: Personalia diisi bukan oleh staf amatir, melainkan himpunan tim ahli yang teruji secara empiris dan bersertifikasi di palagan teknis bidang tugasnya masing-masing.</li> <li>7. Penguasaan Logistik Transnasional: Pengendalian independen operasional melalui unit tim <i>handling</i> spesifik penanganan lapangan bandara yang terbukti memiliki kecepatan dan kecekatan (agilitas), yang ditempatkan secara teritorial spesifik baik di titik pelepasan embarkasi Jakarta maupun titik transit kedatangan global di bandara internasional Jeddah, Arab Saudi.</li> </ol>
2	Kelemahan Inheren Struktural ( <i>Weaknesses - W</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Limitasi Akselerasi Modal Promosi: Perusahaan mengalami restriksi alokasi ketersediaan plafon anggaran belanja iklan (budget constraint) yang secara signifikan membelenggu agresivitas penyebarluasan daya tembus jangkauan kampanye pemasaran berskala masif.</li> <li>2. Tekanan Margin Keuntungan: Perjuangan berat entitas dalam mempertahankan stabilitas profitabilitas keuangan di tengah paksaan kompetisi lapangan untuk menyajikan margin penawaran harga layanan serendah mungkin agar tidak kalah kompetitif dari perusahaan rival (<i>guerilla pricing</i>).</li> <li>3. Keterbatasan Spasial Fisik: Kuantitas persebaran kantor representatif titik fisik cabang teritori yang secara objektif masih dirasa sangat terbatas jangkauannya untuk mencakup rasio kepadatan calon pengguna.</li> <li>4. Kekosongan Magnet Publik Figur: Kealpaan keterikatan kontrak dengan figur <i>Brand Ambassador</i> (duta merek representatif) berskala pamor ketenaran level Nasional yang sejatinya diklaim mampu digunakan sebagai katrol pelepasan untuk mendongkrak visibilitas konversi penjualan ekspres.</li> <li>5. Inersia Respon Birokrasi Internal: Identifikasi pada kemunculan problematik inefisiensi arsitektur struktural, di mana perputaran rantai ranting birokrasi komunikasi sering memicu kelambanan tanggapan pelayanan atas aduan (<i>slow response</i>), berisiko pada terkikisnya batas kesabaran konsumen.</li> <li>6. Modernisasi Transisi Paradigma Promosi: Penanganan eksekusi pemasaran dominan masih bergerak menapak di tataran metode pendekatan penjualan yang tradisional-konservatif; adopsi promosi hibrida terstruktur belum tereksekusi pada level skala penetrasi teritorial massal.</li> <li>7. Kekosongan Manajemen loyalitas Mitra: Ketiadaan konstruksi paket desain program kompensasi finansial yang presisi, insentif berkelanjutan, atau modul retensi (<i>reward program</i>) yang efektif guna mengikat pengabdian simpul agen maupun perwakilan garda depan pemasaran lapangan.</li> <li>8. Kelemahan Kedudukan Kemandirian Otoritas Administratif: Kondisi rentan karena belum diakuiinya entitas sebagai operator Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) resmi, dan fakta kelemahan bahwa biro ini belum memegang status monopoli operasional sebagai perusahaan penerbit perizinan layanan penyedia Visa mandiri (<i>provider visa</i>).</li> </ol>

