MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN CALON JAMAAH UMRAH PT. GRAND DARUSSALAM CABANG KOTA BUKITTINGGI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Manajemen Haji Dan Umrah

Disusun Oleh :

Fitriani : 3621043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

TAHUN AJARAN 2025/1445H

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Calon Jamaah Umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi**" yang di tulis oleh **Fitriani Nim 3621043**, Program Studi Manajement Haji dan Umrah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini dimana pelayanan terhadap jamaah haji dan umrah sering kali tidak sesuai dengan dengan ketentuan sehingga mempengaruhi pelayanan umrah yang merupakan bentuk implementasi manajemen yang dilakukan oleh travel dalam melaksanakan haji dan umrah serta melancarkan pelaksanaan haji dan umrah di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana manajemen pelayanan dalam meningkatkan calon jamaah umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi dan juga untuk mengetahui bagaimana bentuk pelayanan yang diberikan sehingga mendapatkan kepuasan bagi jamaah dan masyarakat luas dalam menarik jamaah.

Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi yang sumber data di peroleh dari pimpinan, karyawan, dan jamaah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi. Adapun teknik analisis data yang digunakan penulis yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang telah di lakukan dapat disimpulkan bahwa manajemen pelayanan jamaah umrah yang dilakukan oleh travel PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi telah menerapkan dimensi ataupu indikator manajemen pelayanan yang sudah meliputi layanan yang terdiri dari tingkah laku yang sopan, cara penyampaian dan waktunya serta pemberian rasa aman dan nyaman. Di lihat dari jasa yang di tawarkan telah *mengedepankan reliability, assurance, tangible, emphaty* dan *responsives.*

Kata kunci : Manajemen Pelayanan, Jamaah Umrah

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji dan Syukur penulis ucapkan atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dalam bentuk skrispi yang berjudul "Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Calon Jamaah Umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi" dengan tepat waktu. Selanjutnya shalawat besertakan salam penulis sampaikan ke Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan bagi umat manusia hingga saat ini.

Skripsi ini di susun dalam rangka penyelesaian studi pada jurusan Manajemen Haji dan Umrah untuk mencapai gelar sarjana (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Terimakasih sebesar-besarnya, khususnya penulis sampaikan kepada keluarga atas dukungannya terutama untuk Ayahanda tercinta bapak **Zahidan** dan Ibu **Nelly Arni** karena telah membesarkan, mendidik, dan mendoakan yang terbaik untuk penulis. Hal ini juga penulis sampaikan kepada **Annisya, S.Farm** (kakak), **Warnida** dan **Anni Afnida** (adik) yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama ini.

Selanjutnya dengan selesainya skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan yang penulis hadapi. Namun, atas bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu **Prof. Dr. Silfia Hanani, M.Si** selaku Rektor UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Bapak **Dr. Aidil Alfin, M.Ag** sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
3. Ibu **Habibatur Ridhah, B.Sc. MM** sebagai ketua Prodi Manajemen Haji Dan Umrah yang telah memberikan banyak ilmu dan motivasi selama perkuliahan.
4. Ibu **Khadijah Nurani, SE, M.Si** selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan arahan, bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu **Wikasanti Dwi Rahayu, M.Si** selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.
6. Bapak dan ibu dosen serta seluruh karyawan UIN Bukittinggi yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan dan fasilitas dalam mempermudah penulis menyelesaikan studi di perguruan tinggi ini.
7. Kepada Bapak **Khairul Amri SE**, selaku kepala cabang PT. Grand Darussalam Cabang Bukittinggi, Kak **Roza Khairufi, SE** selaku admin PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi yang telah bersedia memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memberi informasi yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan juga kepada jamaah yang telah bersedia menjadi informan atau narasumber dalam penelitian ini.
8. Kepada **Resigustin** sebagai teman kelas, teman satu tempat magang dan penelitian, sekaligus teman seperjuangan yang telah banyak membantu, memberi arahan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada **Hafni Juniyanti Hsb** dan **Tika Oktaviani** selaku teman satu bimbingan yang selalu membersamai selama bimbingan dan membantu.
10. Kepada **Fida Fauziah, Ayu Lestari** dan **Fadillah Fauziah** yang selalu memberikan support selama perkuliahan dan banyak membantu
11. Kepada **Uswatun Hasanah** sebagai teman yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Dan juga kepada teman-teman penulis, teman seperjuangan, teman-teman MHU-B, dan seluruh Mahasiswa Angkatan 2021 yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih banyak terdapat kekurangan yang masih perlu dilakukan perbaikan. Oleh karena itu, dengan rasa Ikhlas dan kerendahan hati penulis menerima kritikan dan saran membangun dari semua pihak. Penulis juga berharap semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, terutama bagi penulis sendiri. Maka, hanya kepada Allah SWT lah berserah diri dan meminta pertolongan seraya taufik dan hidayah-nya untuk kita semua. Aamiin

Bukittinggi, Januari 2025

Penulis

Fitriani
Nim. 3621043

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **vii**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 8
C. Batasan Masalah 8
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian 9
F. Penjelasan Judul 9
KAJIAN TEORI **11**
A. Umrah 11
1. Pengertian umrah 11
2. Syarat-syarat umrah 12
3. Rukun umrah 13
B. Jamaah umrah 14
1. Calon jamaah umrah 14
2. Jamaah umrah 15
C. Peningkatan 16
D. Manajemen Pelayanan 17
1. Manajemen 17
2. Pelayanan 21
3. Manajemen pelayanan 24
4. Indikator manajemen pelayanan 28
E. Kepuasan Pelanggan Dan Teori Perilaku Konsumen 32
1. Pengertian kepuasan pelanggan 32
2. Teori kepuasan pelanggan 33
3. Pengukuran kepuasan pelanggan 34
4. Faktor-faktor yang menentukan kepuasan pelanggan 36
F. Penelitian Terdahulu 37
METODE PENELITIAN **40**
A. Jenis Penelitian 40
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian 40
C. Jenis Dan Sumber Data 41
D. Informan Penelitian 42
E. Teknik Pengumpulan Data 43
F. Teknik Analisis Data 45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **47**
A. Profil Perusahaan 47
B. Hasil Penelitian 56
C. Hasil Pembahasan 66
BAB V KESIMPULAN **71**
A. Kesimpulan 71

B. saran.....72

DAFTAR PUSTAKA.....76
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Jamaah Umrah Grand Darussalam 5
Tabel 1.2 Jumlah Pegawai Cabang Grand Darussalam 5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 38
Tabel 4.1 Waktu Pelayanan Grand Darussalam.....56

TABEL GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Grand Darussalam.....50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kementrian agama Republik Indonesia bertanggung jawab atas penyelenggaraan haji dan umrah di Indonesia. Kementrian Agama Republik Indonesia bertanggung jawab untuk menyediakan garansi keamanan dan kenyamanan bagi para jamaah haji dan umrah untuk mengunjungi tanah suci. Haji dan umrah adalah kegiatan keagamaan, yang dimana mengandung arti untuk berterima kasih, berkorban dan melaksanakan perintah Allah. Ibadah haji dan umrah sangat bermanfaat karena mendidik untuk menahan nafsu, energi yang cukup besar, tulus dalam menyisihkan harta, dermawan dan lainnya.[1]

Salah satu rukun islam yaitu haji merupakan hal yang harus kita lakukan jika mampu, menunjukka ketaatan umat muslim kepada tuhannya yaitu Allah Swt. Dengan wujud kemanusiaan sesama manusia. Hikmah umrah dan haji adalah memnuhi panggilan Allah Swt dengan mengunjungi tanah suci. Salah satu tempat terbaik untuk beribadah bagi umat muslim adalah Mekkah sebagai menghilangkan dosa, menjauhkan bahkan menghilangkan kekafiran meningkatkan keyakinan, dan menumbuhkan rasa solidaritas dan tolong menolong satu sama lain, dan membantu saat potensi masalah muncul saat berhaji, belum lagi kurangnya pengetahuan mengenai fiqih tentang haji dan umrah di pusat masyarakat menjadi persoalan baru. [2]

---

[1] Suci Wulandari, dkk, *Ibadah Haji dan Umrah Dikaji Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia*, Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam Volume 3, Nomor 2, Desember 2023.

[2] Nur Annisa Fitrah, *Haji Dan Umrah Dalam Kajian Fiqh*, (Bengkulu : 2022)

Ibadah haji merupakan rukun kelima dari rukun Islam. Ia diwajibkan Allah SWT, kepada orang-orang yang mampu. Dalam Al-Qur'an dinyatakan bahwa ibadah haji wajib atas setiap muslim yang mampu, yakni memiliki bekal sehat jasmani dan rohani, karena kewajiban ini, sebagaimana dijelaskan dalam surat Ali-Imran (3): 97 berikut :

فِيْهِ اٰيٰتٌۢ بَيِّنٰتٌ مَّقَامُ اِبْرٰهِيْمَ ۚ۬ وَمَنْ دَخَلَهٗ كَانَ اٰمِنًا ۗ وَلِلّٰهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ اِلَيْهِ سَبِيْلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَاِنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعٰلَمِيْنَ

"Disana terdapat tanda tanda yang jelas, (diantaranya) maqam Ibrahim. Barang siapa memasukinya (baitullah) amanlah dia. Dan (diantara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke baiullah, yaitu bagi orang orang yang mampu, mengadakan perjalanan kesana. Barang siapa mengingkari kewajiban haji maka ketahuilah bahwa allah mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam (Q.S Ali Imran: 97).

Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umrah (UU Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah) menjadi lansadan hukum bagi penyelenggara ibadah haji dan umrah secara aman, nyaman dan tertib sesuai dengan ketentuan syariat islam serta untuk meningkatkan kualitas penyelenggaraan haji dan umrah dalam menyesuaikan dinamika dan kebutuhan hukum masyarakat dengan memuat tiga aspek yang harus ditekankan dan dilaksanakan secara berkelanjutan oleh pemerintah terutama Kementrian Agama sebagai sektor utama dalam pelaksanaan ibadah haji. [3]

[3] Firman Muhammad Arif, *Rancang Bangun Regulasi Penyelenggaraan Umrah Berbasis Maslahat,* Jurnal Al Daulah, hlm 169

Namun, harus diakui fakta di lapangan menunjukkan bahwa tidak jarang pelayanan jemaah sering kali tidak sesuai ketentuan yang berlaku dan pada akhirnya jemaah justru merasa dirugikan. Permasalahan-permasalahan yang terjadi pada penyelenggaraan ibadah tersebut tentunya sangat mempengaruhi kepuasan jamaah terhadap persepsi nilai, harapan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan umroh.

Diantaranya masih terdapat banyak jemaah yang gagal berangkat, jemaah yang tertunda keberangkatannya, jemaah yang tertunda kepulangannya, jamaah yang sakit baik di negara transit maupun di Arab Saudi, jemaah yang tersesat, jemaah yang melarikan diri, visa umrah yang dikeluarkan untuk yang tidak berizin. Adapun harga yang tidak masuk akal dan terlalu murah sehingga pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, ada penipuan dan sebagainya.

Untuk mencapai tujuan pelayanan, manajemen pelayanan adalah proses kombinasi teknik dan seni untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengoordinasikan serta menyelesaikan aktivitas pelayanan. Karena itu, yang termasuk dalam konteks ini, manajemen pelayanan adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerak, dan pengawasan organisasi untuk memberikan pelayanan kepada jamaah haji dengan cara yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Di sisi lain, manajemen pelayanan ibadah haji dapat dianggap sebagai semua tindakan untuk meningkatkan kinerja dengan memenuhi kebutuhan bawah jama’ah haji

dengan hak dasar mereka atas barang, jasa, dan layanan administrasi yang yang diberikan oleh lembaga bimbingan haji Indonesia.[4]

Banyaknya bermunculan biro perjalanan haji dan umrah menyebabkan persaingan semakin ketat. Dalam konteks persaingan pada sebuah perusahaan, Travel Grand Darussalam Cabang Bukittinggi harus bersaing dan berhadapan dengan beberapa pesaing utama yang juga memiliki pangsa pasar yang cukup besar seperti Travel Bonita, Sinai, Tridaya, Arabia, Cordoba dan yang lainnya menyebabkan perusahaan harus memiliki strategi tersendiri terutama di bidang pelayanan yang di tingkatkan. Berdasarkan data dari tiga travel yang ada di bukittinggi di antaranya travel sinai pada tahun 2024 telah memberangkatkan jamaah sekitar 135 jamaah hingga bulan September, kemudian travel Arabia Cabang Bukittinggi sebanyak 84 orang hingga bulan September dan pada travel Tridaya sebanyak 96 orang sampai bulan September.

PT Grand Darussalam adalah sebuah perusahaan travel umroh dan haji yang beroperasi di Indonesia dengan kantor Pusat berada di Kota Medan, dengan salah satu cabangnya berada di Bukittinggi, Sumatera Barat. Bukittinggi, sebagai kota terbesar kedua di Sumatera Barat setelah Padang, memiliki populasi mayoritas muslim yang kuat dalam memegang nilai-nilai agama. Hal ini menjadikan kota ini sebagai pasar potensial untuk layanan perjalanan ibadah seperti umroh. Berikut ini adalah data jumlah jamaah umrah PT Grand Darussalam Tour dan Travel cabang Bukittinggi dari tahun 2020 sampai 2024.

---

[4]Nisya Nainita Simbolon, Imsar, *Manajemen Pelayanan Haji dan Umroh di Kantor Kementerian Agama Sumatera Utara*, Jurnal Pendidikan Tambusai, hlm 8934.

