

**MANAJEMEN OPERASIONAL DALAM ACARA PAMERAN HAJI DAN  
UMROH PADA *BAKKAH TOUR & TRAVEL***

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Memperoleh**

**Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**



**Oleh :**

**Richa Muthiatul Rahmah**

**NIM : B04215023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
JURUSAN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Richa Muthiatul Rahmah

NIM : B04215023

Fakultas/Prodi : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : Manajemen Operasional Dalam Acara Pameran Haji dan Umroh Pada Bakkah *Tour & Travel* Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan, bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 12 April 2019

Yang menyatakan,



Richa Muthiatul Rahmah  
B04215023

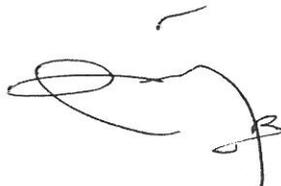
## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Richa Muthiatul Rahmah  
Nomor Induk Mahasiswa : B04215023  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah  
Judul : Manajemen Operasional Dalam Acara Pameran  
Haji dan Umroh pada Bakkah *Tour & Travel*

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 16 Maret 2019

Dosen Pembimbing



Almad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si

197512302003121001

**PENGESAHAN TIM PENGUJI**

Skripsi oleh Richa Muthiatul Rahmah telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 04 April 2019

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,



**Dr. H. Abd. Halim M.Ag**

**NIP. 19530725 199103 1 003**

Penguji I,



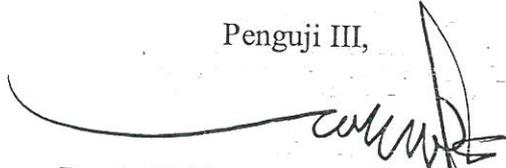
**Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si**  
**NIP. 19751230 200312 1 001**

Penguji II,



**Bambang Subandi, M. Ag**  
**NIP. 19740303 200003 1 001**

Penguji III,



**Dr. Arif Ainur Rofiq, S.Sos, M.Pd**  
**NIP. 197708082007101004**

Penguji IV,



**Airlangga Bramayudha, MM**  
**NIP. 19791214 201101 1 005**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini,  
saya:

Nama : Richa Muthiatul Rahmah  
NIM : B04215023  
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Dakwah  
E-mail address : richa.muthia@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan  
UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Manajemen Operasional Dalam Acara Pameran Haji Dan Umroh Pada Bakkah *Tour & Travel*

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini  
Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,  
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan  
menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk  
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama  
saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN  
Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak  
Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 April 2019

Penulis

(Richa Muthiatul R.)

















dikelola secara profesional sistematis, efisien dan efektif. Kegiatan *event organizer* meliputi konsep (perencanaan) sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan. *Event organizer* adalah penyelenggara acara. Semua yang berhubungan dengan acara dari persiapan sampai laporan menjadi tanggungjawab *event organizer*. Tugas *event organizer* adalah membantu kliennya untuk dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan. Oleh karena itu, semua orang perlu bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan acara yang sesuai dengan harapan atau tujuan yang telah ditetapkan.

Pameran merupakan suatu kegiatan peyajikan karya seni dan penyampaian ide yang dapat diapresiasi banyak masyarakat. Pameran sangat diperlukan dalam perusahaan, karena pameran merupakan salah satu cara untuk melakukan promosi. Pameran dilakukan untuk menarik konsumen. Sehingga, pameran sangat penting untuk dilakukan oleh para pebisnis. Oleh karena itu, produk ataupun jasa yang dipamerkan dapat diketahui oleh konsumen seperti yang dilakukan perusahaan *Bakkah Tour & Travel*.

Objek penelitian ini adalah *Bakkah Tour & Travel*. *Bakkah Tour & Travel* merupakan perusahaan atau lembaga penyelenggara umroh yang telah mendapatkan perizinan. *Bakkah Tour & Travel* melakukan pameran. Pameran *Bakkah Tour & Travel* bertujuan untuk menarik pengunjung. Sehingga, *Bakkah Tour & Travel* menjadi banyak yang mengenal dan mendapatkan jamaah untuk diberangkatkan ke Tanah Suci. *Bakkah Tour*

& Travel menarik pengunjung dengan mengatur *layout* semenarik mungkin, sehingga pengunjung tertarik mengunjungi stand Bakkah *Tour & Travel*.