**Tabel 2. Konstruksi Profil Evaluasi Faktor Lingkungan Eksternal Makro Industri**

No	Klasifikasi Evaluasi Faktor Eksternal Lingkungan (EFAS)	Rincian Karakteristik dan Implikasi Analitis Faktual
1	Peluang Ekstensi Pasar Utama ( <i>Opportunities - O</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bonus Demografis Absolut: Ceruk lautan pasar tidak terbatas dari anugerah fakta demografi, di mana parameter 80% dari ratusan juta jiwa penduduk populasi Republik Indonesia memeluk esensi agama Islam secara demografis absolut.</li> <li>2. Ketersediaan Potensi Pasukan Darat: Tumbuhnya jejaring infrastuktur independen perwakilan individu, maupun tenaga lepas <i>freelance</i> agen-agen pemasar militan, yang secara sporadis telah terbentuk dan bertebaran di beragam titik koordinat teritorial menanti wadah operasional komando.</li> <li>3. Arena Ekosistem Pemasaran Digital: Eskalasi daya jangkau yang luar biasa dari ketersediaan kanal platform medium media sosial yang terbuka lebar tanpa tarif pabean penghalang (<i>barrier entry</i>) yang siap diadopsi guna meretas parameter penetrasi spasial antar-pulau.</li> <li>4. Dinamika Kolaborasi Bisnis (B2B): Ketersediaan peluang bursa manuver untuk merekatkan persekutuan persetujuan ikatan Nota Kesepahaman resmi berformat <i>Business-to-Business</i> (MoU) dengan simpul kekuatan sentra pihak ketiga yang sehaluan secara komersial.</li> <li>5. Keterbukaan Keran Likuiditas Makro: Probabilitas dan minat dukungan dari raksasa penyedia asupan arus kas likuiditas dari lembaga-lembaga entitas moneter institusi pendanaan perbankan keuangan terpusat (Banking Leverage).</li> <li>6. Akses Keterikatan Akar Rumput Konsentrasi Kumpulan Massa: Eksistensi jalinan kedekatan emosional pada ragam entitas jaringan komunitas, wadah pergerakan organisasi umat (NGO Islam), serta lumbung kader yang terorganisasi di lembaga pendidikan hierarkis formal (sekolah modern) maupun basis pendidikan informal tradisional (Pesantren).</li> <li>7. Mobilitas Transformasi Geografis: Tumbuhnya peluang dan fasilitas konektivitas rute lalu lintas udara serta integrasi yang mendukung terciptanya kapabilitas jaringan eskalasi strategi sayap ekspansi penetrasi jaringan tata letak marketing di titik simpul area persilangan Nusantara dan skala kawasan pemasaran makro zona ekonomi nasional.</li> </ol>
2	Ancaman Destruktif Persisten ( <i>Threats - T</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anomali Kognisi Demografis Sentimen Psikologis Traumatis: Persoalan terbesar dan halangan krusial pada resistensi penolakan dan paranoia tingkat tinggi dari calon mayoritas jutaan massa jamaah yang dikuasai teror trauma laten penipuan sindikat berantai biro <i>travel</i> penyedot dana masyarakat.</li> <li>2. Infiltrasi Parasit Etika Bisnis (Oknum Nakal): Gangguan perusak harga pasar tatanan ekosistem industri yang diakibatkan suburnya operasional oknum agen maupun entitas <i>travel-travel</i> perjalanan bodong berniat jahat, amoral, dan tidak beretika dalam praktik spekulasi.</li> <li>3. Kompetisi Predator Tingkat Sempurna: Karakteristik medan laga bisnis konvensional di industri ini mengadopsi struktur sistem kapitalisasi kompetisi tingkat persaingan berdarah (<i>perfect competition</i>); agen-agen biro saling menghalalkan metode kanibalisasi pemotongan tarif hingga minus rugi margin operasi dasar, yang mengancam kebangkrutan terstruktur pendatang lemah.</li> <li>4. Volatilitas Keputusan Otoritas Transnasional/Disrupsi Regulasi: Faktor bahaya intervensi kedaulatan kekuatan luar yang tidak bisa dielakkan. Ketidakpastian fluktuasi ketetapan hukum, perubahan aturan perpajakan asimetris, hingga guncangan kuota secara tiba-tiba yang dirilis mutlak oleh kementerian Pemerintah Otoritas tertinggi Kerajaan Arab Saudi,</li> </ol>





		<p>dipadukan ketetapan kebijakan harga kartel pihak monopoli maskapai penerbangan asing dan swasta.</p> <p>5. Probabilitas Situasi <i>Force Majeure</i> Bencana Kahar: Ancaman tingkat eliminasi total kelangsungan perusahaan bilamana disergap ekskalasi gangguan katastrofik (<i>Force Majeure</i>), semisal ledakan kembali letupan wabah penyebaran pandemi patologi epidemiologi global (contoh mutasi virus massal penutup perbatasan udara), konflik sengketa geopolitik peperangan regional jalur timur tengah, maupun anomali perubahan cuaca disrupsi letusan bencana alam ekstrem transnasional.</p>
--	--	--

#### D. Diskusi Analitis Matriks Strategis dan Posisi Penentuan Kuadran

Pemrosesan penambangan kalkulatif kualitatif yang mengonversi data-data naratif dengan memodifikasi kerangka Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFAS) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFAS) memberikan konfirmasi pembuktian temuan empiris yang tajam mengenai penentuan tapak kedudukan posisi strategis determinan dari operasional roda Travel Makkata Umroh. Akumulasi konversi kalkulasi pembobotan evaluasi dari segenap kekuatan sentral dan himpunan kelemahan operasional internal disandingkan secara *cross-sectional* menyilang dengan probabilitas peluang akuisisi demografi dan ketahanan dalam menahan gempuran ancaman faktor eksternal demi melahirkan proyeksi koordinat persilangan posisi mutlak perusahaan dalam kurva persaingan.