Table 1.1
Jumlah jamaah umrah PT Grand Darussalam cabang Bukittingi
2020- 2024

No	Tahun	Total Jamaah	Persentase
1	2020	5	3,8%
2	2021	0	0,0%
3	2022	29	21,8%
4	2023	44	33,1%
5	2024	55	41,4%
6	Total	133	100,0%

Sumber : PT. Grand Darussalam Cabang Bukittinggi (2024)

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa PT Grand Darussalam cabang Bukittinggi memberangkatkan jamaah umroh setiap tahunnya. Namun pada tahun 2020-2021 terdapat kekosongan akibat pandemi Covid 19 sehingga total jumlah yang berangkat mengalami fluktuasi setiap tahunnya meskipun ada peningkatan setelah tahun 2022. Terutama di wilayah kota Bukittinggi dan sekitarnya masih terhitung sedikit jumlah jamaah yang mendaftar ke PT grand Darussalam cabang Bukittinggi. Banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang PT grand Darussalam cabang Bukittinggi dan dari segi pemasaran yang kurang memperomosikan sistem pelayanannya. Jumlah karyawan yang kurang juga menyebabkan kegiatan pelayanan yang dipromosikan kurang memadai.

Table 1.2
Jumlah pegawai cabang Grand Darussalam Bukittinggi

No	Nama Staff	Divisi
1	Khairul Amri, SE	Pimpinan
2	H. Fitrawati	Manajer Keuangan
3	Roza Khairufi, SE	Operasional
4	T. Fansuri Ahmad Muhaqiqqin	Pembimbing

Sumber : PT. Grand Darussalam Cabang Bukittinggi (2024)

Bentuk layanan yang dilakukan oleh biro perjalanan umrah dan haji kepada jemaahnya misalnya, pelayanan pendaftaran dan pelunasan, pembinaan manasik umrah, tim handling bandara (menuntun jemaah saat keberangkatan dan pemulangan di bandara) dan porter, serta pelayanan yang diberikan oleh Mutawwif dan Tour Leader selama melaksanakan ibadah di Makkah dan Madinah, selain itu bentuk pelayanan lainnya juga seperti akomodasi, transportasi dan konsumsi yang diberikan pihak travel. Pelayanan yang mengutamakan sikap dan tingkah laku yang dapat memberikan kenyamanan konsumen dalam melayani jemaah sehingga memiliki komunikasi yang baik untuk mempengaruhi konsumen dan selalu melayani keluhan konsumen yang membutuhkan informasi mengenai jasa umrah.[5]

Biro perjalanan haji dan umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi merupakan salah satu biro perjalanan haji khusus dan umrah yang berusaha memberikan pelayanan terbaik melalui implementasi manajemen yang dilakukan pada perusahaan dalam melaksanakan haji dan umrah serta mampu melancarkan pelaksanaan haji dan umrah di Indonesia.

Namun terdapat beberapa fenomena yang penulis temukan berdasarkan observasi di PT. Grand Darussalam yaitu kurangnya jumlah karyawan seperti tidak adanya satpam yang menjadi salah satu aspek penting pelayanan dalam menyambut tamu atau calon jamaah yang terkadang membuat nilai dari sebuah pelayanan berkurang. Kemudian ketika melayani tamu yang dimana hanya

[5] Siti Wuryan, Muhamad Bisri Mustofa, Dkk, *Analisis Manajemen Pelayanan Pada Calon Jama'ah Haji Dan Umroh (Pt. Daanish Mika Salsa Tours And Travel*), Jurnal Multazam Vol.1 No.2 Desember 2021

terdapat satu karyawan membuat terkadang respons seperti menyediakan menyediakan minum lupa tersajikan apalagi bagi calon jamaah yang menempuh jarak jauh untuk sampai ke travel pasti mengalami kelelahan. Jemaah yang memiliki latar belakang yang berbeda mulai dari pendidikan, status sosial dan juga pekerjaan menjadi aspek yang harus diperhatikan sehingga dalam memberikan pelayanan yang sesuai terkadang sulit untuk mengetahui karakter masing-masing jamaah sehingga jamaah sering menanyakan kembali persyaratan administarasi. Fasilitas yang masih kurang seperti peralatan yang di kirim dari kantor pusat untuk perlengkapan kurang misalnya di dalam koper perempuan tidak terdapat mukena dan juga kekurangan kain ihram yang tidak ada dalam koper membuat perlengkapan untuk jamaah kurang dan harus menunggu kantor pusat mengirimkan kembali. Fasilitas seperti meja dan tempat penyimpanan koper juga perlu diperhatikan agar menjadi daya tarik dan menciptakan kenyamanan bagi calon jamaah.

Dalam meningkatkan calon jamaah umrah pelayanan administrasi menjadi hal yang paling utama dalam merekrut jamaah karena penyampaian persyaratan yang kurang di pahami menimbulkan kebingungan bagi calon jamaah yang menanyakan kembali tentang biaya dan persyaratan lainnya dan juga bagaimana pengurusan rekomendasi dari travel untuk pembuatan jamaah terutama jamaah yang berada di luar Bukittinggi.

Berdasarkan pernyataan dari informasi di atas hal ini menarik perhatian peneliti untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang cara yang digunakan PT. Grand Darussalam dalam meningkatkan minat calon jemaah umrah baik

yang ada di kota bukittinggi maupun luar kota bukittinggi. Di lihat dari pemberangkatannya cukup mengalami kenaikan setelah covid tahun 2022, maka peneliti mengambil judul penelitian **"MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON JAMAAH UMRAH PT. GRAND DARUSSALAM CABANG KOTA BUKITTINGGI"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut :

a. Kurangnya jumlah karyawan dalam memberikan pelayanan di Travel Grand Darussalam
b. Persaingan yang ketat dalam travel umrah di Bukittinggi
c. Fasilitas yang kurang memadai
d. Kurangnya respon dan kepekaan karyawan terhadap calon jamaah

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah penelitian dengan mengkaji pada Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Umrah PT. Grand Darussalam

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di kemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Calon Jamaah Umrah di PT. Grand Darussalam Bukittinggi?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

   Untuk mengetahui bagaimana Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Calon Jamah umrah pada PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi.

2. Diharapkan dari hasil penelitian dapat di peroleh manfaat, antara lain sebagai berikut:

   a. Akademisi, menambah khanazah ilmu pengetahuan khususnya bagi mahasiswa prodi Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas lain dan Akademisi pada umumnya.

   b. Praktisi, dapat dijadikan pedoman bagi pihak-pihak terkait terutama pihak PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada travelnya.

F. Penjelasan Judul

Manajemen : adalah proses mengatur dan mengelola sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen dapat diterapkan dalam berbagai bidang kehidupan, seperti dalam mengelola organisasi atau perusahaan.

Pelayanan : Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, atau harapan orang

lain. Pelayanan dapat dilakukan oleh seseorang, sekelompok orang, atau organisasi

Meningkatkan Minat : proses atau upaya yang dilakukan untuk membuat seseorang atau kelompok lebih tertarik atau berminat pada suatu hal, produk, layanan, ide, atau aktivitas. Dalam konteks pemasaran, meningkatkan minat berarti membuat calon konsumen atau audiens lebih tertarik pada produk atau layanan yang ditawarkan.

Jamaah Umrah : sekelompok orang yang melakukan perjalanan ibadah umrah ke Tanah Suci (Mekah dan Madinah) secara bersama-sama. Umrah adalah salah satu bentuk ibadah dalam agama Islam yang mirip dengan haji, tetapi pelaksanaannya bisa dilakukan kapan saja sepanjang tahun dan ritualnya lebih sederhana dibandingkan dengan ibadah haji.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Umrah

1. Pengertian Umrah

Umroh, menurut syara', berarti menziarai ka'bah, bertawaf di sekitarnya, bersa'i di antara bukit shafa dan marwah, dan mencukur atau mencukur rambut sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan, dan dapat dilakukan setiap waktu. sesuai dengan bahasa. Ada dua jenis ibadah umrah: ibadah umrah yang dilakukan secara berkala dan ibadah umrah yang dilakukan bersama ibadah haji. Oleh karena itu, jika ibadah umrah dilakukan bersama ibadah haji, maka harus dilakukan di bulan haji juga.[6]

Hal ini sesuai dengan yang telah dijelaskan dalam firman Allah, Qur'an surah al-Baqarah ayat 196

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ

"*Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah" (QS Al Baqarah 196)*

Umrah lebih singkat dari pada haji dan lebih sedikit pula amalannya. Ibadah umrah juga dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu, umrah yang dilakukan sewaktu-waktu dan umrah yang dilakukan bersamaan dengan ibadah haji, sehingga dilakukan pada bulan haji. Umrah tidak bisa diwakilkan meskipun haji mengandung amalan-amalan umrah.[7]

[6] Suci Wulandari, dkk, *Ibadah Haji dan Umrah Dikaji Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia*, Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam, hlm 174

[7] Noor Hamid, *Manajemen Haji Dan Umrah*, (Yogyakarta : Semesta Aksara) , hlm 46

2. Syarat syarat Umrah

Syarat umrah pada saat melakukan ibadah umrah kita perlu memperhatikan beberapa syarat sebelum kita melaksanakan ibadah tersebut. Syarat wajib umrah seharusnya dipahami dengan baik terlebih dahulu sebelum calon jamaah memutuskan untuk melakukan perjalanan ibadah umrah. Pada dasarnya syarat haji dan umrah itu sama apabila salah satu syarat umrah belum terpenuhi maka calon jamaah belum diperbolehkan untuk melaksanakan ibadah umrah ke Tanah Suci Mekkah. Berikut ini merupakan syarat-syarat umrah yang harus terlebih dahulu dipenuhi oleh calon jamaah

1) Beragama Islam.

   Syarat wajib umrah yang pertama ialah harus beragama Islam, sementara bagi orang kafir atau murtad tidak diwajibkan untuk mengerjakan umrah.

2) Baligh

   Orang yang baligh berarti orang yang sudah mencapai usia dewasa. Sementara bagi anak-anak yang belum memasuki usia dewasa atau belum baligh, tetapi sudah melaksanakan ibadah umrah maka, ibadah yang dilakukannya tetap diangap sah. Bagi anak-anak atau bahkan bayi sekalipun boleh menjalankan umrah asalkan kedua orang tuanya mampu untuk memberangkatkan anak tersebut. Namun kendati hal ini bukan berarti anak-anak masuk kedalam syarat wajib umrah.

3) Berakal sehat

Orang yang memiliki gangguan terhadap kejiwaannya tidak diwajibkan untuk mengerjakan ibadah umrah. Hal ini juga telah segelintir dijelaskan pada bab haji.

4) Meredeka

Maksud dari merdeka berarti bukan budak belian atau hamba sahaya yang terkait oleh tugas kewajiban yang dibebankan oleh tuannya.

5) Mampu

Syarat yang kelima ialah mampu dan yang dimaksudkan dengan mmapu disini adalah mampu dalam segi fisik serta dari segi finansial.

3. Rukun Umrah

1) Ihram

Yaitu merupakan niat memulai ibadah umrah, yang ditandai dengan bagi jamaah memakai pakaian ihram

2) Thawaf

Kegiatan ini merupakan sebuah hal yang dilakukan dengan mengelilingi ka’bah sebanyak 7 kali yang dimulai dari Hajar Aswad dan berakhir di Hajar Aswad yang dilakukan berlawanan arah jarum jam.

3) Sa’i

Merupakan kegiatan berjalan atau berlari-lari kecil dari Bukit Shafa ke Marwah yang dilakukan sebanyak 7 lintasan dimulai dari shafa dan berakhir di Marwah

4) Tahallul

Mencukur atau menggunting rambut sebanyak minimal 3 helai rambut untuk perempuan dan laki laki boleh botak sebagai tanda selesainya umrah

5) Tertib

Yaitu melaksanakan kegiatan atau rukun umrah secara berurutan

B. Jamaah Umrah

1. Calon jamaah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, calon adalah orang yang akan menjadi atau orang yang dididik dan siap untuk menduduki jabatan atau profesi tertentu, atau orang yang diusulkan atau di cadangkan untuk dipilih atau diangkat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, jamaah didefinisikan sebagai kelompok atau rombongan orang yang beribadah. [8]

Calon jamaah haji atau umrah merupakan mereka yang ingin pergi haji atau umrah adalah klien dari institusi Kementrian Agama, terutama yang bekerja dalam bidang haji dan umrah. Dalam bisnis kontemporer, konsumen adalah stakeholder yang sah. Konsumen adalah setiap individu yang menggunakan barang atau jasa yang tersedia di masyarakat untuk kepentingan mereka sendiri, keluarga, orang lain, atau makhluk hidup lain dan tidak untuk dijual.[9]

---

[8] Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

[9] Anughrah Rachmadi, *studi tentang rekrutmen calon jamaah haji dalam keberangkatan ke Saudi arabia di kantor kementrian agama kota samarinda*, jurnal ilmu pemerintahan, hlm 2376

2. Jamaah umrah

Jamaah umrah dalam konteks ini, dianggap sebagai orang-orang yang dipilih oleh Allah untuk mengunjungi rumah-Nya yang suci. Jamaah umrah terdiri dari sekelompok orang yang melaksanakan ibadah umrah secara kolektif dengan memenuhi syarat tertentu. Faktor spiritual dan sosial memengaruhi keinginan untuk berangkat umrah, sementara biro perjalanan perlu menerapkan strategi pemasaran dan layanan yang kuat untuk menarik calon jamaah. [10]

Jamaah umrah adalah mereka sekelompok warga negara islam yang telah mendaftar menurut aturan yang dengan sengaja menunaikan ibadah umrah, termasuk ihram, tawaf, sa'i, tahallul guna mencari pahala dan keselamatan dari Allah SWT. [11]

Jemaah umrah di Indonesia berasal dari berbagai latar belakang sosial, pendidikan, budaya, dan suku. Mereka juga berbeda dalam pengetahuan mereka tentang haji umrah. Ini berarti bahwa tata cara pelaksanaan ibadah haji umrah, buku tata cara ibadah haji umrah, dan informasi teknis terkait dengan penggunaan toilet di pesawat, hotel, dan lain lain. Jemaah haji juga harus dikenalkan dengan budaya dan kultur Arab atau negara lain, karena mereka akan berinteraksi dengan berbagai budaya dan kultur.