*Event organizer* mengadakan acara, acaranya adalah pameran haji dan umroh. Acara ini diikuti oleh beberapa travel. Travel yang mengikuti acara pameran ini diikuti oleh 10 travel yaitu Shafira, Rayan Al Safwa, Arofah Mina, Em Abror, HPW, Al-Rahmah, An-Namirah, Persada Indonesia, Madani, dan Bakkah *Tour & Travel*. Dalam *event* pameran ini, Bakkah *Tour & Travel* merupakan salah satu pengisi acaranya. Bakkah *Tour & Travel* itu sendiri merupakan salah satu penyelenggara acara pameran haji umroh. *Event organizer* mengatur acara ini dengan mengisi acara dengan pentas seni, lomba make up, dan mengundang artis.

Kegiatan besar ini tentu saja membutuhkan perhatian, pengelolaan, dan manajemen yang sangat tinggi, karena kegiatan ini berkenaan dengan kepuasan peserta yang mengikuti acara pameran ini. Untuk pengelolaan acara yang cukup besar ini, pimpinan Bakkah *Tour & Travel* juga harus mengurus stand Bakkah *Tour & Travel* yang juga turut serta menjadi peserta dalam acara pameran ini. Pimpinan Bakkah *Tour & Travel* sebagai salah satu *event organizer* harus membagi perhatiannya dengan pameran Bakkah *Tour & Travel* yang ikut serta menjadi peserta dalam pameran haji, umroh, dan wisata.

Untuk mengadakan acara ini, tentu saja *event organizer* memerlukan manajemen operasional, agar kegiatan tersebut bisa berjalan















lintaswarna menggunakan 60% biaya pribadi untuk pengelolaan acara. Untuk pengorganisasian, lintaswarna menjadwalkan semua proses acara dari perencanaan hingga pelaksanaan acara tersebut. Dalam pengarahannya, manajemen acara mengarahkan semua staff agar bisa memaksimalkan kinerjanya dan mempersiapkan kemungkinan yang terjadi pada saat acara berlangsung. Untuk pengawasan, lintaswarna memasrahkan kepada semua supervisor staff untuk mengawasi kinerja semua staff masing-masing untuk keleluasaan waktu.

Persamaan dengan penelitian Fernando Is Suhendra dan Ike Juanita Tri Wardhani yaitu sama-sama membahas tentang persiapan yang dilakukan untuk menarik konsumen dan meningkatkan konsumen dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaannya yaitu obyek penelitian Fernando Is Suhendra dan Ike Juanita Tri Wardhani pada event pameran pernikahan tradisional, sedangkan obyek penelitian peneliti pada umroh di Bakkah *Tour & Travel*.

2) Model Strategi Promosi Stand Pameran pada Perusahaan PCO (*Professional Conference Organizer*)

Penelitian terdahulu yang berjudul “Model Strategi Promosi Stand Pameran pada Perusahaan PCO (*Professional Conference Organizer*)”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 10, No. 2, Desember

2011 : 163-167” ditulis oleh Etty Kongrat, Ariantanto, Magdalena, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta Kampus UI 2011. Penelitian yang dilakukan oleh Etty Kongrat, Ariantanto, Magdalena pada tahun 2011 ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan dan model promosi yang digunakan pada Perusahaan PCO (*Professional Conference Organizer*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Model Strategi Promosi Stand Pameran Pada Perusahaan PCO (*Professional Conference Organizer*) yaitu pada PT. Dyandra Promosindo cabang Surabaya, PT. Panorama Convex, dan PT, Wahyu Promo Citra. Ketiga perusahaan tersebut melakukan perencanaan promosi dengan menentukan target pengunjung, menetapkan tujuan promosi, menetapkan anggaran, memilih media, menetapkan jadwal, dan menetapkan pesan dan design. Sedangkan model strategi yang digunakan adalah *below the line* dan *above the line*.