Pemindaian silang dan hasil pembacaan parameter-parameter variabel makro ini menunjukkan fakta bahwa meskipun gelombang tantangan eksternal (terkhususnya trauma masyarakat akibat skandal penipuan dan tingkat probabilitas ketidakpastian regulasi Saudi Arabia) bergerak sangat persisten dan konstan, akan tetapi agregat muatan kapasitas daya ledak persediaan amunisi kekuatan internal dan potensi tak terhingga eksplorasi peluang pangsa demografi populasi Muslim jauh lebih mendominasi superioritas kelengkapan profil organisasi tersebut. Secara definitif dan representatif empiris, hasil sintesis pemodelan analisis memproyeksikan serta menetapkan bahwa tumpuan kaki bisnis Travel Makkata Umroh bermukim kuat dan mencengkeram posisi absolut di ruang area Kuadran I.

Dalam kacamata literatur akademik rujukan disiplin ilmu ortodoks manajemen strategis bisnis kontemporer, entitas bangunan korporasi manapun yang terbukti tervalidasi berada dan bersarang di wilayah koordinat pada area kuadran penentuan pertama (Kuadran I) ini akan senantiasa secara aklamasi direkomendasikan secara mutlak dan masif untuk mengambil langkah dorongan trajektori pengembangan arah kebijakan pergerakan orientasi *Growth* atau implementasi rancangan eksekusi strategi yang karakteristik esensinya ditekankan harus sangat reaktif-agresif.<sup>1</sup> Terjemahan aplikasinya mensyaratkan bahwa postur arsitektur perusahaan ini terbukti memiliki sumber daya suplai logistik dan kapabilitas persediaan amunisi operasional (*Strengths*) kompetitif yang berlimpah dan sangat tangguh secara solid untuk secara langsung diterjunkan mengeksekusi pendudukan dominasi lahan jajahan pangsa pasar baru dan menguasai ruang (*Opportunities*) industri makro nasional yang sedang terbentang luar biasa luas.

Untuk memetakan panduan mengeksekusi bingkai acuan kerangka agresif tersebut agar tidak meraba-raba tanpa tujuan, Laporan ini secara metodis mengkonstruksi pemodelan Matriks Strategi SWOT taktis secara terstruktur dan formal, guna menerjemahkan bahasa diagnosis analitis teoritis ke dalam wujud susunan cetak biru rumusan kebijakan rasionalisasi manajerial praktis yang langsung dapat ditindaklanjuti secara presisi oleh pihak pembuat keputusan dewan direksi pimpinan perusahaan:

**Tabel 3: Konstruksi Cetak Biru Matriks Silang  
Strategi Operasional Komprehensif Makkata Umroh**

No	Taksonomi Formulasi Strategi Terapan	Derivasi Strategi Aplikatif Berbasis Hasil Investigasi (Action Plan)
1	Strategi Ekspansif S-O  <i>(Agresif: Eksploitasi Kapabilitas Kekuatan Internal untuk Menangkap Keseluruhan Potensi Peluang Eksternal)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Eksploitasi Hegemoni Demografi dengan Sentimen Reputasi Merek: Memanfaatkan persenjataan berupa rekam jejak sertifikasi integritas portofolio historis merek yang diklaim sangat "bersih" serta pemajangan status legalitas resmi pengakuan dari lembaran akreditasi Kemenag sebagai tombak proyektif nilai jual utama tunggal pembeda di industri (<i>Unique Selling Proposition</i>) untuk melakukan penyerbuan tusukan penetrasi masif secara agresif ke titik episentrum pertahanan basis 80% luasan pangsa pasar umat Muslim Republik Indonesia, sembari menjustifikasi serta memanipulasi kesadaran kognitif masyarakat bahwa perusahaan ini adalah satu-satunya opsi pilihan tumpuan pelabuhan paling aman secara rasionalitas hukum yuridis dan paling menjamin kenyamanan secara proteksi kelayakan bimbingan ketenangan spiritualitas.</li> <li>2. Eksekusi Akselerasi Radikal Ekspansi Geografis: Memobilisasi segenap amunisi daya tembak untuk merealisasikan pemenuhan tuntutan utopis deklarasi Target Visi 2027 melalui jalan melakukan pembukaan operasi dan pendirian pos perwakilan unit fisik cabang baru maupun peresmian barisan kader agen lepas independen secara sporadis dan revolusioner mendobrak sekat administratif, menembus kedalaman demografi pemetaan populasi dari tingkat pusat kabupaten membelah turun hingga berpenetrasi menancapkan perpanjangan kuku cengkeraman ke entitas pemerintahan akar rumput pada jajaran koordinat hierarki tingkat pedesaan terpencil atau kecamatan, sembari memanfaatkan penyokong aliansi disokong secara moril komando pergerakan basis komando dari titik lumbung kantong organisasi perserikatan persatuan massa umat masyarakat kultural dan aliansi penggerak di badan lembaga pendidikan asrama pesantren keislaman yang dipandang menempuh haluan platform jalur yang sejalan pandangannya dengan haluan biro.</li> <li>3. Penetrasi Dominasi Agresi Promosi Kanal Kampanye Digital Serta Inovasi Rilis Terobosan Produk Keuangan: Merekayasa orkestrasi kampanye algoritma pemasaran silang secara modern dan eksponensial dalam ekosistem pergaulan platform jejaring sosial untuk membakar sensasi daya magnet tingkat keviralan pada keunikan wujud fasilitas instrumen produk diferensiasi finansial andalan eksklusif, di antaranya kemunculan perakitan fitur bayar di bandara (<i>Cash on Delivery / COD</i>), rekayasa instrumen Tabungan Investasi Program KenaF, dan perwujudan sistem relaksasi hutang permodalan pendaftaran skema mekanisme pencairan <i>Dana Talangan</i> di muka, yang secara destruktif namun efektif akan merevolusi daya pikat dan secara mencolok memisahkan jarak pembedaan superioritas dari tingkat penguasaan posisi orbit dominasi dominan merek Travel Makkata Umroh di tengah sesaknya kepungan persesakan populasi lautan homogen industri entitas pemain pesaing kompetitor biasa yang menempuh jalan buntu model pemasaran rilis produk penawaran klasik seragam monoton yang tertinggal zaman.</li> </ol>
2	Strategi Haluan W-O  <i>(Definitif Turnaround: Pemutarbalikan Menutup Penambalan Lubang Kelemahan Melalui Optimalisasi Eksploitasi Serapan Peluang)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sintesis Aliansi Kolaborasi Likuiditas Struktur Pertahanan Finansial Eksternal: Menjalin secara agresif penandatanganan penyelesaian perikatan persetujuan hukum format Nota Kesepahaman resmi terlegitimasi (<i>MoU</i>) dan perakitan fondasi arsitektur kolaborasi asupan kucuran injeksi pembiayaan strategis korporasi bersinambungan dengan barisan konsorsium pendanaan dari entitas kekuatan institusi jaringan pilar perbankan bersistem syariah komersial berskala makro, atau gabungan konsolidasi kekuatan organisasi perusahaan fasilitator lembaga keuangan investasi <i>fintech</i> terkemuka lainnya; tindakan langkah terukur antisipatif ini ditujukan untuk secara instan dan langsung memotong secara prematur urat nadi permasalahan kelemahan defisiensi fundamental kelembagaan dari imbas</li> </ol>