---

[10] Diana Safitri, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Kasus PT Saudi Patria Wisata Metro*), Jurnal Manajemen Haji Dan Haji Vol 1 No 2 Desember 2021, Hlm 6

[11] S. Sulaiman, *Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Pelayanan KBH Di Kabupaten Jepara.* Analisa*:Journal Of Social Science And Religion*, 2005 Cet 21, Hlm 51

Sebagian besar calon jemaah haji dan umrah di Indonesia berusia di atas lima puluh tahun. Sebagian kelompok orang tua dengan usia lanjut memiliki perilaku dan sifat yang berbeda dari kelompok usia muda. Karena daya tahan tubuh mereka telah berkurang dan mereka lebih rentan terhadap perubahan cuaca dibandingkan dengan kelompok muda.[12]

C. Peningkatan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), peningkatan berarti tindakan atau proses untuk menaikkan atau membuat sesuatu menjadi lebih baik dalam hal derajat, kualitas, atau kuantitas. Pengertian ini mencakup usaha untuk mengangkat sesuatu dari posisi yang lebih rendah menuju ke posisi yang lebih tinggi, baik secara fisik maupun konseptual. Menurut para ahli yang disebutkan, peningkatan dipandang sebagai sebuah proses yang bertujuan untuk memperbaiki atau memajukan sesuatu, seperti kemampuan, kualitas, atau status. [13]

Moeliono menekankan bahwa peningkatan adalah upaya untuk mengembalikan atau meningkatkan kemampuan. Secara umum, peningkatan berhubungan dengan memperbaiki kondisi atau kualitas menuju sesuatu yang lebih baik. Dalam konteks ini, peningkatan dapat melibatkan perbaikan secara kuantitas (jumlah) dan kualitas (mutu), serta perubahan dari yang negatif ke yang positif.

---

[12] M Abrori Mulya, Hidayat HT, Anang Walian, *Strategi Pendamping Umroh Dalam Menghadapi Perilaku Jama'ah Di PT. Brahmana Muda Sentosa*, *Journal Social Science and Contemporary*, h;m 509-510

[13] Yandry Pagappong, *Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janan Ilir Samarinda Seberang*, Jurnal Ilmu Pemerintahan, Hlm 3

Peningkatan adalah usaha untuk membuat sesuatu menjadi lebih baik dari pada sebelumnya. Suatu usaha untuk tercapainya suatu peningkatan biasanya diperlukan perencanaan dan eksekusi yang baik. Perencanaan dan eksekusi ini harus saling berhubungan dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditentukan.

Minatnya adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan menanggapi orang yang menarik, aktivitas atau situasi, serta perasaan yang menyenangkan. Minat adalah fakta bahwa pelanggan sangat tertarik untuk mengetahui tentang inovasi produk dan jasa. Minatnya adalah dorongan untuk memfokuskan perhatian seseorang pada hal-hal tertentu, seperti pekerjaan, pelajaran, objek, dan orang.[14]

D. Manajemen Pelayanan

1. Manajemen

Dalam Bahasa Inggris manajemen berasal dari kata mengelola yang berarti melakukan. Pengelolaan ini dilakukan melalui proses dan dikelola sesuai dengan urutan dan fungsi manajemen itu sendiri. Manajemen merupakan sebuah proses yang khas yang terdiri dari tindakan, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran melalui pemanfaatan manusia dan sumber sumber lainnya. Strategi dilihat sebagai rencana ke depannya dan antisipatif

[14] Khaira Lasmi Anesta, Jon Kenedi, *Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Calon Jama'ah Haji Dan Umroh Pada Pt. Tour And Travel Auliya Perkasa Abadi Di Pasaman Barat*, Jurnal Manajemen Haji dan Umrah, hlm 29

dalam pendekatan tradisional. Dalam pendekatan baru strategi di lihat sebagai suatu pola dan refletif.[15]

Manajemen di definisikan sebagai bagian dari rencana, koordinasi, pengorganisasian, dan pengawasan sumber daya yang di perlukan untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Dalam hal ini efektif adalah mencapai tujuan dengan tepat rencana dan efektivitas dan melakukan tugas dengan benar dan sistematis.[16]

Di dalam melakukan sebuah pelaksanaan manajemen maka akan berkaitan langsung dengan yang namanya unsur-unsur manajemen yang dikenal dengan sebutan 6 M, unsur manajemen yaitu:

a. *Man* (manusia)

   Faktor manusia paling penting dalam manajemen. Dalam pelaksanaan haji dan umrah Man di sini yaitu sumber daya berupa pembimbing haji dan umrah atau mutthawwib.

b. *Money* (uang)

   Salah satu elemen yang tidak dapat diabaikan adalah uang yang merupakan alat tukar dan sarana untuk menghitung nilai. Ini akan berkaitan dengan berapa banyak dana yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan material, membayar karyawan dan bahan perlengkapan serta yang berhubungan untuk kelancaran kegiatan haji dan umrah.

---

[15] Ahmad, *Manajemen Strategi* (Makassar : Nas Media Pustaka, 2020)

[16] Burhanudin Gesi, dkk, *Manajemen Dan Eksekutif, Jurnal* Manajemen Volume 3 No 2 Oktober 2019, hlm 53

c. *Machin*e (mesin)

Mesin sangat penting dalam kegiatan bisnis. Penggunaan mesin akan menghasilkan kemudahan atau peningkatan keuntungan, serta peningkatan efisiensi kinerja.

d. *Material* (bahan)

Material yang terdiri dari bahan setengah jadi dan bahan jadi. Untuk mencapai hasil yang baik, tidak hanya orang yang ahli dalam bidangnya yang harus menggunakan bahan bahan ini.

e. *Market* (pasar)

Pasar memiliki peran strategis yang sangat penting dalam dunia bisnis. Konsumen sebagai titik utama dalam aktivitas bisnis karena di sinilah bisnis dapat memperoleh keuntungan. Perusahaan yang mampu memahani dan memenuhi keinginan pasar akan dapat bertahan dan mampu bersaing dalam lingkungan persaingan yang sehat (*kompetitif*).

f. *Methods* (metode)

Metode atau sistem kerja diperlukan dalam melakukan pekerjaan. Pekerjaan akan lebih mudah dengan sistem yang baik. Metode ini berfungsi sebagai pemandu sikap dan tingkah laku, serta prosedur kerja sehingga diharapkannya pelaksanaannya sesuai dengan prosedur dan peraturan yang berlaku diperusahaan.

Dalam sebuah perusahaan terdapat empat fungsi yang akan dilakukan manajer dalam sebuah manajemen perusahaannya yaitu

1) Perencanaan, yaitu prosedur yang dimaksudkan untuk menetukan dan

mencapai tujuan dan sasaran tindakan yang direncanakan untuk mencapai tujuan tersebut menggunakan penentuan tujuan dan cara mencapai tujuan. Perencanaan yang baik memungkinkan kita untuk memilih tindakan yang paling ekonomis.[17]

2) Pengorganisasian, yaitu proses pengalokasian tugas, sumber daya, serta pengorganisasian dan pengaturan kegiatan untuk setiap individu dan kelompok yang berencana berpartisipasi untuk mengimplementasikan rencana. Di sebuah pengorganisasian hal yang harus diterapkan yaitu
    a. Mengalokasikan sumber daya dan sarana
    b. Adanya garis yang terdapat dalam struktur organisasi yang meliputi kewenangan dan kewajiban
    c. Kegiatan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia
    d. Kegiatan penempatan sumber daya manusia yang tepat pada posisi yang paling tepat.
3) Pengarahan, merupakan proses mengarahkan dan membimbing karyawan untuk melakukan kegiatan sesuai rencana untuk mencapai tujuan utama. Untuk melaksanakan kegiatan *actuanting* (pengarahan), tindakan yang diperlukan meliputi hal-hal berikut yaitu :
    a. Kepemimpinan *(leadership*), merupakan prinsip dasar dari kepemimpinan yang menggerakkan orang-orang untuk bekerja sama untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh semua dan dianggap penting untuk *self exsperssion* mereka.

[17] Chandra Wijaya, Muhammad Rifa'i, *Dasar Dasar Manajemen*, (Perdana Publishing, Agustus 2016)

b. Pemimpin, yaitu orang yang mendapatkan hasil dari bawahannya dan dalam proses tersebut diwujudkan melalui tindakan mereka melampaui apa yang mereka berikan.

c. Komunikasi, adalah untuk dapat melakukan *actuating*, khususnya fungsi *leadership,* seorang manager harus dapat berkomunikasi dengan baik kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses manajemen, baik komunikasi tersebut secara lisan maupun secara tertulis.

d. Konseling (saran), merupakan seorang pemimpin memerlukan saran dan nasehat dari orang yang dapat diandalkan saat menjalankan tanggung jawab kepemimpinannya.[18]

4) Pengendalian, yang didalamnya terdapat pengevaluasian dan pengawasan, yang merupakan kesesuaian antara tindakan yang diambil oleh suatu organisasi dan hasil yang dicapai dengan rencana yang telah ditetapkan bersama dengan organisasi tersebut.

2. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan yang baik biasanya menghasilkan kepuasan pelanggan yang tinggi dan frekuensi pembelian ulang yang lebih tinggi. Ada dua istilah yang perlu diketahui tentang pelayanan yaitu melayani dan pelayanan. Pengertian melayani adalah

[18] Tundung Subali Patma,dkk, *Pengantar Manajemen*, (Polinema Press, Juli 2019), hlm 37

membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang, sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.[19]

Pelayanan ibadah haji dan umrah dapat didefinisikan sebagai segala kegiatan untuk meningkatkan kinerja dalam pemenuhan kebutuhan dasar calon jamaah haji dan umrah sesuai dengan hak-hak dasarnya atau suatu barang, jasa, dan pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara ibadah haji dan umrah. [20]

Pelayanan konsumen *(Custumor Service)* adalah setiap tindakan yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang baik akan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Namun, menurut Kotler pelayanan mencakup setiap tindakan atau aktivitas yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan.[21]

Kualitas pelayanan adalah instrumen dan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang diberikan. Konsumen biasanya menilai kualitas produk atau jasa dari segi kualitas dan pelayanannya. Jika kualitas pelayanan memuaskan konsumen, mereka akan merasa keinginan yang mereka harapkan tercapai

---

[19] Indra Kanedi, dkk, *Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu,* Jurnal Pseudocode, Volume IV Nomor 1, hlm 38

[20] Zulkifli, dkk, *Analisis Pelayanan Ibadah Umroh Pada Perusahaan Jasa Penyelenggara Umroh Di Kota Pekanbaru*, Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, hlm 63

[21] Hafida Firdaus, dkk, *Efektifitas Sistem Pelayanan Haji dan Umroh Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah di PT. Safara Layanan Utama Probolinggo*, Jurnal Ekonomi Syariah, hlm 64.

dan merasa puas dengan produk atau jasa tersebut. Perusahaan mempunyai strategi yang mencakup akan kualitas pelayanan itu sendiri. Menurut Tjiptono strategi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan mencakup empat yaitu Atribut Pelayanan, Pendekatan untuk menyempurnakan, kualitas jasa, dan sistem umpan balik.[22]

Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat dengan kata lain, produk sesuai dengan standar (target, sasaran atau persyaratan yang di defenisikan, diobservasi dan diukur). Namun defenisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Oleh sebab itu pemahaman mengenai kualitas kemudian diperluas menjadi *finess for use* dan *conformance to requirements*, yaitu kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Istilah nilai sering digunakan untuk mengacu pada kualitas relative suatu produk dikaitkan dengan harga produk.[23]

Standar pelayanan minimal merupakan suatu istilah dalam pelayanan publik dimana standar pelayanan minimal menyangkut mengenai kualitas dan kuantitas pelayanan publik yang telah disediakan oleh pemerintah sebagai indikator kepuasaan masyarakat. Secara lebih detail standar pelayanan minimal ibadah haji dan umrah adalah sebagai berikut: 1) Administrasi. 2)

[22] Arif Wibowo, Mei, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 11, hlm 72.

[23] Bambang Suryantoro, Yan Kusdyana, *Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya*, Jurnal Baruna Horizon Vol. 3, No. 2, Desember 2020.

Bimbingan manasik haji dan umrah. 3) Transportasi. 4) Akomodasi. 5) Konsumsi. 6) Pelayanan Kesehatan.[24]

Meningkatkan kualitas pelayanan publik terdapat banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Upaya tersebut akan memiliki pengaruh yang cukup luas terutama pada budaya organisasi secara keseluruhan. Berikut merupakan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa publik yaitu :

a. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan atau jasa
b. Mengelola harapan pelanggan
c. Mengelola bukti *(evidence)* kualitas pelayanan tentang pelayanan atau jasa
d. Mendidik pelanggan atau konsumen tentang pelayanan atau jasa
e. Mengembangkan budaya kualitas
f. Menciptakan *Automating Quality*
g. Menindaklanjuti pelayanan atau jasa
h. Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan atau jasa

3. Manajemen Pelayanan

Manajemen pelayanan dapat diartikan sebagai suatu proses penerapan ilmu untuk menyusun rencana, mengimplementasikan rencana, mengoordinasikan rencana dan menyelesaikan aktifitas aktifitas pelayanan demi tercapainya tujuan-tujuan pelayanan. Manajemen pelayanan adalah manajemen proses yaitu sisi yang mengatur dan mengendalikan proses

[24] Sobirin, Uti Supriyatna, Afrig, *Standar Pelayanan Haji dan Umroh di PT Budi Luhur Abadi (Bilad Tour) Kantor Cabang Kota Bogor*, Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i. Volume 9

layanan agar mekanisme kegiatan pelayanan dapat berjalan tertib, lancar, tepat mengenai sasaran dan memuaskan bagi pihak konsumen.