Persamaan dengan penelitian Etty Kongrat, Ariantanto, Magdalena yaitu sama-sama membahas tentang model strategi promosi stand pameran dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaannya yaitu obyek penelitiannya, kalau Etty Kongrat, Ariantanto, Magdalena pada perusahaan PCO (*Professional Conference Organizer*), sedangkan obyek penelitian peneliti pada Bakkah *Tour & Travel*.





manajemen pemeliharaan mesin, dan *Staff Schedule* yang jelas. Sehingga perusahaan dapat melakukan aktivitas produksi dengan lancar.

Persamaan dengan penelitian Valentina Christianti Santoso yaitu sama-sama membahas tentang cara atau langkah-langkah melakukan manajemen operasional dengan baik dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu menggunakan metode wawancara. Perbedaannya yaitu obyek penelitiannya, kalau Valentina Christianti Santoso pada PT. Puyuh Plastik, sedangkan obyek penelitian peneliti pada Bakkah *Tour & Travel*.

5) Manajemen Operasional Paket Wisata *City Tour* Surakarta di PT. Kirana Surya Gemilang Yogyakarta

Penelitian terdahulu yang berjudul “Menejemen Operasional Paket Wisata *City Tour* Surakarta di PT. Kirana Surya Gemilang Yogyakarta” jurnal pariwisata terapan Vol. 1, No. 2, 2017 ditulis oleh Edwin Hastawi Atmaja, Diploma Kepariwisataan, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada. Penelitian yang dilakukan oleh Edwin Hastawi Atmaja pada tahun 2017 ini bertujuan untuk mengetahui manajemen operasional dalam melakukan *city tour*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan melakukan pengkoordinasian, mengatur dan menyelenggarakan kunjungan wisata sesuai keinginan konsumen untuk suatu tujuan

tertentu dan menentukan kepuasan pelanggan. Perusahaan juga melakukan tahap persiapan yaitu proses pemesanan paket wisata, penyusunan program perjalanan wisata, reservasi transportasi bus, dan pemesanan untuk makan.

Persamaan dengan penelitian Edwin Hastawi Atmaja yaitu sama-sama membahas tentang cara atau langkah-langkah melakukan manajemen operasional dengan baik dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu menggunakan metode observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Perbedaannya yaitu obyek penelitiannya, kalau Edwin Hastawi Atmaja pada PT. Kirana Surya Gemilang Yogyakarta, sedangkan obyek penelitian peneliti pada Bakkah *Tour & Travel*.

6) Analisis Pengelolaan Operasional dan Total Quality Manajemen di CV. Star Digital Printing

Penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Pengelolaan Operasional dan Total Quality Menejemen di CV. Star Digital Printing” AGORA Vol. 4, No. 2, 2016 ditulis oleh Jesslyn Natalia, program manajemen bisnis, program studi manajemen, Universitas Kristen Petra. Penelitian yang dilakukan oleh Jesslyn Natalia pada tahun 2016 ini bertujuan untuk mengetahui proses perusahaan dalam melakukan manajemen operasional.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan melakukan proses operasional melalui proses pemesanan,















Oleh karena itu, semua orang harus bekerja keras dengan visi yang sama untuk menghasilkan acara yang sesuai dengan harapan atau tujuan yang telah ditetapkan dan melakukan proses manajemen operasional sesuai dengan tahap atau yang dinamakan standart operasional prosedur (SOP).