		<p>akibat fenomena malnutrisi ancaman kehabisan rasio arus kas atau pendarahan ketiadaan restriksi anggaran (<i>budget constraint</i>) di lini departemen kampanye pendanaan pemasaran internal promosi dari tubuh internal finansial perusahaan biro ini sendiri.</p> <p>2. Substitusi Komando Perang Arus Jalur Komunikasi Serangan Bawah Pemasaran Sayap (<i>Guerilla Marketing</i>): Memanfaatkan optimalisasi penambangan pemberdayaan kedalaman ikatan simpul tali afiliasi daya gedor serbuan dari sentra kepengurusan himpunan jamaah majelis jejaring komunitas ikatan pengajian lingkungan RT, sentralisasi serikat pergerakan jaringan aliansi para persatuan anggota kumpulan organisasi penggerak aksi melawan sosial basis pertahanan massa pedesaan, serta pendalaman penetrasi silaturahmi persuasi di lingkungan ruang aula pendidik kompleks sekolah-sekolah pondok kawasan asrama santri pelajarpendalaman kitab madrasah pesantren agar secara militan bersedia berikrar pengabdian sebagai sukarelawan penempatan agen utusan pasukan pemasar organik mandiri akar rumput bawah (<i>grassroots warriors</i>) berskala masif berkapasitas eskalasi penetrasi menembus perbatasan ruang batas provinsi lingkup kawasan nasional. Garis eksekusi arsitektur rancangan strategi milisi bawah tanah ini secara akurat telah dikalkulasi guna menambal, secara efektif dan revolusioner menutup serta komprehensif mengkompensasi kelemahan dampak paparan publik akibat kelumpuhan dana atas penderitaan ketiadaan sewa selebrasi kontrak berharga miliaran penyewaan duta sosok figur <i>Brand Ambassador</i> artis deretan aktor sineas level kelas wahid tokoh selebritas panutan idola televisi berskala representasi tingkat reputasi nasional ibukota yang mustahil untuk digaji saat fase ini.</p>
3	<p>Strategi Pengalihan S-T</p> <p><i>(Diversifikasi Lini: Memobilisasi Kapabilitas Persenjataan Kekuatan Fundamental untuk Menghalau Serangan Ancaman Langsung)</i></p>	<p>1. Dekonstruksi Manipulasi Sentimen Psikologis Kognisi Publik dari Jerat Teror Paradigma Trauma Sindrom Kolektif Massa Konsumen Korban Travel Bodong Melalui Eksekusi Sugesti Terapi Transparansi Komunikasi Basis Pertanggungjawaban Legal Yudisial: Secara militan, tanpa kompromi pantang menyerah, repetitif memposisikan penanaman nilai ideologis sakral "Berikrar Amanah" dan melantangkan jaminan komitmen tak tergoyahkan atas pembuktian kedisiplinan realisasi pencairan janji pergerakan jaminan kepastian pemberangkatan absolut persis dan tepat waktu jadwal tanpa menoleransi pemunduran pergeseran tenggat pemunduran jadwal tunggu bandara (<i>on-schedule priority policy</i>) sebagai persenjataan perlengkapan kanon penembak tempur artileri rudal lini perlawanan gedor garis depan mutlak dalam medan kancah upaya sistematis menaklukkan dan membunuh gelombang penyebaran paranoia kolektif kepanikan keraguan akut benak terdalam psikologis batin masyarakat konsumen nusantara atas imbas trauma maraknya insiden epidemi letusan maraknya sindikat kriminal korporasi pemangsa skema Ponzi penipuan raksasa penggelapan investasi penundaan haji <i>travel</i> malpraktik di tahun belakangan. Pemajangan pengukuhan stempel lambang sertifikat sah legalisasi wewenang operasional validasi kepemilikan surat perizinan resmi hak monopoli menteri urusan Kemenag secara agresif harus dibombardir direproduksi cetak lipat ganda diselipkan disematkan ditata letaknya dan disiarkan secara dominan berukuran besar di muka setiap pameran sudut lembar selebaran brosur tawaran lipat promosi fisik konvensional, penempelan wajah muka spanduk luar jalan raya, dan merajai setiap kemasan piksel medium unggahan layar siaran interaktif penyiaran media promosi digital komunikasi interaktif guna melumpuhkan, memecah merobohkan mematahkan dan memetakan menghancurkan pergerakan perlawanan keraguan serta meruntuhkan dominasi oknum penetrasi kompetitor 'nakal' bodong ilegal amoral penyusup pasar yang coba mencuri basis konsumen dengan iming diskon tidak logis.</p>