Jadi yang diartikan dengan manajemen pelayanan dalam kegiatan praktek haji dan umrah disini merupakan sesuatu proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan serta pengawasan sesuatu organisasi buat membagikan pelayanan kepada jamaah haji secara efisien serta efektif guna menggapai tujuan yang sudah di tetapkan. [25]

Dalam kegiatan manejemen pelayanan jamaah umrah yang digunakan dalam meningkatkan jamaah ada beberapa aspek yang harus di perhatikan pembinaannya dalam pelayanan jasa yaitu

a. Pelayanan Administrasi merupakan kegiatan yang dimulai dari proses pendaftaran, pembayaran dan keimigrasian. Persyaratan pendaftaran jamaah biasanya meliputi KK, KTP, Akte kelahiran, pas foto tampak wajah, akte atau ijazah atau buku nikah dan lainnya.
b. Bimbingan manasik haji dan umrah, yang dimana kegiatan ini meliputi pembekalan ilmu manasik yang diberikan untuk kegiatan ibadah selama di tanah suci sebelum keberangkatan sampai kepulangan.
c. Transportasi, merupakan saranan kendaraan yang digunakan baik udara maupun darat mulai dari tanah air sampai ke tanah air.
d. Akomodasi, merupakan salah satu unsur penting yang harus diberikan oleh penyelenggaran dalam bentuk penginapan dan di dalam kegiatan umrah merupakan penginapan seperti hotel.

[25] Nisya Nainita Simbolon, Imsar, *Manajemen Pelayanan Haji dan Umroh di Kantor Kementerian Agama Sumatera Utara,* Volume 5 Nomor 3 Tahun 2021, hlm 8934

e. Konsumsi yaitu amunisi berupa makan yang disediakan oleh pihak travel berupa pelayanan catering makan baik itu di hotel atau pun tempat lainnya.
f. Kesehatan adalah pemeriksaan pemeliharaan kesehatan calon jamaah umrah agar tetap sehat mulai dari keberangkatan sampai kepulangannya di tanah air.[26]

Sebaliknya manajemen pelayanan ibadah haji bisa dimaksud selaku seluruh aktivitas dalam rangka kenaikan kinerja dalam pemenuhan kebutuhan bawah jamaah haji sesuai hak-hak dasarnya atas suatu barang, jasa dan pelayanan administrasi yag disediakan oleh lembaga bimbingan haji Indonesia. Manajemen pelayanan ibadah haji adalah tanggung jawab pemerintah yaitu Kementerian Agama baik pusat maupun daerah.

Untuk dapat menyelenggarakan manajemen pelayanan yang baik, ada prinsip-prinsip manajemen pelayanan yang dapat dijadikan sebagai acuan

a. Identifikasi kebutuhan jamaah yang sesungguhnya
b. Sediakan pelayanan yang terpadu *(one-stop-shop*)
c. Buat sistem dan mendukung pelayanan jamaah
d. Karyawan bertanggung jawab atau kualitas pelayanan
e. Melayani keluhan jamaah sebaik mungkin
f. Terus berinovasi
g. Karyawan sama pentingnya dengan jamaah

[26] Zulkifli, Muhammad Arif, dkk, *Analisis Pelayanan Ibadah Umrah Pada Perusahaan Jasa Penyelenggaraan Umrah di Kota Pekanbarau*, Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Volume 5, Juni 2022, hlm 65

h. Menjalin interaksi dan komunikasi khusus dengan jamaah

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas layanan relatif lebih sulit ditiru dibandingkan kualitas produk dan harga. Salah satu konsep kualitas layanan yang popular adalah *ServQual*. Berdasar konsep ini, kualitas layanan diyakini memiliki lima dimensi, yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible*. Dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas ini yang selalu menjadi acuan untuk mengukur kepuasan pelanggan[27]

a. *Reliability* (Keandalan)

Reliabilitas yaitu dimensi yang mengukur keandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya, dibandingkan empat dimensi kualitas layanan yang lain, dimensi ini dipersepsi paling penting dalam berbagai industri jasa. Dimensi ini memiliki dua aspek, yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan seberapa jauh perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat.

b. *Responsives* (daya tanggap)

Responsiveness adalah harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan tidak akan cenderung meningkat dari waktu ke waktu. Perlu

[27] Fera Kurniasari, Eviatiwi Kusumaningtyas Sugiyanto, *Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang*), *Business Management Analysis Journal*, hlm 115

diingat bahwa, harga pada suatu waktu bisa dipersepsi berbeda antara satu pelanggan dan pelanggan yang lain.

c. *Assurance* (jaminan)

Dimensi ke tiga kualitas layanan adalah assurance yaitu dimensi yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku staf *front-line* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan pada pelanggan. Berdasarkan banyak riset, dimensi ini adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.

d. *Empaty* (empati)

Empathy yaitu pelanggan dari kelompok menengah atas mempunyai harapan yang tinggi agar perusahaan penyedia jasa mengenal mereka secara pribadi. Perusahaan harus tahu nama mereka, kebutuhan mereka secara spesifik dan bila perlu mengetahui hobi dan karakter pribadi mereka lainnya.

e. *Tangible* (berwujud)

Meliputi bukti nyata dari pelayanan yang diberikan, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi. Menimbang bahwa suatu layanan tidak bisa dilihat, dicium, dan diraba, maka aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran pelayanan. Selain gedung dan peralatan, pelanggan akan menilai tampilan fisik karyawan, dimensi ini umumnya lebih penting bagi pelanggan baru.[28]

[28] Fahrurrozi Rahman, *Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, hlm 44

4. Indikator Manajemen Pelayanan

Mengenai kepuasan sebagai sarana utama manajemen pelayanan terutama di bidang haji dan umrah, maka terdiri dari dua komponen besar yaitu layanan dan jasa[29]

a. Layanan

1) Tingkah laku yang sopan

Merupakan sebuah tindakan atau perbuatan seseorang untuk menghormati dan menghargai orang lain yang ada disekitarnya. Dengan sikap sopan santun orang merasa di hormati dan dihargai sebagai layaknya sebuah hubungan antara manusia dan maka dari itu sebuah kepuasan merupakan sesuatu yang berharga bagi orang yang bersangkutan. Dengan demikian kepuasan menjadi modal utama dan permulaan yang baik dalam hubungan kepentingan selanjutnya.

2) Cara penyampaiannya

Dalam menyampaikan atau mengucapkan sesuatu maka seseorang hendaknya memperhatikan pada prinsip yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mudah dipahami oleh pendengar. Hal ini diperlukan untuk menghindari penyampaian yang menyimpang dengan cara membuat pelanggan puas dan senang adalah dengan memberikan waktu tunggu yang tidak panjang sehingga pelanggan tidak jenuh dalam memahami informasi yang disampaikan.

[29] Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) hlm 197

3) Waktu penyampaian

Dalam sebuah pelayanan jasa, waktu merupakan hal yang penting dalam rangkaian pelayanan. Untuk melakukan komunikasi dengan pelanggan, pastikan kita telah mendapatkan waktu yang terbaik dan tidak mengganggu kenyamanannya antara satu dengan lainnya. Serta memberikan sambutan hangat, senyuman dan nada bicara yang lembut bertujuan untuk mendapatkan respon yang positif dari pelanggan.

4) Keramahtamahan

Sikap dan karakter yang positif dan mampu menghadapi pelanggan dengan baik tanpa memancarkan keresahan yang ada dalam hatinya. Mengingat keramahtamahan ini hanya ada dalam layanan lisan, baik bertatap muka langsung dengan costumer maupun melalui hubungan telepon. Hanya perlu diketahui bahwa perwujudan kerahmatahan dapat ditandai melalui cara penyampaian yang tidak dibuat-buat, disampaikan dengan jelas, terbuka dan dengan hati yang tulus dan terbuka serta gaya Bahasa yang sopan dan benar.

b. Produk

Produk yang digunakan atau yang dimaksud dalam sebuah pelayanan yaitu

1) Barang

Dalam sebuah pelayana jasa maka barang dapat diperoleh melalui layanan yang diberikan pihak lain, misalnya dalam transaksi jual beli antara seseorang dengan pihak penjual atau perantara (dapat langsung

dengan produsen). Para penjual pada umumnya menjual semua barang barangnya melalui operasi promosi dan layanan yang disertai dengan berbagai macam harapan yang menarik, bonus tambahan, potongan harga atau berbagai macam hadiah lainnya.

Semua kegiatan ini dilakukan dengan sasaran peningkatan permintaan permintaan dan kepuasan penerima barang. Kepuasan penerima barang akan menjadi suatu bentuk promosi tersendiri karena orang yang merasa puas itu dapat mempengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang sama.

2) Jasa

Produk jasa yang dimaksud adalah suatu hasil yang tidak harus dalam bentuk fisik tak berdimensi, tetapi dapat dinikmati oleh panca indera atau perasaan (gerak, suara, keindahan, kenyamanan, rupa). Di sisi lain ada bentuk fisiknya yang dituju (kesempurnaan fisik, penampilan, warna dimensi). Kegiatan tersebut tidak selamanya menyatu namun tidak dapat dipisahkan yang artinya dalam produk jasa itu berupa kenimkatan yang berasal dari sesuatu fisik itu belum tentu dapat dimiliki bahkan mungkin memang tidak dimaksudkan untuk dimiliki.

Kegiatan atau usaha yang menghasilkan produk berupa jasa banyak sekali jenis ragamnya, hal ini dapat ditemukan dalam contoh

a) Jasa transportasi, baik itu darat, lau dan udara.
b) Jasa perdagangan dalam maupun luar negeri.

c) Jasa pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan jasa perjalanan (tour & travel)

d) Jasa pariwisata

e) Jasa perbankan dan Lembaga keuangan bukan bank

f) Jasa perencanaan

g) Jasa konsultasi

h) Jasa perhotelan dan penginapan

i) Jasa hiburan dan permainan

j) Jasa Pendidikan dan pelatihan

k) Jasa perbengkelan

l) Jasa perawatan Kesehatan

3) Surat surat berharga

Merupakan sebuah dokumen yang memiliki nilai uang yang diakui dan dilindungi oleh hukum untuk kepentingan transaksi perdagangan, pembayaran, penagihan, atau sejenis lainnya. Sesuai dengan sistem administrasi persyaratan yang berlaku umum di Indonesia, surat surat resmi dari organisasi pemerintahan maupun swasta adalah sah apabila memenuhi persyaratan.

E. Kepuasan Pelanggan dan Teori Perilaku Konsumen

1. Pengertian kepuasan Pelanggan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kepuasan dapat di definisikan sebagai perasaan tenang dan kelegaan seseorang karena memproduksi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan. Kotler dan Keller

mengungkapkan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil usaha suatu produk atau harapan kepuasan pelanggan. [30]

2. Konsep Kepuasan Pelanggan

Konsumen merupakan suatu titik dimana kebutuhan keinginan dan sharapan dari pelanggan dapat dipenuhi yang akan menghasilkan kembali pembelian ulang atau kesetiaan. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari tenaga produk atau jasa yang biasanya diartikan sebagai kualitas dari produk ataupun jasa tersebut. Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa ketidakpuasan konsumen berhubungan dengan beberapa hal yaitu

a. Tidak sesuai dengan harapan dan kenyataan yang dialami
b. Pelayanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan konsumen
c. Perilaku atau tindakan pegawai yang memberikan pelayanan yang tidak menyenangkan
d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan yang tidak menunjang
e. Biaya yang terlalu tinggi karena jarak yang terlalu jauh banyak waktu yang terbuang.
f. Promo atau iklan yang berlebihan yang tidak sesuai dengan kenyataan

[30] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. (Jakarta; Indeks : 2007)

3. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan menurut Kotler dikutip dari Buku Total *Quality* Management mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan diantaranya:[31]

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berpusat (*costumer Centered)* pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas bagi para pelanggannya untuk bisa menyampaikan pendapat kritik dan saran mereka hal ini berkaitan dengan upaya organisasi untuk benar-benar berorientasi pada pelanggan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. Ghos Shopping

Metode *Ghos shopping* berupaya untuk mendapatkan gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut selanjutnya. Selain itu *Ghost Shopper juga* dapat mengamati cara penangan setiap keluhan.

[31] Fandy Tjiptono, *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi, (Yogyakarta: Andy, 2003) hlm 103

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan harus berbicara dengan pelanggan yang telah meninggalkan pembelian atau pindah pemasok untuk mengetahui mengapa hal itu terjadi dan membuat kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Tidak hanya *exit interview* yang diperlukan, tetapi juga penting untuk memantau tingkat kehilangan pelanggan; peningkatan tingkat kehilangan pelanggan menunjukkan bahwa bisnis tidak memenuhi kebutuhan pelanggan.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Banyak penelitian tentang kepuasan pelanggan melibatkan survai, baik melalui telepon, pos, maupun wawancara. Survei memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari pelanggan dan memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.[32]

Salah satu metode untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:[33]

1. Mengukur kepuasan pelanggan secara langsung dengan skala yang menunjukkan sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, dan sangat tidak puas.
2. Responden ditanya tentang seberapa besar ukurannya untuk mengharapkan seberapa besarnya perasaan yang mereka alami.

---

[32] Endro Prihastono, *Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web*, Jurnal Dinamika Teknik, Hlm 19

[33] Budhi Adhiani C. *Pengukuran Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Bidang Akademik Politeknik Negeri Semarang*, Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis, Hlm 3-4

3. Peserta diperintahkan untuk menuliskan masalah yang mereka menghadapi masalah yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan perbaikan yang mereka lakukan rekomendasi untuk perusahaan.
4. Peserta diminta untuk menghasilkan peringkat kualitas dan pilihan organisasi berdasarkan tingkat pentingnya masing-masing fitur dan seberapa baik prestasi bisnis.

4. Faktor faktor yang menetukan kepuasan jemaah

Faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut:[34]

1) Harga

Untuk konsumen sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi.

2) Kualitas pelayanan konsumen akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang mereka harapkan kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi yaitu berupa bukti fisik keandalan daya tangkap jaminan dan empati ataupun perhatian.

