



South East Asian Management Concern (SEAMAC)

Journal Homepage: <https://journal.stedca.com/index.php/seamac>



Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru Seksi Penyelenggara Haji dan Umroh

Rania Khansa Attira Mazeti¹ dan Fharisa Nabila Rizvi²

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau, Pekanbaru 23293 Indonesia

²Budidaya Perairan, Fakultas Perikanan dan Kelautan, Universitas Riau, Pekanbaru 23293 Indonesia

Corresponding Author: Raniaattira@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<p>Kata Kunci: Kementerian Agama, Pekanbaru, Pelayanan haji, Umrah</p> <p>Diterima: 23 September 2025</p> <p>Disetujui: 23 Oktober 2025</p>	<p>Seksi Penyelenggara Haji dan Umrah pada Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru merupakan unit kerja yang memiliki peran strategis dalam penyelenggaraan pelayanan ibadah haji dan pengawasan perjalanan ibadah umrah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tugas, fungsi, mekanisme layanan, serta tantangan yang dihadapi oleh Seksi Penyelenggara Haji dan Umrah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi langsung, wawancara, serta penelusuran dokumen terkait prosedur operasional dan regulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seksi ini melaksanakan berbagai layanan, antara lain pendataan jamaah haji, verifikasi dokumen, bimbingan manasik, pengelolaan kuota haji, serta pembinaan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU). Selain itu, seksi ini berperan dalam memastikan penyelenggaraan haji dan umrah berjalan sesuai ketentuan yang berlaku melalui koordinasi dengan instansi terkait dan pengawasan terhadap biro perjalanan. Tantangan yang dihadapi meliputi peningkatan jumlah pendaftar, kebutuhan digitalisasi layanan, dan tuntutan pelayanan publik yang lebih efektif dan transparan. Secara keseluruhan, Seksi Penyelenggara Haji dan Umrah Kemenag Kota Pekanbaru memiliki kontribusi penting dalam mendukung kelancaran dan kualitas pelaksanaan ibadah haji dan umrah di tingkat daerah.</p>

1. LATAR BELAKANG

Berkembangnya perubahan zaman dan kemajuan globalisasi membawa pengaruh besar terhadap banyak hal salah satunya yaitu persaingan dalam dunia kerja. Disaat persaingan dunia kerja semakin meningkat dan mengikuti kemajuan globalisasi maka persaingan dalam membutuhkan sumber daya manusia yang benar-benar berkualitas, handal, dan kompeten juga akan meningkat, supaya dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia serta dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat nantinya.

Menurut sumardiono *dalam* Afidah & Romli (2019), Magang merupakan proses belajar dari seorang ahli melalui aktivitas dunia nyata. Selain itu, magang adalah proses mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan untuk memecahkan masalah nyata di lingkungan. Program Magang diharapkan dapat menjadi suatu bekal permulaan yang ampuh dalam penumbuhan semangat jiwa kewirausahaan kemandirian, termasuk di dalamnya mampu berinteraksi kepada setiap individu, mampumemecahkan setiap permasalahan yang ada serta penerapan ilmu dan teknologi (Rusby, 2022).

Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru merupakan salah satu instansi vertikal yang berada di tingkat Kab/Kota dan merupakan perpanjangan tangan Kementerian Agama Republik Indonesia, yang memiliki kewenangan menyelenggarakan sebagian tugas umum pemerintahan dan pembangunan di 1 bidang Agama di Tingkat Kota Pekanbaru dan bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Dalam melaksanakan tugasnya Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru menjabarkan kebijakan-kebijakan pemerintah dalam hal ini Kementerian Agama RI serta memperhatikan Kebijakan-kebijakan Pemerintah Daerah Kota Pekanbaru (Irabella & Chatamallah, 2021).

Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru terbentuk sekitar tahun 1975 berdasarkan instruksi dari Menteri Agama RI, Kota Pekanbaru membentuk Kantor Departemen Agama dengan bergabungnya 3 kantor yang mengurus bidang Keagamaan di Kodya Pekanbaru.

2. METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus – Oktober 2024 di Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru Jl. Arifin Ahmad No.1 Simpang Jl. Rambutan Sidomulyo Tim., Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru, 28289, Riau.

Metode

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan, menjelaskan atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka. Penelitian ini bersumber dari data sekunder berdasarkan deret waktu (*time series*) yang didapatkan melalui Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan data yang ada tersebut untuk kebutuhan penelitian.