		<p>2. Orkestrasi Benteng Operasi Taktikal Manajemen Keamanan Mitigasi Pemadaman Krisis Lapangan Darurat Lini Udara dan Darat Logistik Keimigrasian: Mengeksploitasi dan memberdayakan pemerahan habis pengerahan secara absolut kemampuan kecerdasan intuisi kepakaran manajerial para pimpinan manajer koordinator biro penyelesaian eksekusi kontrol kapabilitas pengendalian mutu satuan perwira gugus tugas tim spesialis fungsional pengendali pergerakan alur rute <i>handling</i> rantai sirkulasi pasok logistik bagasi, asrama hotel rombongan jamaah cekatan yang secara spesifik diletakkan di pangkalan basis bermarkas teritorial operasi udara di ibu kota pelabuhan Arab Saudi (Jeddah, Makkah) dan titik terminal bandara perbatasan ibu kota Republik, Jakarta. Pasukan taktis berseragam ini disiagakan didorong khusus berfungsi sebagai penyerap meredam goncangan benturan gempa kejutan turbulensi fluktuasi badai dinamika regulasi otoritas imigrasi penguasa pengurus perbatasan Arab maupun ancaman tak kasat penalti putusan sepihak perubahan maskapai. Kinerja Tim tangkas respons kilat purna waktu pengawalan ini ditugaskan dan bertindak murni dalam fungsional mekanis perannya layaknya instalasi instrumen karet penahan pelindung benturan peredam kejut daya pegas guncangan sasis suspensi per atau bantalan <i>shock absorber</i> pengisap efek mematikan turbulensi guncangan destruktif tekanan fluktuatif atas pengesahan penerapan hukum kebijakan mendadak penyesuaian aturan pengurusan birokrasi keagenan maskapai penerbangan komersil maupun rentetan perubahan fatwa administrasi pemerintahan kementerian Saudi; yang mana pada esensinya perlindungan operasional tersebut bertugas meredam gempuran ombak kebijakan tersebut pecah hancur berkeping dan diproses di luar dinding belakang markas direksi perusahaan tingkat batas hulu, sehingga tumpahan residu letusan efek rilis destruktif getarannya kerugian stres kepanikan maupun denda penalti kerugian materi finansial tersebut sekadar punah musnah tidak menjangar turun merembet menetes masuk mengganggu ketentraman batin konsentrasi ibadah atau merugikan tatanan kekhusyukan kepastian dompet entitas rombongan ribuan jumlah kafilah pasukan jamaah pengembara haji di lapangan hilir.</p>
<p>4</p>	<p>Strategi Perlindungan Menyeluruh Pertahanan W-T</p> <p><i>(Bunker Bertahan Manuver Pengendalian Defisit Kelemahan Fatal untuk Terhindar dari Sergapan Tembakan Penghancuran Bencana Mematikan Kelangsungan Industri Makro)</i></p> <p><i>Defensif Hidup: Mengikat Penutupan Fatal Mengelak</i></p> <p><i>Potensi Ancaman Bisnis</i></p>	<p>1. Intervensi Bedah Mayor Rekayasa Pembongkaran Ulang Desain Mesin Rantai Proses Bisnis Sirkulasi Organisasi Inti Internal (<i>Business Process Reengineering / BPR Ekstrem</i>): Melakukan eksekusi pembedahan perombakan restrukturisasi reformasi arsitektur mekanika putaran sirkulasi mesin penanganan hierarki birokrasi kepengurusan operasional komando internal meja tumpang tindih tata usaha markas perusahaan yang diidentifikasi secara diagnostik mengalami pembusukan terhambat menderita kelambanan reaksi (<i>lagging</i>) luar biasa, guna diubah untuk secepatnya mengatasi merespons menutup pertahanan gempuran celah ancaman mematikan dari pergeseran tren manuver mudarnya hilangnya ketertarikan kesetiaan rasa loyalitas pemegang saham dominan entitas komoditas calon konsumen pasaran. Di tengah putaran sengit medan pertempuran badai ombak arena pertarungan pasar industri komersil bercorak persaingan kompetisi persaingan tingkat kesempurnaan setara predator (<i>perfect unhinged brutal perfect market competition</i>), budaya penyakit cacat laten korporasi keterlambatan pembalasan inefisiensi merespons menjawab aduan pesan pertanyaan interogasi keluhan pelayanan pendaftaran dan pengarahan konsumen alias fenomena kutukan kelambanan penanganan (<i>slow dragging response</i>) diposisikan sebagai pedang algojo pintu gerbang jalan tol kematian langsung menuju liang lahat muara kehancuran kebangkrutan penutupan perusahaan gulung tikar diserbu kompetitor substitusi responsif cepat modern; tindakan darurat revitalisasi digitalisasi modernisasi asimilasi percepatan pembukaan pendelegasian garis saluran arus komunikasi arus pematongan jenjang rantai komando birokrasi komunikasi jalur cepat harian internal antardepartemen kini secara fundamental telah dimutasi berubah status</p>