3) Faktor emosional

konsumen yang merasa bangga dan yakin bahwa orang lain kagum terhadapnya apabila menggunakan produk tertentu cenderung

[34] Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 127.

memiliki kepuasan lebih tinggi kepuasan bukan karena kualitas produk tapi rasa bangga percaya diri yang menjadikan konsumen puas terhadap merek tertentu.

4) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa konsumen akan merasa puas apabila relatif mudah nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa layanan hal ini dikarenakan konsumen tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk ataupun jasa.
5) Nilai dalam ilmu ekonomi terdapat dua pemaknaan nilai guna suatu barang yaitu nilai guna total yaitu jumlah keseluruhan kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi suatu barang tertentu dan nilai guna marginal yaitu pertambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari pertambahan atau pengurangan suatu unit barang atau jasa tertentu

F. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini, maka penulis mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu. Pelaksanaan penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitianyang berkaitan dengan penelitian ini.

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian terdahulu (Nama, Tahun, Judul)	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
1	Reza Novitasari, 2020, Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Haji Dan Umrah Pada Pt. Pandi Kencana Murni Bandar Lampung	Persamaan dari dua penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama sama membahas tentang bagaimana sebuah pelayanan yang baik dapat meningkatkan minat calon jamaah umrah	Perbedaan kedua penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bagaimana tantangan dan hambatan dapat mempengaruhi jumlah jamaah yang mendaftar	Hasil penelitian ini ditemukan bahwa manajemen pelayanan yang baik pada sebuah perusahaan travel haji dan umrah merupakan unsur penting dalam mengembangkan sebuah usaha yang memastikan travel tersebut sudah menjalankan prosedur sesuai dengan peraturan yang ada
2	Aniq Furhadul Asad, 2023, Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Umrah	Persamaan dari dua penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama sama membahas tentang peningkatan kualitas pelayanan umrah dalam mencari jamaah	Perbedaan dari kedua penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari segi pelayanan dan struktur organisasi yang melakukan pelayanan	Hasil penelitian ini ditemukan terdapat pelayanan yang baik dalam penyelenggaraan haji dan umrah menjadikan respon yang baik dalam menyelesaikan tantangan dan peluang dari travel
3	Ramido, 2023, Analisis manajemen pelayanan jamaah umrah dalam meningkatka	Persamaan dari dua penelitian ini dengan penelitian terdahulu sama-sama membahas tentang pelayanan	Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu tidak adanya pembahasan mengenai strategi pelayanan	Hasil penelitian ini ditemukan bahwa karyawan dengan pelayanan yang sudah berpengalaman akan menghasilkan kepuasan yang baik bagi konsumen

	n kepuasan jamaah pada AET Travel Internasional PT. Penjuru wisata negeri kota Padang	jamaah umrah demi meningkatkan kepuasan dan jumlah jamaah	yang digunakan masing-masing travel	tersebut sehingga jamaah dapat merasa puas akan pelayanan yang akan diberikan
4	Khoir Rozzaku, Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Haji dan Umrah Pada PT Ameera Mekkah Kota Medan	Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama sama memiliki pembahasan dalam meningkatkan pelayanan jamaah umrah pada travel melalui pelayanannya	perbedaan pada kedua penelitian ini yaitu tentang meningkatkan pelayanan jamaah dengan cara menerapkan fungsi fungsi manajemen yang baik	Hasil penelitian ini yaitu bagaimana menghasilkan bagaimana dalam meningkatkan pelayanan yang baik dan maksimal maka di perlukan sebuah layanan yang kooperatif dari karyawan
5	Sri Wahyuni, 2022, Analisis Implementasi Fungsi Manajemen Pelayanan Kesehatan Haji Di Dinas Kesehatan Kota Bukittinggi Tahun 2022	Persamaan dari dua penelitian di atas yaitu sama sama membahas tentang bagaimana sebuah pelayanan pada pelaksanaan haji dan umrah	Perbedaan dari kedua penelitian tersebut yaitu tidak adanya penelitian yang membahas tentang pelayanan Kesehatan haji melainkan peningkatan pelayanan umrah.	Hasil penelitian ini membahas tentang bagaimana pengimplementasian fungsi manajemen pada pelayanan Kesehatan haji pada dinas Kesehatan kota bukittinggi.
6	Zahdi 2021, manajemen haji dan umrah (Analisis Pencapaian kepuasan layanan haji	Kedua penelitian ini sama-sama meneliti tentang menganalisis dan mendeskripsika	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian pertama adalah penelitian	Berdasarkan temua dan analisis hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa aspek lingkungan dilakukan melalui beberapa strategi yang baik dan

	dan umrah di kota Bandar Lampung)	n faktor faktor yang menentukan kepuasan jamaah umrah	mixed method	memenuhi karakter pelayanan tersendiri sebagai ciri khas keunggulan masing-masing dalam menjaga kepuasan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang dipakai oleh penulis adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang temuan-temuannya diperoleh tidak melalui prosedur statistik atau bentuk hubungan lainnya baik berupa ungkapan atau tulisan yang diperoleh langsung dari lapangan atau PT. Grand Darussalam.[35]

Disamping itu, penulis dalam penelitian ini harus terjun kelapangan tempat penelitian yaitu PT. Grand Darussalam guna memperoleh data yang dibutuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Manajemen Pelayanan Jamaah Umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi dalam meningkatkan jamaah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut dilakukan. Adapun lokasi penelitian ini mengambil Lokasi di PT. Grand Darussalam Cabang Bukittinggi yang berlokasi di Jl. Dr. Hamka No. 11 Simpang Tarok Bukittinggi. Waktu penelitian dimulai dari 13 Juni 2024 sampai dengan selesai.

[35] J Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009), hlm 280-282

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data terdiri dari data utama dalam bentuk kata-kata atau ucapan atau perilaku orang-orang yang diamati dan diwawancarai, sedangkan karakteristik dari data pendukung berada dalam bentuk non manusia yaitu data tambahan dalam penelitian ini dapat berbentuk surat-surat, daftar hadir, data statistic ataupun gejala bentuk dokumentasi yang berhubungan fokus penelitian. [36]

1. Sumber Data Primer

   Data primer yaitu data langsung dari responden sebagai objek yang diteliti. Dalam hal ini, data primer bersumber atau didapatkan dari observasi, wawancara, maupun dokumentasi kepada PT. Grand Darussalam. Dalam hal ini, data primer bersumber dari kepala seksi pelayanan umrah dan petugas pelayanan umrah lainnya serta jamaah PT. Grand Darussalam. Dalam hal ini data yang dihimpun adalah tentang manajemen pelayanan umrah di PT. Grand Darussalam Bukittinggi.

2. Sumber Data Sekunder

   Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dapat berbentuk data-data tambahan yang diambil dari buku, hasil pemikiran para ahli, arsip, dokumen, skripsi, jurnal dan sumber lain yang memiliki relavensi yang

[36] Sujarweni Wiratna (2019). *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press

amat berguna dan berkaitan dengan manajemen pelayanan dalam meningkatkan calon jamaah umrah PT. Grand Darussalam Bukittinggi.

D. Informan Penelitian

Teknik pemilihan informan pada penelitian ini adalah *purposive sampling. Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti.

Pemilihan informan dilakukan sengaja berdasarkan kriteria-kriteria yang terdapat pada tujuan penelitian. Berikut kriteria yang menjadi pertimbangan peneliti dalam menentukan informan yaitu :

1. Informan yang terkait dengan penelitian yang diteliti seperti pimpinan dan manajer terkait dalam kegiatan yang diteliti.
2. Informan yang mampu memberikan data ataupun informasi yang dibutuhkan peneliti. Seperti menjadi bagian dari kepala pelayanan dan tim pelayanan di PT. Grand Darussalam.
3. Bersedia menjadi informan dan memiliki waktu yang cukup untuk di wawacara.
4. Memiliki wawancara yang cukup

   Berdasarkan pertimbangan dari kriteria tersebut, maka dalam hal ini informan utama penelitian yaitu pimpinan dan informan pendukung yaitu pembimbing ibadah, staff, dan konsumen. Berdasarkan pertimbangan di atas maka yang layak dijadikan informan yaitu

a. Pimpinan : H. Khairul Amri, SE
b. Operasional : Roza Khairufi
c. Mengambil sampel jumlah jamaah umrah yang pernah berangkat sebanyak 5 orang
d. Total informan penelitian: 7 orang

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan *interview* atau disebut sebagai metode wawancara. Metode wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan cara ini bahwa setiap pengguna metode ini selalu muncul beberapa hal pewawancara, responden, materi wawancara dan pedoman wawancara.

Pada penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara kelompok kelompok. Bentuk wawancara ini dapat diimplementasikan dalam format wawancara terstruktur, wawancara tidak terstruktur, atau gabungan keduanya. Dimaksudkan agar peneliti bisa mengajukan beberapa pertanyaan secara mendalam yang berhubungan dengan fokus permasalahan. Sehingga data-data yang di butuhkan dalam penelitian bisa terkumpul secara maksimal sedangkan subjek peneliti dengan teknik *purposive sampling* yakni pengambilan sampel bertujuan sehingga memenuhi kepentingan peneliti. Jenis peneliti ini, yaitu dengan

wawancara mendalam dengan beberapa orang terkait manajemen pelayanan umrah PT. Grand Darussalam Kota Bukittinggi.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Dalam arti bahwa data tersebut dihimpun melalui pengamatan peneliti melalui penggunaan pancaindra. Dalam melakukan observasi, peneliti melakukan pola pengamatan secara lengkap. Maksudnya yaitu pengamat *(observer)* menjadi anggota yang amati secara penuh. Dengan demikian, *observer* tidak lagi terpisah, tetap menyatu dan menjadi anggota dari yang diamati. Observasi dalam penelitian ini, terjun langsung untuk mencatat langsung untuk informasi yang dilihat dalam penelitian di lapangan untuk memperoleh data tentang manajemen pelayanan umrah di PT. Grand Darussalam Kota Bukittinggi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber informasi yang bukan manusia. Dokumentasi adalah mencari data hal-hal atau variasi yang berupa catatan, transkip, buku surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Secara harfiah dokumentasi diartikan sebagai catatan yang kejadian sudah lampau. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental. Metode dokumentasi dilakukan untuk mengetaui kondisi umum, terutama menyangkut keseluruhan fokus penelitian atau yang berhubungan dengan analisis strategi pelayanan. Dalam penelitian ini

melakukan pengambilan photo, visi, misi, rekaman dan dokumen pribadi yang berkenaan dengan apa yang diteliti untuk dijadikan sebagai dokumentasi.

F. Teknik Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah pengelolaan dan analisis data. Yang dimaksud dengan analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematis, penafsiran dan *verifikasi* data agar sebuah fenomena memiliki nilai social, akademis dan ilmiah. Dalam analisis data selama di lapangan peneliti menggunakan model interaktif dari Hubernam dalam Sugiyono dan Miles, model interaktif ini terdiri tiga hal (utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan).

1. Reduksi data

   Merupakan proses pemilihan perhatian untuk memudahkan abstraksi dan transformasi data "*holistic*" yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis di lapangan. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mengatur, mengkategorikan, menghilangkan, dan membersihkan data sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir dan diverifikasi.

2. *Display* (penyajian data)

   Merupakan Kumpulan informasi terorganisir yang menarik kesimpulan dan memberikan kesempatan untuk bertindak. Menurut Miles, penyajian data adalah tata letal baris dan kolom dari matriks data kualitatif untuk menentukan jenis dan bentuk data yang akan dimasukkan

ke dalam kotak matriks. Penyajian data harus memungkinkan penelitian untuk lebih mudah melihat hasil penelitian. Banyaknya data yang diperoleh menyulitkan peneliti untuk memahami keterkaitan antar detail yang ada, sehingga menyulitkan peneliti untuk melihat proses menjelaskan hasil penelitian dan menarik kesimpulan data tunggal.

3. Verifikasi dan Penarik Kesimpulan

Yang dimaksud sebagai penarikan data yang ditampilkan, selanjutnya dilakukan penarikan awal yang bersifat sementara dan akan berubah jika ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

Berdasarkan teori, maka analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah : Langkah pertama, penulis mereduksi data yang telah didapat dari lapangan yang berkaitan langsung dengan tema penelitian yaitu : Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi. Langkah kedua, penulis menyajikan yang dirangkum berdasarkan fakta dilapangan, lalu menginterpretasikan dengan teori yang berkenaan dengan tema penelitian. Langkah penelitian, penulis menyajikan data yang diperoleh dalam bentuk naratif. Langkah keempat, penulis membuat hasil kesimpulan dari hasil penelitian yang di dapat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi

1. Sejarah berdirinya Grand Darussalam Cabang Bukittinggi

PT Grand Darussalam merupakan salah satu biro travel yang ada di Indonesia dan sudah memiliki banyak cabang di berbagai daerah. Banyak orang mengatakan bahwa Grand Darussalam merupakan salah satu biro terbaik yang ada di Indonesia. Selain cabang yang dimiliki sudah banyak, Grand Darussalam terpilih menjadi top agent se Indonesia dalam award biro travel pada Saudi Airlines yang menjadi salah satu bukti bahwa Grand Darussalam merupakan biro travel yang tidak diragukan dalam segala aspek.

Awal mula berdirinya PT. grand Darussalam cabang bukittinggi pada tahun 2017. Dan pada tahun 2017 tersebut PT. Grand Darussalam cabang bukittinggi langsung bekerja sama dengan PT. Grand Darussalam yang berkantor pusat di Medan. Sebelum bapak Khairul Amri bekerja sama dengan PT. Grand Darussalam bapak Khairul Amri sudah pernah mencoba bekerja sama dengan travel-travel yang lainnya. Tapi hanya saja pada saat bapak Khairul Amri mencoba bekerjasama dengan PT. Grand Darussalam bapak Khairul Amri merasa lebih nyaman sehingga beliau memutuskan untuk meneruskan kerjasama dengan PT. Grand Darussalam tersebut.