Terdapat dua proses operasional yaitu proses inti dan proses pendukung. Proses inti merupakan serangkaian kegiatan yang menyampaikan nilai pada pelanggan. Sedangkan proses pendukung memberikan sumberdaya dan input yang penting pada proses inti yang penting bagi pengelolaan kegiatan perusahaan atau organisasi. Menurut Krajewski et al, ada empat proses inti dalam manajemen operasional, yaitu:

- 1) Proses hubungan dengan pelanggan atau yang disebut pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Karyawan termasuk dalam proses hubungan dengan pelanggan yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi, menarik, membangun hubungan dengan pelanggan eksternal, dan membantu pengiriman atau penyampaian kebutuhan dan harapan pelanggan. Fungsi tradisional seperti pemasaran dan penjualan merupakan bagian dari proses tersebut.
- 2) Proses pengembangan produk atau jasa baru. Karyawan termasuk dalam proses pengembangan produk atau jasa baru



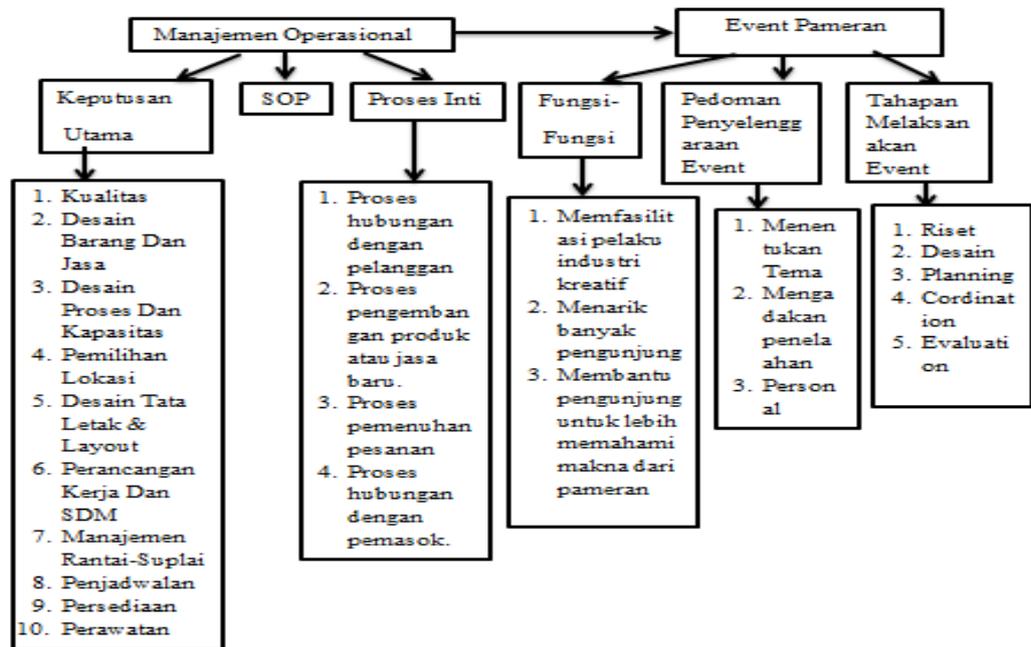












Gambar 2.1

Pada gambar 2.1 di atas, menjelaskan bahwa manajemen operasional berhubungan dengan acara pameran yaitu acara pameran membutuhkan manajemen operasional untuk melaksanakan acara. Dengan menggunakan manajemen operasional, acara pameran juga dapat berjalan dengan baik dan lancar. Dalam manajemen operasional terdapat keputusan-keputusan utama yang perlu dilakukan para manajer untuk melakukan manajemen operasional. Dalam manajemen operasional juga terdapat standart operasional prosedur (SOP) sebagai tahap atau langkah-langkah dalam menyukseskan acara. Dalam manajemen operasional juga terdapat proses inti, yaitu proses yang harus dilakukan para manajer untuk menjaga kualitas produk dan kerjasama dengan instansi lain. Untuk acara pameran yang dilakukan dapat memberikan fungsi-





















































