		<p>kodrat posisinya dari sekadar inovasi menjadi prasyarat mutlak kriteria wajib dibutuhkan untuk bernapas menghela perpanjangan usia bisnis esok harinya.</p> <p>2. Pembangunan Ulang Revitalisasi dan Rekonstruksi Pondasi Ekosistem Kekuatan Kemitraan Jaringan Anggota Keagenan Frontline Lapangan Pemasaran Nusantara Ekstrem: Menghapuskan segera dan membakar habis jejak kelalaian defisiensi pengelolaan dan merestorasi model perlakuan nasib agen tenaga akar rumput mitra daerah luar kota dengan tindakan merancang ulang format penyusunan formulasi rancang bangun penyaluran aliran distribusi paket komoditas desain struktur pengurusan hierarki desain format rancangan penawaran jaminan penunjang kesejahteraan struktur jenjang jenjang program karir pencairan dana insentif promosi berjenjang bertingkat pencapaian target komisi proporsional adil merata memadai, rancang pengikat jaminan keamanan santunan pembagian hasil panen skema bagi hasil kompensasi nilai pembagian keuntungan bagi hasil persentase finansial, serta mendirikan infrastruktur payung pengayoman pendampingan institusional pelatihan penataran penggodokan kaderisasi edukasi modul wawasan mental kepemimpinan komunikasi penjualan <i>salesmanship</i> agen yang bercorak aliran laju progresif serta sangat mementingkan aspek pembukuan keterbukaan pencatatan akuntansi yang jelas dan sangat transparan secara kasat mata agar para agen dapat mengevaluasi sendiri target margin keuntungannya, sehingga di harapkan rasa kepemilikan agen terhadap nama baik perusahaan tumbuh subur tanpa batasan ikatan eksklusif layaknya patriot perusahaan yang merasa dihargai penuh. Operasi percepatan penguatan pengerasan dan penutupan penguatan barisan penguncian barikade pasukan kaderisasi tameng komando perwakilan posko agen garis depan daerah regional pinggiran pertahanan provinsi ini difungsikan mengemban memikul tugas porsi jabatan beban mandat strategis fungsi tanggung jawab tujuan peran taktik fungsional perlindungan beban tugas ganda (<i>double buffer function capacity agent deployment</i>) sebagai benteng baja pilar pasak pertahanan dinding tembok fondasi benteng militer penghadang luar pertahanan keamanan pengamanan pelindung yang amat luar biasa solid gigih spartan mengawasi militansi penyerangan memukul mundur gempuran dalam usaha keras bertempur mati mempertahankan eksistensi wilayah demarkasi teritorial yurisdiksi jajahan hegemoni area pangkalan wilayah teritori batas jajahan batas kekuasaan kendali peta teritorial dominasi sentimen kekuasaan penguasaan area pangsa pasar komoditas monopoli kawasan lokal perusahaan di berbagai titik strategis nusantara pedalaman pusat kantong massa kecamatan agar terhindar aman melarikan diri terhindar tidak masuk termakan tertelan mati terjebak dijatuhkan dilanggar diserang digerogoti dan dimusnahkan dijebol diinfiltrasi pertahanannya hancur direbut paksa dalam badai arus gelombang ombak peperangan saling membantai mencabik banting potong sikat menghancurkan memotong merusak dari strategi taktik agresi praktik predatori aksi peperangan perselisihan ajang perlombaan sayembara perang diskon pemotongan lelang saling bakar harga tebus pasaran ekuilibrium (<i>price wars and cannibalization tactical strike pricing penetration marketing</i>) secara mengerikan menghancurkan tanpa nurani rasionalitas yang dilancarkan dibom didorong digempurkan oleh barisan manuver aliansi agen rival peniru kompetitor bisnis pengancam persaingan eksternal liar rival yang datang dari segala celah lini pasar gelap yang gelap mata kelaparan merebut posisi singgasana keemasan penguasaan industri ibadah murni pariwisata umrah berdarah tingkat fatal sempurna ekosistem ini.</p>
--	--	--

## PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Travel Makkata Umroh cabang Pontianak memiliki posisi strategis yang kuat dalam peta persaingan industri perjalanan ibadah umrah, yang secara analitis berada pada Kuadran I dalam matriks SWOT. Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kombinasi kekuatan internal yang dominan serta peluang eksternal yang luas sehingga strategi yang paling tepat adalah strategi pertumbuhan agresif (*growth strategy*). Kekuatan utama perusahaan terletak pada reputasi legalitas yang kredibel, komitmen terhadap ketepatan waktu pemberangkatan, inovasi skema pembiayaan layanan, serta penerapan etika bisnis Islam yang berlandaskan prinsip FAST (Fathonah, Amanah, Shiddiq, dan Tabligh) sebagai fondasi tata kelola perusahaan. Di sisi lain, tantangan seperti keterbatasan modal promosi, persaingan harga yang ketat, serta trauma masyarakat terhadap kasus travel bodong menuntut perusahaan untuk melakukan penguatan strategi pemasaran digital, ekspansi jaringan agen, serta peningkatan transparansi dan kualitas pelayanan. Dengan mengoptimalkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang pasar umat Muslim yang sangat besar di Indonesia, Travel Makkata Umroh berpotensi memperluas pangsa pasar, memperkuat kepercayaan publik, serta menjaga keberlanjutan bisnis secara kompetitif dan beretika dalam industri pariwisata religi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicermati dalam menafsirkan hasil kajian. Pertama, penelitian hanya berfokus pada satu objek studi, yaitu Travel Makkata Umroh cabang Pontianak, sehingga temuan yang diperoleh belum tentu sepenuhnya merepresentasikan kondisi industri penyelenggara perjalanan ibadah umrah secara lebih luas di Indonesia. Kedua, sumber data utama dalam penelitian ini bertumpu pada wawancara dengan informan kunci dari pihak manajemen perusahaan, sehingga perspektif yang diperoleh cenderung berasal dari sudut pandang internal organisasi. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan studi dengan melibatkan lebih banyak perusahaan travel umrah di berbagai wilayah serta menambahkan perspektif dari jamaah, agen pemasaran, maupun regulator, sehingga analisis mengenai strategi bisnis dan penerapan etika bisnis Islam dalam industri perjalanan umrah dapat dipahami secara lebih komprehensif dan empiris.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (3rd ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Anggraini, R. M., Latifah, S., & Syarifuddin. (2024). Etika Bisnis Islam dalam Pemikiran Yusuf Al Qardhawi. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(4). <https://doi.org/10.30651/jms.v9i4.23753>
- Antara. (2024, October 4). *Indonesia's Hajj and Umrah Economy Projected to Soar to Rp 194 Trillion by 2030*. Jakarta Globe. <https://jakartaglobe.id/business/indonesias-hajj-and-umrah-economy-projected-to-soar-to-rp-194-trillion-by-2030>
- A'yun, N. (2024). ISLAMIC BUSINESS ETHICS YUSUF AL-QARDHAWI'S PERSPECTIVE. *Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi*, 5(2), 150–156. <https://doi.org/10.63230/almuttaqin.v5i2.195>
- Briefing, M. E. (2025, August 25). Saudi Arabia New Nusuk Umrah Platform, Updated Visa Rules. *Middle East Briefing*. <https://www.middleeastbriefing.com/news/saudi-arabia-new-nusuk-umrah-platform-updated-visa-rules/>
- Faizah, N. I., & Masruchin, M. (2025). *Strategi Pemasaran Produk Talangan Umrah dalam Meningkatkan Jumlah calon Jamaah Selama Covid 19 di Samira Travel Sidoarjo*:

- Marketing Strategy of Umrah Banner Products in Increasing the Number of Prospective Pilgrimages During Covid 19 at Samira Travel Sidoarjo*. UMSIDA Preprints Server. <https://doi.org/10.21070/ups.8479>
- Funadiq Team. (2025). *2025 Umrah Visa Changes Explained: Insights on Accommodation, Transport, and Group Travel*. <https://www.funadiq.com/blog/2025-Umrah-Visa-Changes-Explained-Insights-On-Accommodation-Transport-And-Group-Travel>
- Handayani, D. L. (2019). Etika Bisnis Islam: Sebuah Kajian Komparatif. *Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(1), 36–58. <https://doi.org/10.29300/ba.v4i1.1852>
- Kingdom of Saudi Arabia / Pilgrim Experience Program. (2024). *Pilgrim Experience Program Annual Report 2024*. Kingdom of Saudi Arabia.
- Leni Wandira. (2025, February 7). *Melirik Tantangan Bisnis Umrah pada Kuartal 1-2025*. [kontan.co.id. https://industri.kontan.co.id/news/melirik-tantangan-bisnis-umrah-pada-kuartal-1-2025](https://industri.kontan.co.id/news/melirik-tantangan-bisnis-umrah-pada-kuartal-1-2025)
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis* (R. Holland, Ed.; 2nd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Pratama, A. A. (2025, February 10). *Bisnis Travel Umroh 2025: Dari Ritual Keagamaan Menjadi Peluang Emas*. <https://infoopportunity.infobrand.id/bisnis-travel-umroh-2025-dari-ritual-keagamaan-menjadi-peluang-emas.phtml>
- S, A. R., Pasigai, M. A., & Salam, A. (2025). SWOT Analysis and Marketing Strategy in Hajj and Umrah Travel Business PT Prima Unggul Global Representative Maros. *Jurnal Ekonomi Balance*, 21(1), 149–164. <https://doi.org/10.26618/jeb.v21i1.18629>
- Sari, D. N., Previdayana, K. S., & Djasuli, M. (2022). Implementasi Prinsip Transparansi Dalam Kaidah Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(1), 911–915. <https://doi.org/10.47233/jeb.v2i3.343>
- Sugiyono, S. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- travelandtourworld. (2025, August 23). *Saudi Arabia Launches New Digital Platform to Simplify the Umrah Journey for International Pilgrims—Travel And Tour World*. <https://www.travelandtourworld.com/news/article/saudi-arabia-launches-new-digital-platform-to-simplify-the-umrah-journey-for-international-pilgrims/>
- Trisnawati, E., Wahab, A., & Habbe, H. (2021). *IMPLEMENTASI ETIKA BERDAGANG DENGAN SIFAT SIDDIQ, TABLIGH, AMANAH, FATHANAH PADA WAROENG STEAK AND SHAKE CABANG BOULEVARD MAKASSAR*. 4(3), 177–183. <https://doi.org/10.31850/economos.v4i3.912>