Pada awal mula bapak Khairul Amri mencoba ikut dengan PT. Grand Darussalam yang berada dipusatnya yaitu kota Medan, bapak Khairul Amri

sudah bisa membawa jamaah sekitar 106 orang. Dan hampir setiap bulannya bapak Khairul Amri mengirim jamaah ke kantor pusat untuk keberangkatan jamaah umrah, kecuali pada saat tidak musim umrah seperti hari idul adha sampai orang pulang haji. Pada saat tahun 2017 tersebut terjalinlah kerjasama antara bapak Khairul Amri dengan PT. Grand Darussalam kantor pusat hingga sekarang dan masih terjalin kerjasama yang baik. Dan semua paket-paket umrah yang diinginkan bisa di request kepada kantor pusat PT. Grand Darussalam seperti Hotel, muthawwif dan lain-lain.

Setelah menetapkan hati dan pengurusan surat izin dan legalitas ataupun sertifikasi yang dibutuhkan untuk mendirikan biro travel dan kemudian beliau ditetapkan menjadi pimpinan cabang PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi. Pada PT. Grand Darussalam semuanya sudah disiapkan di kantor pusat dan PT. Grand Darussalam cabang bisa langsung menjualnya.

PT. Grand Darussalam cabang Bukittinggi dulunya hanya sebagai perwakilan saja di PT Grand Darussalam, akan tetapi sekarang sudah menjadi cabang PT. Grand Darussalam yang ada di Bukittinggi. Dan PT. Grand Darussalam tersebut Saat ini sudah memiliki banyak cabang diberbagai tempat seperti di Jakarta, Aceh, Pekanbaru, Agam, dan lain-lain. Dan Owner dari PT. Grand Darussalam pusat tersebut sangat bertanggung jawab dan tidak pernah mengecewakan.

2. Visi dan Misi PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi

Perusahaan memiliki visi dan misi yang berguna untuk memacu perkembangan dan produktivitas sehingga kualitas perusahaan dapat terus meningkat untuk setiap tahunnya. Berikut merupakan Visi dan Misi dari PT. Grand Darussalam adalah:

a. Visi

1) Menjadikan perusahaan go international dan terbesar.
2) Memberikan pelayanan yang terbaik kepada jamaah haji dan umroh sesuai dengan sunnah Rasullullah SAW.
3) Menjadikan Tour and Travel yang terkemuka serta mendapat kepercayaan dari jamaah dan masyarakat.

b. Misi

1) Ikut memberikan andil dan memberikan pelayanan umrah dengan sebaik mungkin dengan pelayanan yang terbaik.
2) Melakukan bimbingan dengan jamaah secara terprogram dan melatih calon-calon pembimbing yang akan mendampingi para calon jamaah umroh.

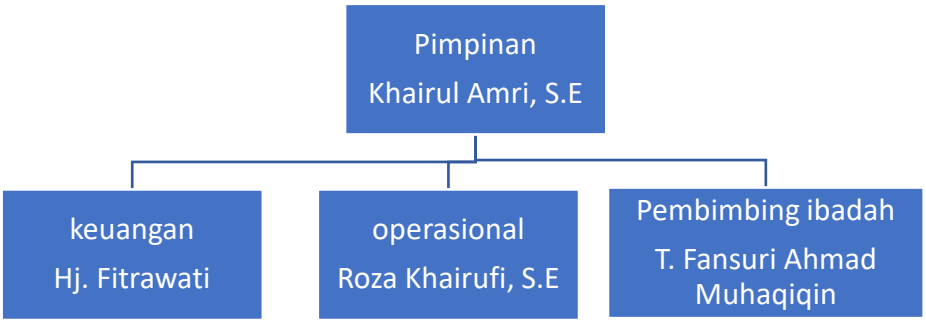
3. Tujuan berdirinya PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi

PT Grand Darussalam memiliki tujuan dalam menyelenggarakan seluruh kegiatan yang terdapat pada PT Grand Darussalam dapat berjalan lancer, dan cara agar suatu kegiatan dapat meningkatkan kualitas yang baik dalam pelaksanaan umrah. Membantu serta meringankan beban calon jamaah sesuai dengan visi dan misi PT Grand Darussalam

4. Struktur organisasi Grand Darussalam Cabang Bukittinggi

Dengan adanya struktur organisasi dapat mempermudah pembagian pekerjaan, pengawasan dalam pekerjaan dan juga dapat membantu tercapainya tujuan perusahaan yaitu melalui kerjasama antar bidang yang ada di dalam organisasi tersebut untuk melaksanakan tanggung jawabnya yang telah ditetapkan. Berikut merupakan struktur organisasi yang ada pada PT. Grand Darussalam Cabang Bukittinggi dan deskripsi tugasnya

Gambar 4.1
Struktur organisasi Grand Darussalam Cabang Bukittinggi



Sumber : struktur organisasi PT Grand Darussalam Bukittinggi (2024)

a. Pimpinan Cabang

1) Memastikan operasional cabang berjalan lancar, mulai dari penerimaan calon jemaah, pendaftaran, hingga pelaksanaan perjalanan umrah.
2) Berkomunikasi dan melaporkan perkembangan cabang kepada manajemen pusat, baik terkait operasional, target penjualan, hingga pelayanan kepada jemaah.

3) Memastikan calon jemaah mendapatkan pelayanan yang sesuai standar, mulai dari proses administrasi hingga layanan selama umrah.
4) Mengelola staf dan karyawan di cabang, termasuk memberikan pelatihan dan memastikan standar layanan dipatuhi.
5) Mengawasi transaksi dan keuangan di cabang, memastikan transparansi serta sesuai dengan kebijakan perusahaan.
6) Mempromosikan paket-paket umrah, menjalin kerjasama dengan agen lokal, dan mengelola strategi pemasaran cabang agar dapat menarik lebih banyak jemaah.

b. Manajer Keuangan

Manajer keuangan di perusahaan travel umrah bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan keuangan secara menyeluruh. Berikut adalah beberapa tugas dan tanggung jawab utama seorang manajer keuangan travel umrah:

1) Perencanaan Keuangan
2) Pengelolaan Arus Kas
3) Mengevaluasi kas masuk dan kas keluar
4) Mengevaluasi dan mengusulkan pembayaran hutang
5) Audit dan Pengawasan Internal

c. Manajer Operasional

Manajer operasional travel umrah bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengawasan seluruh kegiatan operasional harian perusahaan,

termasuk memastikan perjalanan umrah berjalan lancar dan sesuai dengan standar layanan. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab utama seorang manajer operasional travel umrah:

1) Manajer operasional mengatur jadwal keberangkatan, pemesanan tiket pesawat, akomodasi, transportasi lokal, dan kebutuhan lainnya yang berkaitan dengan perjalanan umrah. Ini termasuk memastikan ketersediaan hotel, visa umrah, dan layanan transportasi di Tanah Suci.
2) Manajer operasional bertugas menjalin kerjasama dengan pihak eksternal, seperti maskapai penerbangan, hotel, dan penyedia layanan lainnya di Arab Saudi.
3) Mengawasi dan memastikan bahwa semua jemaah mendapatkan pelayanan yang baik, mulai dari pendaftaran hingga kepulangan.
4) Manajer operasional bertanggung jawab memastikan kualitas layanan selalu terjaga, baik dari segi fasilitas yang disediakan maupun layanan pelanggan.
5) Evaluasi kegiatan dan laporan pertanggung jawaban atas kinerja operasional serta penggunaan sarana prasarana perusahaan kepada Perwakilan Manajement.

d. Pembimbing ibadah

Pembimbing ibadah umrah adalah orang yang bertugas memberikan panduan dan bimbingan kepada jemaah selama pelaksanaan ibadah umrah di Tanah Suci. Peran ini sangat penting untuk memastikan

jemaah memahami dan melaksanakan rangkaian ibadah umrah dengan benar sesuai syariat Islam. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab utama seorang pembimbing ibadah umrah:

1) Memberikan Pemahaman Tentang Rukun Umrah.
2) Menyampaikan Materi Manasik.
3) Pendampingan Selama Perjalanan.
4) Penanganan Masalah Ibadah.
5) Memberikan Nasihat Spiritual.
6) Mendampingi Ibadah Lain di Tanah Suci
7) Pembimbing juga berperan sebagai motivator yang memberikan semangat kepada jemaah, terutama jika ada yang merasa kelelahan atau mengalami kesulitan fisik.

5. Produk dan layanan yang di tawarkan Grand Darussalam Cabang Bukittingggi

a. Jenis paket : 12 hari (regular)

Harga : 31,9 juta

Maskapai : Batik Air (Airbus)

Petugas : Tour Leader dan Muthawwib

Fasilitas yang diberikan:

1) Hotel Makkah : Azka Al Safa/setaraf (Bintang 5)
2) Hotel Madinah : Sanabel/setaraf (Bintang 3)

3) Perlengkapan : tiket pesawat PP, Visa, Hotel, Bus AC, Perlengkapan, Umrah 2x, makan 3x sehari, ziarah Makkah dan Madinah, Air zam-zam, Handling airport, asuransi covid 19 saudi.

b. Jenis paket : 13 hari (regular)

Harga : 32,5 juta

Maskapai : Citilink

Petugas : Tour Leader dan Muthawwib

Fasilitas yang diberikan :

1) Hotel Makkah : Azka al Safa

2) Hotel Madinah : Sanabel

3) Perlengkapan : tiket pesawat PP, Visa, Hotel, Bus AC, Perlengkapan, Umrah 2x, makan 3x sehari, ziarah Makkah dan Madinah, Air zam-zam, Handling airport, asuransi covid 19 saudi

c. Jenis paket Ekonomis : 12 hari

Harga : 26,9 juta

Maskapai : Batik Air (Airbus)

Petugas : Tour Leader dan Muthawwib

Fasilitas yang diberikan :

1) Hotel Makkah : Sawaed Al Khair/setaraf (Bintang 3)

2) Hotel Madinah : Al Marsa/setaraf (Bintang 3)

3) Perlengkapan : tiket pesawat PP, Visa, Hotel, Bus AC, Perlengkapan, Umrah 2x, makan 3x sehari, ziarah Makkah dan Madinah, Air zam-zam, Handling airport, asuransi covid 19 saudi.

d. Paket Awal Ramadhan

Harga : 36,8 juta

Maskapai : Saudi Airlines

Petugas : Tour Leader dan Muthawwib

Fasilitas yang diberikan :

1) Hotel Makkah : Azka al Safa/setaraf (Bintang 5)
2) Hotel Madinah : Sanabel/setaraf (Bintang 3)
3) Perlengkapan : tiket pesawat PP, Visa, Hotel, Bus AC, Perlengkapan, Umrah 2x, makan sahur dan iftar, ziarah Makkah dan Madinah, Air zam-zam, Handling airport, asuransi covid 19 saudi.

e. Paket Umrah Full Ramadhan

Harga : 42 juta

Maskapai : Lion Air

Petugas : Tour Leader dan Muthawwib

Fasilitas yang diberikan :

1) Hotel Makkah : Emaar Elite/setaraf (Bintang 3)
2) Hotel Madinah : Golden Luxury/setaraf (Bintang 3)
3) Perlengkapan : tiket pesawat PP, Visa, Hotel, Bus AC, Perlengkapan, Umrah 2x, makan sahur dan iftar, ziarah Makkah dan Madinah, Air zam-zam, Handling airport, asuransi covid 19 saudi.

f. Paket umrah Full Ramadhan

Harga : 55 juta

Maskapai : Lion Air

Petugas : Tour Leader dan Muthawwib

Fasilitas yang diberikan :

1) Hotel Makkah : Manar Al Huda/setaraf (Bintang 3)
2) Hotel Madinah : Hayah Plaza/setaraf (Bintang 3)
3) Perlengkapan : tiket pesawat PP, Visa, Hotel, Bus AC, Perlengkapan, Umrah 2x, makan sahur dan iftar, ziarah Makkah dan Madinah, Air zam-zam, Handling airport, asuransi covid 19 saudi.

6. Waktu Pelayanan kantor PT. Grand Darussalam cabang Bukittinggi

Tabel 4.1
Waktu pelayanan kantor Grand Darussalam Bukittinggi

No	Hari	Jam
1	Senin	08.00-17.00
2	Selasa	08.00-17.00
3	Rabu	08.00-17.00
4	Kamis	08.00-17.00
5	Jumat	08.00-17.00
6	Sabtu	08.00-17.00
7	Minggu	Tutup

Sumber : PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi (2024)

B. Hasil Penelitian

Gambaran dari hasil penelitian tentang Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi menurut rumusan masalah yaitu tentang Bagaimana Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Calon Jamaah Umrah di PT. Grand Darussalam Bukittinggi.

Dalam hal ini maka peneliti akan mengemukakan hasil penelitian yang sudah dilakukan, berikut pemaparan dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dengan beberapa jamaah umrah PT. Grand Darussalam Bukittinggi

mengenai manajemen pelayanan yang digunakan mulai dari keberangkatan sampai kepulangan

1. Layanan

   Layanan, juga disebut sebagai pemberian layanan, adalah kegiatan di mana penyedia dan penerima jasa berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan atau permintaan penerima dengan menawarkan bantuan, kenyamanan, atau solusi melalui produk atau aktivitas non-fisik tertentu dengan tujuan menciptakan nilai dan kepuasan.

   a. Tingkah laku yang sopan

      Sopan santun merupakan cerminan kepribadian yang mencerminkan pendidikan moral dan empati terhadap orang lain. Perilaku sopan santun mencakup tindakan menghormati dan menghargai orang lain, baik di rumah, tempat kerja, sekolah maupun masyarakat. Tingkah laku yang sopan tercermin dari cara berbicara yang lembut, menghormati orang lain, menjaga etika dalam bertindak, serta menunjukkan sikap hormat dan perhatian terhadap lingkungan sekitar. Dalam perusahaan travel haji dan umrah, tingkah laku yang sopan dan santun sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penerapan SOP membantu memastikan bahwa layanan diberikan secara konsisten dan professional.