Analisis Data

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang terdiri dari nilai rata-rata (mean). Menurut Al-Hafidh & Romli (2021) statistik deskriptif adalah statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, *maximum*, *minimum*, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness*. Kumpulan data ekonomi yang berisi sejumlah pengamatan yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data yang dikumpulkan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui berbagai tugas yang berkaitan dengan pelayanan Haji dan Umrah, saya memperoleh pengalaman langsung dalam penggunaan aplikasi teknologi informasi seperti Siskohat dan Haji Pintar. Penggunaan aplikasi ini memperdalam pemahaman saya tentang administrasi jamaah haji. Melalui tugas melayani tamu dan calon jamaah haji, saya belajar memahami tentang pentingnya komunikasi yang efektif dalam memberikan pelayanan publik. Saya terlibat langsung dalam menjawab pertanyaan, memeriksa dokumen persyaratan, serta memberikan informasi terkait haji, yang secara signifikan meningkatkan keterampilan interpersonal saya dan memperkuat kemampuan berkomunikasi dengan masyarakat dari berbagai latar belakang.

Produk Umrah

Dalam melayani jemaah umrah menawarkan beberapa Produk Umrah yang masing-masing paketnya dibedakan tergantung hotel yang ingin jemaah tempati. Harga yang ditawarkan berbeda-beda tergantung paket yang dipilih, namun biaya dapat berubah dengan seiringnya waktu sesuai kebijakan pemerintah, namun pelayanan yang diberikan akan selalu maksimal (Cindy, 2021).

Umrah Reguler. Umrah reguler merupakan rangkaian ibadah umrah yang dilakukan secara rutin dalam kurun waktu 13 hari melaksanakan program ini setiap 1 bulan sekali. Umrah Exclusive. Selain umrah reguler, biro perjalanan haji dan umrah program unggulan yakni Umrah Exclusive, yang dimana paket perjalanannya menggunakan fasilitas hotel bintang 5 selama perjalanan ibadah umrah. Umrah

Plus. Umrah Plus merupakan rangkaian layanan umrah yang mirip dengan paket umrah pada umumnya, namun menawarkan perjalanan ke negara-negara yang memiliki latar belakang sejarah, seperti: Turki dan Dubai. Program umroh plus ini dilaksanakan selama 13 hari.

Tabel 1. Harga Paket Umrah

Program	Quad	Triple	Double
Reguler 13 Hari	Rp. 39.000.000	Rp. 41.000.000	Rp. 43.000.000
Exclusive 13 Hari	Rp. 42.000.000	Rp. 44.500.000	Rp. 46.000.000
Umrah Plus 13 Hari	Rp. 43.000.000	Rp. 45.000.000	Rp. 47.000.000

Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk di perhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang di tawarkan (Nugroho *et al.*, 2024). Salah dalam menentukan harga akan berakibat total terhadap produk yang di tawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut di pasar. Ada beberapa tahapan penting yang harus dilakukan, Selatour menetapkan harga dengan melihat kompetitor atau bahan perbandingan, tujuannya agar Selatour dapat bersaing dengan sekian banyak kompetitor lain dengan harga yang berfariatif untuk para konsumen nya.

Penentuan harga ditetapkan dari kapasitas tempat atau hotel perkamarnya mulai dari paket quad (sekamar berempat), triple (sekamar berdua) dan double (sekamar berdua), semakin sedikit jumlah perkamarnya maka semakin mahal pula harganya. Selain itu, tentu saja hotel dengan kelas yang berbeda juga akan mempengaruhi harga, sesuai dengan paket yang dipilih konsumen menggiginkan bintang tiga, bintang empat, atau bintang lima (Ganti *et al.*, 2025). Selain itu fluktuasi dollar juga berpengaruh besar terhadap harga yang ditawarkan. Tahapan dalam penetapan harga yang dilakukan sangat baik baik dan sesuai dengan konsep penetapan harga paket perjalanan. Hal ini sejalan dengan pendapat Nuriati dalam bukunya menyatakan bahwa penghitungan paket perjalanan dinyatakan dalam bentuk dolar Amerika, dan mengingat harga dolar yang kurang stabil maka suatu perusahaan peyedia jasa perjalanan harus senantiasa memantau kondisi dolar yang kemudian dicocokkan dengan rupiah.

Distribusi

Tempat (Distribusi) adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen. Semua perusahaan perlu melaksanakan fungsi distribusi dan hal ini sangat penting bagi pembangunan perekonomian masyarakat karena bertugas menyampaikan atau menyalurkan barang dan jasa yang diperlukan oleh konsumen (Landri & Nurani, 2025).

Tempat merupakan aktifitas perusahaan untuk menyediakan produk bagi konsumen atau sasaran, aktifitas tersebut menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan. Dalam bauran pemasaran unsur tempat atau distribusi sangatlah penting dimana produk penjualan memerlukan tempat yang memudahkan calon jamaah atau konsumen dalam memberikan informasi produk ataupun bertransaksi sehingga jamaah mendapatkan kepuasan dalam pelayanan ibadah. Syarat mendistribusikan barang adalah menentukan dimana tempat yang strategis agar produk yang dijual mendapatkan akses yang mudah bagi para konsumen dalam setiap transaksi (Aliya *et al.*, 2025).