CV. Ridho Ilahi merupakan *event organizer* pameran. CV. Ridho Ilahi melakukan pameran, karena 1) Jamaah umroh semakin meningkat tiap tahun, dan jamaah haji plus selalu menanti waktu yang tepat untuk melakukan pendaftaran haji. 2) Memiliki biro perjalanan umroh akan lebih efektif dan transparan apabila dilakukan dalam sebuah pameran di tempat terbuka, seperti di pusat perbelanjaan. 3) Haji expo manajemen dan CV. Ridho Ilahi sebagai pelopor pameran travel haji dan umroh sejak tahun 2005 merasa perlu untuk menyelenggarakan pameran yang mempertemukan calon jamaah dan perusahaan jasa perjalanan ibadah. CV. Ridho Ilahi memiliki tujuan dalam melaksanakan pameran yaitu 1) Untuk memudahkan umat Islam memilih biro perjalanan haji dan umroh yang amanah dan bertanggungjawab dengan pelayanan terbaik. 2) Untuk sarana silaturahmi, promosi, dan penjualan bagi pengusaha muslim. Untuk menyukseskan acara pameran CV. Ridho Ilahi mencari peserta untuk mengikuti pameran. Salah satu peserta pameran haji dan umroh adalah Bakkah *Tour & Travel*. CV. Ridho Ilahi adalah sebagai mitra kerja Bakkah *Tour & Travel*. CV. Ridho Ilahi sebagai perusahaan penjual jasa di bidang promosi, publikasi, dan pameran, sementara Bakkah *Tour & Travel* sebagai perusahaan pengguna jasa. Keduanya saling membutuhkan satu sama lain, karena semua produk dan jasa pasti membutuhkan jasa promosi dan *event organizer* untuk mempublikasikan produknya. Dalam hal ini,

CV. Ridho Ilahi menawarkan jasa sewa *space* pameran. Setelah itu CV. Ridho Ilahi memberikan proposal dan menawarkan harga pada Bakkah *Tour & Travel*. Setelah itu CV. Ridho Ilahi dan Bakkah *Tour & Travel* melakukan diskusi dan kesepakatan kerja. Setelah Bakkah *Tour & Travel* melakukan kesepakatan, Bakkah *Tour & Travel* memilih tempat yang akan digunakan sebagai *stand* pameran.

### C. Analisis

Pada tahap ini, peneliti menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumen, dan data-data yang mendukung penelitian. Dalam hal ini, peneliti menggabungkan teori dengan data-data yang telah diperoleh peneliti dari beberapa informan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil tentang standart operasional prosedur (SOP) dan manajemen operasional acara pameran haji umroh pada Bakkah *Tour & Travel* Surabaya.

Bakkah *Tour & Travel* adalah salah satu jasa *Tour & Travel* yang memiliki tujuan untuk dapat melayani para jamaah yang berangkat ke tanah suci serta mengutamakan kenyamanan perjalanan dengan prosedur-prosedur yang jelas.

Dalam pembahasan selanjutnya, peneliti akan membahas lebih lanjut tentang standart operasional prosedur (SOP) dan manajemen operasional acara pameran haji umroh pada Bakkah *Tour & Travel* Surabaya.



Bakkah *Tour & Travel* melaksanakan SOP pameran pada saat ada acara pameran yang diadakan oleh penyelenggara (*event organizer*). Sebelum mengikuti acara pameran, Bakkah *Tour & Travel* mempertimbangkan terlebih dahulu *budget* yang ada untuk acara tersebut. Bakkah *Tour & Travel* hanya melaksanakan SOP pameran di tempat pameran yang ramai dan banyak pengunjung. Pelaksanaan SOP pameran dilaksanakan oleh *marketing*, karena tugas dari *marketing* adalah menawarkan produk atau promosi produk.