      "Dari hasil wawancara penelitian bersama kak Roza Khairufi selaku bagian operasional di PT. Grand Darussalam Cabang Bukittinggi menyatakan bahwa tentunya kami sebagai karyawan memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal terutama dari tingkah laku yang ramah dan sopan dan selalu mengutamakan 5S yaitu salam, sapa, senyum, sopan dan santun serta. Bagi kami sopan santun

yang di iringi cara berpakaian yang baik dan sesuai dengan syariat tentunya menjadi bagian terpenting dan kami selalu melayani dan siap membantu jamaah dari mulai proses pendaftaran hingga kepulangan nya kembali ke tanah air apalagi pelayanan dalam ibadahnya.''[37]

Berdasarkan hasil wawancara dengan kak Roza Khairufi dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pelayanan yang baik yaitu dengan selalu menerapkan SOP pelayanan dan selalu mengutamakan pelayanan melalui 5S dan pastinya membantu jamaah mulai dari proses pendaftaran sampai kepulangan jamaah.

''Pelayanan terhadap jamaah sangat baik apalagi ketika kami berada di tanah suci sangat baik dan kami selalu di pantau kondisinya dan apabila ada yang sakit langsung dikasih pengobatan sehingga kami merasa sangat senang dan aman. dan pernah kejadian waktu saya umrah di tahun 2022 ada jamaah yang meninggal dunia dan di situ saya melihat langsung dimana Pak Khairul yang juga ikut menjadi pembimbing disana sangat cekatan dan membantu dengan cepat proses pemakamannya dan di urus semua administrasinya di Kedubes Indonesia yang berada di Arab Saudi dan saya juga ikut ketika proses pemakaman.''[38]

Berdasarkan hasil di simpulkan bahwasanya dalam melakukan layanan melalui tingkah laku di PT Grand Darussalam Bukittinggi sudah memberikan layanan yang baik dan terbaik dan menunjukkan sikap peduli terhadap jamaahnya.

b. Cara Penyampaian

Penyampaian sesuatu proses komunikasi yang melibatkan pengiriman informasi dari satu pihak ke pihak yang lain. Dalam konteks pekerjaaan dalam sebuah perusahaan cara penyampaian yang efektif

[37] Wawancara dengan kak Roza Khairufi, Bagian Operasional PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi, (Sabtu, 7 Desember 2024: 14.50 wib)

[38] Wawncara dengan Pak Herizon, Jamaah Grand Darussalam Cabang Bukittinggi (Senin, 9 Desember 2024: 14.05 wib)

melibatkan kejelasan, kesopanan, penyesuaian bahasa dengan audiens agar yang disampaikan di pahami dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis uraikan di atas mengenai bagaimana cara penyampaian komunikasinya bagus terhadap hal apapun mengenai proses administrasi dan memberikan kesan yang baik kepada jamaah. Sehingga tidak pernah terjadi miss komunikasi selama ini ketika mulai dari proses pelayanan pendaftaran sampai selesai kembali ke tanah air.

"Pelayanan yang selalu menebar senyum dan menyampaikan secara baik dan jelas ketika proses administrasi membuat kami paham dengan apa yang di sampaikan staff. Pelayanan yang diberikan dan didapatkan oleh jamaah sesuai dengan apa yang dikatakan oleh pihak travel pertama kali ketika proses pendaftaran administrasi dan juga tentunya kami sangat puas akan hal ini sebab walaupun keberangkatan kami yang menggunakan pesawat Airbus dan transit di Kuala Lumpur namun kami hanya transit sebentar kemudian melanjutkan perjalanan ke Jeddah."[39]

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu jamaah yang pernah menjadi jamaah Grand Darussalam yang bahkan sudah 2 kali keberangkatan yaitu BG Rahmat Syarif mengatakan bahwa pelayanan transportasi yang diberikan sangat baik dan juga jadwal keberangkatannya sesuai apalagi untuk transitnya tidak bermalam dan hanya menunggu waktu beberapa jam sembari beristirahat dan makan.

c. Waktu Penyampaian

Waktu penyampaian hal yang penting dalam rangkaian pelayanan. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara kita melakukan komunikasi dengan pelanggan agar dapat tersampaikan secara maksimal dan

[39] Wawancara dengan BG Rahmat Syarif, jamaah Grand Darussalam Cabang Bukittinggi tahun 2023-2024, (Rabu, 11 Desember 2024: 13.50 wib)

terarah dan pastinya tidak mengganggu waktu dan kenyamanan dari pihak manapun.

> *"Dari hasil wawancara dengan pak Khairul Amri mengenai hal ini maka mereka mengatakan bahwa kami sangat terbuka dan transparan mengenai hal ini dan juga kami beroperasi dengan waktu senin-sabtu dengan jam operasional yaitu dari 08.00-17.00 wib dan juga kami menerima pertanyaan dan memberikan informasi melalui media sosial kami dan melalui via chatting atau daring dengan nomor kantor dengan waktu fleksibel."* [40]

Dari hasil penelitian yang telah penulis uraikan di atas maka waktu penyampaian layanan di PT Grand Darussalam bagus dan layanan yang dimiliki baik dengan cara merespon jamaah secara cepat seperti chat dari pelanggan dan memberikan sapaan dengan sopan dan ramah. Waktu pelayanan yang fleksibel dari senin-sabtu dari jam 08.00-17.00 dan juga layanan dari sosial medianya seperti facebook, Instagram,whatsapp, via telephon dan yang lainnya sesuai dengan SOP.

d. Keramahtamahan

Keramahtamahan suatu kunci utama dalam pelayanan travel haji dan umrah. Sikap dan karakter positif yang mampu menghadapi costumer dengan baik tanpa memancarkan keresahan yang ada dalam hatinya. Keramahtamahan adalah sikap atau perilaku yang menunjukkan kehangatan, perhatian, dan rasa hormat terhadap orang lain, sering kali diwujudkan melalui cara berbicara, tindakan yang ramah, dan kesediaan untuk membantu, yang bertujuan menciptakan suasana yang menyenangkan dan nyaman dalam berinteraksi.

---

[40] Wawancara dengan pak Khairul Amri, Pimpinan PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi, (Sabtu, 7 Desember 2024: 15.00 wib)

"Berdasarkan hasil wawancara bersama jamaah yang sudah pernah umrah di Grand Darussalam yaitu buk Elmi zato menyatakan bahwasanya karyawan di sana sangat baik dan ramah serta menunjukkan sikap yang hangat ketika berbicara dan selalu siap membantu apabila ada yang kurang di ketahui selama proses administrasi" [41]

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pihak Grand mampu memberikan kesan yang baik kepada jamaah melalui sikapnya yang hangat dan mampu menyatakan kesiapannya dalam membantu jamaah yang kesulitan dalam proses administrasi membuat jamaah merasa nyaman dan aman dan pastinya berpengalaman dalam kegiatan.

2. Jasa

   a. *Reliabilty* (kehandalan)

      Dimensi kehandalan *(reliability)* bagian kemampuan suatu layanan atau jasa untuk secara konsisten memenuhi janji, harapan, dan standar yang dijanjikan kepada pelanggan dengan memberikan hasil yang akurat, terpercaya, dan tepat waktu tanpa kesalahan.

      "Karyawan Grand Darussalam Cabang Bukittinggi tentunya mengetahui dan memahami secara mendalam mengenai paket umrah yang ditawarkan dan mampu menjelaskan kepada jamaah setiap benefit yang diterima seperti contoh pada pelayanan transportasi dimana setiap paket akan menawarkan jenis pesawat yang berbeda tergantung yang dipilih apakah menggunakan Airbus, Citilink maupun Saudi Airlines yang dimana sudah melakukan blocking tiket pesawat oleh bagian operasional perusahaan. Untuk jamaah yang berada di luar bukittinggi sekitar seperti jamaah yang dari Jakarta maka akan di berikan tiket keberangkatan dari Jakarta dan berkumpul di tempat transit yaitu Kuala lumpur atau langsung terbang Jedddah. Untuk

[41] Wawancara dengan Buk Elmi Zato, jamaah Grand Darussalam Cabang Bukittinggi tahun 2023-2024, (Rabu, 11 Desember 2024: 13.40 wib)

transportasi darat juga sudah melakukan kerjasama dengan pihak bus".[42]

Berdasarkan hasil wawancara dengan kak Roza Khairufi maka dapat kita lihat bahwa pihak travel sangat handal dalam memberikan penyampaian informasi kepada jamaah dan sangat memahami betul apa apa saja paket yang ditawarkan serta pelayanan apa saja yang di dapatkan jamaah sehingga jamaah tidak merasa tertipu dengan apa yang sudah di sampaikan oleh pihak travel.

b. *Assurance* (Jaminan)

Dimensi jaminan (*assurance)* meliputi aspek dalam pelayanan yang mencerminkan kemampuan, pengetahuan, dan kredibilitas penyedia jasa dalam memberikan rasa percaya dan keyakinan kepada pelanggan. Dimensi ini mencakup kompetensi, sopan santun, dan kemampuan karyawan dalam menjelaskan informasi secara jelas serta memastikan keamanan atau kenyamanan pelanggan saat menggunakan layanan. Dengan jaminan yang kuat, pelanggan merasa dihargai dan percaya bahwa mereka menerima layanan berkualitas sesuai dengan ekspektasi.

"Dalam sebuah pelayanan kami selalu berusaha memberikan yang terbaik seperti memberikan konsumsi yang bergizi dan juga kepada jamaah yang memiliki penyakit tertentu di sarankan membawa obat-obatan dan juga peralatan yang lain seperti masker, hand sanitaizer, jaket ketika musim dingin dan lotion agar kulit tidak kering. Bentuk jaminan yang kami berikan kepada jamaah seperti ketika ada jamaah yang meninggal maka akan kami urus semua proses penguburannya hingga ke Dubes Indonesia yang ada di Arab Saudi yang juga akan di cover dengan asuransi kesehatan."[43]

[42] Wawancara dengan kak Roza Khairufi, bagian operasional PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi (sabtu, 7 Desember 2024: 14.40 wib).

[43] Wawancara dengan kak Roza Khairufi, Bagian Operasional PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi, (Sabtu, 7 Desember 2024: 14.43 wib)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan kak Roza Khairufi yang diberikan oleh pihak travel sangat baik dalam mencegah penyakit yang mungkin akan terjadi seperti yang kita tahu di negara Arab sangat panas yang suhunya sampai 50 derajat *celcius* sehingga banyak jamaah yang pulang ataupun ketika berada disana dengan kondisi sakit seperti demam, batuk, pilek dan radang tenggorokan. Maka dengan memberikan langkah pencegahan membuat pelayanan yang diberikan juga menarik dan bukan hanya untuk jamaah yang sehat tetapi juga yang meninggal.

c. *Tangible* (bukti fisik)

Dimensi bukti fisik (*tangible*) bagian dari elemen layanan yang mencakup segala elemen fisik yang dapat dilihat pelanggan dan memberikan kesan tentang kualitas layanan yang diberikan. Fasilitas fisik, peralatan, perlengkapan, penampilan karyawan, dan materi pendukung seperti brosur, kartu nama, atau kemasan produk termasuk dalam kategori ini. Karena kesan pertama yang baik, bukti fisik yang terawat, bersih, dan menarik dapat memberikan kepercayaan kepada pelanggan mengenai *profesionalisme* dan *kredibilitas* penyedia layanan. Selain itu, bukti fisik berfungsi sebagai alat komunikasi tidak langsung antara penyedia jasa dan konsumen. Misalnya, lingkungan yang rapi dan estetis menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kualitas.

"Lingkungan kantor yang nyaman serta perlengkapan yang tersedia juga lengkap terdiri dari perlengkapan jamaah, alat-alat kantor seperti kursi, meja, dan ruang tunggu yang luas dan terdapat juga computer untuk pendukung kegiatan. Fasilitas hotel yang memadai dan juga pelayanan yang baik sehingga kami merasa nyaman ketika berada di sana dan juga jarak hotel yang dekat dan dapat ditempuh dengan berjalan kaki memudahkan kami untuk melakukan ibadah dengan aman dan nyaman sehingga kami tidak merasa terlalu lelah dan pastinya di sana menyediakan makanan dengan cita rasa khas masakan Nusantara sehingga kami sangat menikmati ketika berada di sana."[44]

Bersadarkan hasil wawancara bersama jamaah dapat di lihat bahwa bentuk nyata pemberian pelayanan bukan hanya di lihat dari paket yang di tawarkan tapi juga dari awal pendaftaran dimana kantornya terletak, bagaimana keadaan di dalamnya yang menjadi penunjang dalam sebuah kenyamanan dan memberikan kesan yang baik yang dimana ini menunjukkan bahwa kantor Grand Darussalam memberikan komitmen yang baik dalam melayani jamaah.

d. *Emphaty* (kepedulian)

Kemampuan penyedia layanan untuk memahami dan memperhatikan kebutuhan, keinginan, dan perasaan setiap pelanggan disebut sebagai dimensi kepedulian (*empathy*). Ketika konsumen merasa didengar dan dipahami, mereka lebih cenderung untuk menjadi lebih percaya dan menggunakan layanan tersebut lagi. Kepedulian adalah bagian penting dari layanan berkualitas tinggi karena dapat ditunjukkan melalui tindakan sederhana seperti menyediakan solusi

[44] Wawancara dengan Pak Harga Sori, jamaah PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi, (Selasa, 10 Desember 2024: 15.00 wib).

yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan atau memberikan bantuan lebih dari yang mereka harapkan.