Jadi, proses pendistribusian yang dilakukan dalam menentukan lokasi dengan melihat tempat yang potensial dan membuka kantor cabang yang tersebar di beberapa kota dan pendistribusian melalui jalur perseorangan sudah efektif, sebab dengan menentukan lokasi yang potensial dan memperluas saluran distribusi melalui kantor cabang para konsumen akan lebih banyak mengetahui informasi mengenai para jamaah akan lebih mudah dalam proses pendaftaran yang terfokuskan pada kondisi tertentu pada suatu daerah (Nusyirwan *et al.*, 2022).

Promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir setelah produk, harga dan tempat. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung (Permata, 2018). Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen nya. salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen baru. Suatu perusahaan harus mampu memutuskan kegiatan promosi apakah yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan. Sebab setiap produk memiliki target pasar yang berbeda, sehingga pendekatan promosi yang harus dilakukan pun akan berbeda pula (Astuti, 2019).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa seksi ini memiliki peran yang sangat strategis dalam penyelenggaraan layanan ibadah haji dan pengawasan perjalanan ibadah umrah di tingkat daerah. Berbagai tugas yang dilaksanakan, seperti pendataan jamaah, verifikasi dokumen, bimbingan manasik, pengelolaan kuota, serta pembinaan PPIU, menunjukkan bahwa seksi ini berfungsi sebagai pusat pelayanan yang memastikan seluruh proses berjalan sesuai regulasi dan standar nasional. Penggunaan teknologi informasi seperti Siskohat dan Haji Pintar membantu meningkatkan efisiensi administrasi dan memastikan data jamaah dapat diakses dengan akurat. Selain itu, interaksi langsung dengan calon jamaah melalui pelayanan dokumen, konsultasi, dan penyampaian informasi memperlihatkan pentingnya komunikasi yang baik dalam memberikan pelayanan publik. Pada aspek penyelenggaraan umrah, penawaran berbagai jenis paket seperti Umrah Reguler, Exclusive, dan Umrah Plus menunjukkan keberagaman layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan jamaah. Mekanisme penetapan harga, distribusi, dan promosi yang dijalankan oleh biro perjalanan juga memberikan gambaran bahwa proses pemasaran layanan ibadah ini dilakukan dengan mempertimbangkan kompetisi, fasilitas, serta kondisi ekonomi (fluktuasi nilai dolar).

DAFTAR PUSTAKA

- Afidah, V. N., & Romli, S. (2019). Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji dan Umroh dalam Merekrut Jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 1(3).
- Al-Hafidh, B., & Romli, S. (2021). Implementasi Pelayanan Calon Jamaah Haji Pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Haramain Kota Pekanbaru. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 3(2), 102-110.
- Aliya, C., Putri, R. Z., Aminah, A., Afrizal, M., & Wismanto, W. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kantor Pengelola Ibadah Haji Pekanbaru Terhadap Kepuasan Jamaah. *Akhlak: Jurnal Pendidikan Agama Islam dan Filsafat*, 2(1), 75-84.
- Astuti, T. (2019). *Upaya Peningkatan Loyalitas Pelanggan Jasa Haji dan Umrah pada PT. Muhibbah Mulia Wisata Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Cindy, C. (2021). *Strategi PT. Cahaya Hati Wisata Religi Pekanbaru dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jamaah Haji dan Umroh*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ganti, I.G., Landri, P., Hamzaoui, W., & Zulkarnaini, Z. (2025). Panduan Menghitung Biaya Umroh Mandiri: Langkah Praktis untuk Jama'ah Ibu-Ibu di Sidomulyo Barat, Pekanbaru. *Community Insight: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1): 24-35.
- Irabella, L., & Chatamallah, M. (2021). Manajemen Krisis Public Relations PT. X Kota Pekanbaru pada Pengunduran Haji dan Umrah di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 130-135.

-
- Landri, P., & Nurani, R. (2025). Peningkatan Literasi Umroh Mandiri Bagi Ibu-Ibu di Sidomulyo Barat, Pekanbaru. *Hawa: Jurnal Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2): 67-72.
- Nugroho, J., Khotomi, H., & Diansyah, R. (2024). Rancang Bangun Aplikasi Input Jamaah Umroh pada PT. Samira Travel Pekanbaru dengan Metode Waterfall. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(5): 10087-10093.
- Nusyirwan, N., Safrizal, S., & Putri, A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Travel Pada PT. Penjuru Wisata Negeri Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5): 145-154.
- Permata, L. (2018). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Jamaah Umroh pada PT. Arminareka Perdana Perwakilan Pekanbaru. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 1(2): 63-75.
- Rusby, Z. (2022). Analisis Pelayanan Ibadah Umroh pada Perusahaan Jasa Penyelenggara Umroh di Kota Pekanbaru. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1).