Menurut Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Republik Indonesia tahun 2012, standart operasional prosedur (SOP) adalah serangkaian instruksi tertulis yang dilakukan mengenai beberapa proses penyelenggaraan aktifitas organisasi, sebagaimana dan kapan harus diberlakukan, dimana dan oleh siapa dilakukan.<sup>53</sup>

Dari pengertian SOP di atas dapat disimpulkan, bahwa SOP yang diterapkan di Bakkah *Tour & Travel* sesuai dengan pengertian SOP menurut Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Republik Indonesia tahun 2012. Proses penyelenggaraan SOP dalam hal ini, persiapan, promosi, pembuatan laporan, penutupan dan pengucapan terimakasih. Sedangkan, pelaksanaannya yaitu pada saat ada undangan dari pihak penyelenggara. Tempat penyelenggaraannya hanya dilakukan di tempat yang ramai dan

---

<sup>53</sup> Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Republik Indonesia tahun 2012, *Pedoman Penyusunan Standart Operasional Prosedur Administrasi Pemerintahan*, (Jakarta : 21 juni 2012), hal 2







Desain tata letak atau *layout* yang Bakkah *Tour & Travel* lakukan adalah dengan mengatur peletakan lokasi dan barang-barang yang dipamerkan di acara pameran.

#### 6. Perancangan kerja dan sumber daya manusia

Perancangan kerja dan sumber daya manusia yang dilakukan Bakkah *Tour & Travel* adalah dengan memilih karyawan dengan selektif oleh *manager marketing* untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan yang diinginkan oleh jamaah dalam acara pameran.

#### 7. Penjadwalan

Penjadwalan pameran dilakukan Bakkah *Tour & Travel* empat kali dalam setahun, namun pameran tetap mengikuti penyelenggara pameran. sebelum Bakkah *Tour & Travel* menentukan keputusan untuk mengikuti acara pameran, Bakkah *Tour & Travel* memepertimbangkan terlebih dahulu *budget* dan waktu yang ditentukan penyelenggara. Jika penyelenggara pameran mengadakan pameran, maka Bakkah *Tour & Travel* mengikuti pameran ketika *budget* dan waktu yang ditentukan penyelenggara sesuai dengan kegiatan Bakkah *Tour & Travel*

#### 8. Perawatan

Perawatan yang dilakukan Bakkah *Tour & Travel* yaitu dengan menghubungi para calon jamaah yang sudah mengunjungi stand pameran Bakkah *Tour & Travel*.





Keputusan-keputusan perlu dibuat pada tingkat reabilitas dan stabilitas yang diinginkan dan sistem harus ditetapkan untuk reabilitas dan stabilitas tersebut.

Dari beberapa keputusan utama di atas, Bakkah *Tour & Travel* tidak menggunakan semua keputusan utama tersebut. Bakkah *Tour & Travel* melakukan manajemen operasional pameran dengan memperhatikan kualitas dari produk, desain jasa penjelasan produk, desain proses penjualan, pemilihan lokasi, desain tata letak dan layout, perancangan kerja dan sdm, penjadwalan setahun empat kali dan perawatan hubungan dengan jamaah. Bakkah *Tour & Travel* tidak menggunakan manajemen rantai-suplai karena Bakkah *Tour & Travel* bukanlah perusahaan yang memproduksi barang dari bahan mentah menjadi bahan jadi yang siap dipasarkan, tetapi perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa.. Bakkah *Tour & Travel* tidak menggunakan persediaan karena Bakkah *Tour & Travel* tidak menjual produk yang berupa barang, tetapi Bakkah *Tour & Travel* menjual jasa yaitu jasa pelayanan dan jasa penjelasan produk. Seperti yang diungkapkan informan sebagai berikut: *Manajemen operasional yang dilakukan Bakkah Tour & Travel sebelum pelaksanaan pameran adalah kualitas dari produk, desain jasa penjelasan produk, desain proses penjualan, pemilihan lokasi, desain tata letak dan layout, perancangan kerja dan sdm, manajemen rantai*

*suplai tidak dilakukan di Bakkah karena kita bukan pemproduksi barang, persediaan juga tidak, penjadwalan setahun empat kali, dan perawatan dilakukan Bakkah dengan menghubungi calon jamaah yang bertanya-tanya pada saat pameran dan menghubungi jamaah ketika ada produk baru.*

Jadi, ada beberapa strategi yang tidak digunakan dalam pelaksanaan manajemen operasional pameran di Bakkah *Tour & Travel* sebagaimana teori di atas. Hal ini dikarenakan Bakkah *Tour & Travel* bukanlah perusahaan yang memproduksi barang dari bahan mentah menjadi bahan jadi yang siap dipasarkan, tetapi perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa.

Dalam pelaksanaan manajemen operasional Bakkah *Tour & Travel* melakukan empat proses inti yang ada dalam manajemen operasional, yaitu:

1. Proses hubungan dengan pelanggan atau yang disebut pengelolaan hubungan dengan pelanggan. Proses yang dilakukan Bakkah *Tour & Travel* dalam menjalin hubungan dengan jamaah adalah dengan melakukan pengakraban pada jamaah. Sehingga, jamaah merasa nyaman, karena perasaan nyaman merupakan hal yang utama dalam sebuah hubungan.
2. Proses pengembangan produk atau jasa baru. Dalam proses pengembangan produk, Bakkah *Tour & Travel* tidak melakukan proses tersebut, namaun, Bakkah *Tour & Travel* terkadang





Dari proses inti manajemen operasional tersebut dapat disimpulkan, bahwa proses inti manajemen operasional yang diterapkan di Bakkah *Tour & Travel* sesuai dengan proses inti manajemen operasional menurut Krajewski.

Dalam pelaksanaan manajemen operasional dalam kegiatan pameran Bakkah *Tour & Travel* melakukan kerjasama dengan *event organizer*. *Event organizer* yang bekerjasama dengan Bakkah *tour & travel* adalah CV. Ridho Ilahi. CV. Ridho Ilahi menyelenggarakan acara pameran dengan menentukan penanggungjawab, panitia pelaksana, dan *marketing*. Proses manajemen operasional yang dilakukan Bakkah *Tour & Travel* adalah CV. Ridho Ilahi menawarkan jasa sewa *space* pameran. Setelah itu CV. Ridho Ilahi memberikan proposal dan menawarkan harga pada Bakkah *Tour & Travel*. Setelah itu CV. Ridho Ilahi dan Bakkah *Tour & Travel* melakukan diskusi dan kesepakatan kerja. Setelah Bakkah *Tour & Travel* melakukan kesepakatan, Bakkah *Tour & Travel* memilih tempat yang akan digunakan sebagai *stand* pameran.

Menurut Indro Kimpling Suseso, *event organizer* adalah sekelompok orang yang terdiri dari tim pelaksana, tim pekerja, dan tim manajemen yang melaksanakan tugas operasional suatu program acara





penyelenggara pameran agar memberi kesan positif terhadap perusahaan Bakkah.

2. Pelaksanaan manajemen operasional acara pameran umroh pada Bakkah *Tour & Travel* menggunakan strategi dengan memperhatikan kualitas dari produk, desain jasa penjelasan produk, desain proses penjualan, pemilihan lokasi, desain tata letak dan layout, perancangan kerja dan sdm, penjadwalan setahun empat kali, dan perawatan untuk menjaga hubungan dengan para jamaah.

Bakkah *Tour & Travel* melakukan manajemen operasional dengan melaksanakan *pertama*, pemilihan dilakukan dengan memperhatikan lokasi pameran, penyelenggaraan pameran, waktu pameran, harga stand pameran, produk yang dijual, dan target yang dicapai dari pameran itu. *Kedua*, perancangan dilakukan oleh pelaksana pameran yang ditunjuk dan melaporkan kepada manajemen pemasaran. *Ketiga*, pembaharuan dilakukan Bakkah setiap pameran. *Keempat*, pengoperasian diserahkan kepada manajemen pemasaran untuk membentuk panitia kecil atau panitia pelaksana. *Kelima*, pengawasan dilakukan langsung oleh manajer pemasaran dan dilaporkan kepada direktur operasional.

Bakkah *Tour & Travel* juga melakukan proses inti manajemen operasional dengan melaksanakan proses hubungan dengan pelanggan, proses pengembangan produk atau jasa baru, proses pemenuhan pesanan, dan proses hubungan dengan pemasok.