> *"Bagi jamaah yang sudah tiba di Jeddah maupun di Madinah maka kita akan melakukan full service terbaik sebagai bentuk kepedulian kita terhadap jamaah yang dimana koper koper dan perlengkapan jamaah yang lain sudah di urus oleh petugas sehingga jamaah tidak perlu mengurus sendiri. Hotel mekkah juga sudah di siapkan dengan pilihan paket dan juga tentunya kita menyediakan hotel dengan jarak yang terdekat agar kenyamanan jamaah terjaga dan dilengkapi fasilitas yang baik. Akomodasi yang diberikan bukan hanya ketika berada di tanah suci namun juga di tanah air seperti jamaah yang berada di Bukittinggi dengan keberangkatan melalui bandara Kualanamu maka nantinya mereka akan di berikan fasilitas hotel menginap di Kota Medan yaitu hotel Grand Darussalam dan tidak di pungut biaya."*[45]

Berdasarkan hasil wawancara bersama kak Roza Khairufi maka di dapatkan hasil bahwasanya bentuk kepedulian yang diberikan oleh pihak travel kepada jamaah sangat baik dimana mereka sangat menjaga jamaahnya apalgi dalam bentuk kesehatannya dan mereka sangat memberikan loyalitas yang tinggi mulai dari pendaftaran sampai pelaksanaannya. Makanan yang diberikan juga sesuai dengan cita rasa khas masakan Nusantara sehingga jamaah menyukai hidangannya dan daya tubuh mereka terjaga.

e. *Responsives* (tanggapan)

Dimensi tanggapan (*responsiveness*), kemampuan penyedia layanan untuk merespons kebutuhan, permintaan, dan pertanyaan pelanggan dengan cepat dan tepat. Dimensi ini mencerminkan kesigapan karyawan dalam memberikan bantuan atau informasi serta menyelesaikan masalah yang dihadapi

[45] Wawancara dengan kak Roza Khairufi, Bagian Operasional PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi (Sabtu, 7 Desember 2024: 14.45 wib)

pelanggan. Dengan memberikan tanggapan yang cepat dan solutif, pelanggan merasa dihargai dan mendapatkan perhatian penuh, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima. Selain itu, dimensi tanggapan juga mencerminkan komitmen penyedia jasa untuk selalu siap melayani pelanggan dalam berbagai situasi.

> *"Menurut hasil wawancara bersama jamaah yang pernah berangkat yaitu bapak Dasril menyatakan bahwa Karyawan Grand Darussalam sangat tepat dan tanggap dalam memberikan respon terhadap semua pertanyaan saya dan juga memberikan bantuan dan solusi terhadap permasalahan akan hal yang tidak saya mengerti mengenai hal yang berkaitan dengan persyaratan pendaftaran seperti pengurusan vaksin serta passport. Karyawan melakukan pelayanan dengan tepaat waktu sehingga pelanggan tidak menunggu lama dalam kegiatan pelayanan*."[46]

Berdasarkan hasil dari wawancara yang di dapatkan dari jamaah maka pelayanan yang diberikan oleh pihak travel Grand Darussalam terhadap jamaahnya sudah sangat bagus dan cepat tanggap sehingga tidak membuat jamaah menunggu lama dan mereka selalu memberikan bantuan yang solutif terhadap permasalahan yang dihadapi jamaah netika tidak mengerti akan suatu hal.

C. Hasil Pembahasan

1. Layanan PT Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi

Bersadarkan hasil penelitian yang telah penulis uraikan di atas maka di dapatkan analisa penulis terhadap Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah PT Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi telah berjalan dengan baik dalam meningkatkan jumlah jamaah

[46] Wawancara dengan Pak Dasril, jamaah Grand Darussalam Cabang Bukittinggi (Rabu, 11 Desember 2024: 13.50 wib)

umrah dan sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku. Hal ini Sebagai sebuah perusahaan jasa, perusahaan telah menunjukkan kualitas layanan yang sangat baik. Fokus utama perusahaan adalah menciptakan kesan positif bagi klien, yang dapat meningkatkan minat mereka untuk mendaftar.

Di lihat dari hasil penelitian sebelumnya mengenai Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Calon Jamaah Haji dan Umrah Pada PT Ameera Mekkah Kota Medan bahwa dalam memberikan pelayanan mulai dari pendaftaran, konsumsi, kesehatan, transportasi, dan penginapan mereka mempunyai prinsip yang sama yaitu kejelasan, kepastian dan ketepatan waktu, tanggung jawab, kelengkapan sarana dan prasarana, keamanan dan kenyamanan serta pembinaan dan perlindungan yang sesuai dengan SOP PT Ameera Mekkah dengan penerapan fungsi manajemen yang menghasilkan pelayanan yang maksimal untuk travel tersebut.

PT Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi berhasil membuat pelanggan merasa nyaman mulai dari proses pendaftaran hingga kepulangan dengan menunjukkan profesionalisme dan empati dalam setiap interaksi. Hal ini dicapai melalui karyawan yang berdedikasi untuk melaksanakan tugas pelayanan bahkan ketika mereka menghadapi masalah pribadi seperti kondisi kesehatan yang kurang prima. Penerapan tingkah laku sopan melalui standar pelayanan 5S (salam, sapa, senyum, sopan, santun) adalah komponen penting yang mendukung keberhasilan ini.

Dengan menerapkan SOP secara konsisten dan sesuai dengan nilai syariat, perusahaan semakin menunjukkan komitmennya terhadap

pelayanan yang bermartabat. Faktor lain yang meningkatkan layanan perusahaan adalah penyampaian informasi yang jelas, efektif, dan ramah. Untuk memenuhi kebutuhan klien, karyawan mampu menyampaikan informasi dengan cara yang sesuai, menghindari kesalahan, dan menjaga suasana komunikasi yang positif.

Dengan keterbukaan jam operasional dan respons cepat terhadap pertanyaan pelanggan melalui berbagai platform, waktu penyampaian layanan yang tepat menunjukkan profesionalisme perusahaan dalam memenuhi kebutuhan modern pelanggan. Keramahtamahan karyawan adalah bagian penting dari reputasi PT Grand Darussalam. Sikap ramah, perhatian, dan membantu jamaah merasa aman dan nyaman, meningkatkan kepercayaan perusahaan. PT Grand Darussalam terus meningkatkan reputasinya sebagai penyedia layanan haji dan umrah dengan menciptakan lingkungan yang ramah dan membantu.

Pada penelitian sebelumnya mengenai Manajemen Pelayanan Jemaah Umrah Pada PT Risalah Tour & Travel Jakarta bahwa dalam memberikan pelayanan kepada jemaah umrah bukan hanya melalui sebuah layanan tingkah laku, cara penyampaian, waktu dan kenyamanan namun dapat di lihat dan di buktikan melalui bagaimana sebuah pelayanan tersebut baik melalui tahapan POAC yang juga melalui tahapan pengevaluasian. Kemudian di lanjutkan dengan bagaimana respon respon jamaah terhadap pelayanan yang diberikan sehingga proses layanan yang dilakukan sesuai dengan keinginan jamaah dan keluhannya dapat di tangani segera.

Melakukan analisis faktor pendukung dan penghambat juga digunakan untuk melakukan pengelolaan pelayanan yang baik kepada jamaah sehingga meningkatkan kepuasan jamaah.

2. Produk (Jasa)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi telah memberikan pelayanan yang unggul dalam berbagai aspek penting untuk membuat jamaah umrah merasa nyaman dan puas. Di lihat dari penelitian sebelumnya mengenai Analisis Manajemen Pelayanan Jamaah Umrah Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Pada AET Travel Internasioanl PT Penjuru Wisata Negeri Kota Padang bahwa Pengalaman dan keahlian karyawan dalam melayani klien, termasuk orang tua, menunjukkan kehandalan *(reliability)* karyawan. Untuk memastikan kualitas layanan yang dapat diandalkan, perusahaan memberikan pembinaan terus-menerus kepada karyawannya agar mereka dapat memperhatikan dan responsif dalam memenuhi kebutuhan kliennya.

Selain itu, jaminan *(assurance)* yang diberikan oleh perusahaan sangat memuaskan, dengan fasilitas dan layanan yang sering melebihi ekspektasi jamaah selama berada di Tanah Suci. Keberangkatan yang sesuai jadwal, perlengkapan yang memadai, dan layanan yang sesuai dengan prinsip konsumen menunjukkan bahwa PT Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi telah memenuhi komitmennya terhadap kepercayaan dan kenyamanan jamaah.

Fasilitas fisik *(tangible*) seperti ruang tunggu yang nyaman, kantor yang bersih, dan perlengkapan sesuai paket menunjukkan perhatian perusahaan detail terhadap jamaah, yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Penekanan pada elemen ini meningkatkan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan klien. Perhatian yang mendalam terhadap kebutuhan karyawan menunjukkan empati perusahaan. PT Grand Darussalam tidak membedakan tamu dan selalu mengutamakan kenyamanan mereka dengan menawarkan pengawasan koper, hotel yang strategis di Tanah Suci, dan penginapan gratis untuk transit. Metode ini menunjukkan bahwa perusahaan menyadari pentingnya menyediakan pelayanan yang penuh perhatian dan berfokus pada kesejahteraan klien. Akhirnya, perusahaan harus diapresiasi atas responsivitasnya terhadap kebutuhan dan masalah komunitas. Petugas selalu cepat tanggap, memberikan solusi yang jelas, dan terbuka terhadap masukan dan kritik dari anggota staf. Ini meningkatkan reputasi PT Grand Darussalam sebagai penyedia layanan umrah yang ahli, ramah, dan berdedikasi untuk memberikan pengalaman umrah terbaik bagi jamaah.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian, menyajikan dan menganalisis serta menguraikan manajemen pelayanan dalam meningkatkan jamaah umrah di PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi, dapat disimpulkan bahwa manajemen pelayanan yang diterapkan telah berhasil menciptakan pengalaman positif bagi jamaah melalui layanan yang diterapkan oleh PT Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi menunjukkan bahwa standar pelayanan yang diterapkan melalui SOP (standar Prosedural Perusahaan) sudah di implementasikan dengan baik seperti di terapkan nya kegiatan 5S yaitu senyum, sapa, salam, sopan, santun. Tingkah laku karyawan yang sopan, komunikasi yang jelas dan efektif, waktu pelayanan yang fleksibel, serta keramahtamahan menjadi fondasi kuat dalam memberikan kepuasan kepada jamaah. Pelayanan yang memberikan kenyamanan dan keamanan bagi jamaah dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan perhatian, mulai dari pendaftaran hingga kepulangan. Pelayanan yang baik dan sesuai yang diharapkan oleh jemaah atau calon jemaah dapat memberikan nilai positif perusahaan sehingga dapat meningkatkan jamaah yang mendaftar pada PT Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi.

PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi telah membuktikan dirinya sebagai penyedia layanan umrah terbaik dengan menyediakan layanan yang nyaman, memuaskan, dan melebihi ekspektasi jamaah. Keahlian dan pengalaman karyawan dalam melayani klien, seperti perhatian terhadap orang tua, menunjukkan kesetiaan dan komitmen perusahaan untuk memenuhi kebutuhan klien. Perusahaan sangat berkomitmen untuk memberikan layanan yang dapat diandalkan melalui pembinaan terus-menerus karyawan, jaminan keberangkatan sesuai jadwal, dan perlengkapan yang memadai. Selain itu, kesan profesional yang diberikan oleh ruang fisik, seperti ruang tunggu yang nyaman dan kantor yang bersih, mendukung kepercayaan jamaah. Salah satu keunggulan utama PT Grand Darussalam adalah kepedulian perusahaan terhadap kebutuhan jamaah. Dengan pembinaan karyawan yang berkelanjutan, fasilitas yang nyaman, layanan yang tepat waktu, dan perhatian mendalam terhadap kesejahteraan klien, perusahaan menunjukkan komitmennya terhadap kepercayaan dan kenyamanan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan Kesimpulan, maka ada beberapa saran dari penulis yang ingin disampaikan dan dapat dijadikan masukan untuk pihak-pihak terkait yaitu:

1. Bagi PT Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi dalam memberikan pelayanan kepada jamaah ataupun calon jamaahnya diharapkan agar selalu mempertahankan citra perusahaannya dengan baik dan selalu melakukan

evaluasi dan perbarui inovasi melalui produk yang di tawarkan dan sebagainya dan selalu mengutamakan pelayanan yang prima kepada jamaahnya agar jamaah terus menerus puas dan bangga dengan apa yang mereka dapatkan selama ini.

2. Untuk peneliti selanjutnya

   Untuk peneliti selanjutnya diharapkan bisa menjadi pedoman sebagai referensi untuk menggambarkan penelitian untuk peneliti selanjutnya yang lebih komprehensif supaya dapat memberikan dampak positif yang lebih luas lagi

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, *Manajemen Strategi* (Nas Media Pustaka, Makassar 2020)

Anesta Khaira Lasmi, Jon Kenedi, *Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Calon Jama'ah Haji Dan Umroh Pada Pt. Tour And Travel Auliya Perkasa Abadi Di Pasaman Barat*, Jurnal Manajemen Haji dan Umrah, hlm 29

Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. *Paper Knowladge. Toward a Media History of Documents*

Arif Firman Muhammad, *Rancang Bangun Regulasi Penyelenggaraan Umrah Berbasis Maslahat*, Jurnal Al Daulah, hlm 169

C Budhi Adhiani. *Pengukuran Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Bidang Akademik Politeknik Negeri Semarang*, Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis, Hlm 3-4

Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

Fitrah Nur Annisa, *Haji Dan Umrah Dalam Kajian Fiqh,* (Bengkulu : 2022)

Firdaus Hafida, dkk, *Efektifitas Sistem Pelayanan Haji dan Umroh Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah di PT. Safara Layanan Utama Probolinggo*, Jurnal Ekonomi Syariah, hlm 64.

Gesi Burhanudin, dkk, *Manajemen Dan Eksekutif, Jurnal* Manajemen Volume 3 No 2 Oktober 2019, hlm 53

Hamdani, dan Lupiyoadi Rambat *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 127.

Hamid Noor, *Manajemen Haji Dan Umrah*, (Yogyakarta: Semesta Aksara), hlm 46

Hasibuan Malayu S.P (2005). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah,* Yogyakarta: Bumi Aksara

Hidayat HT, M Abrori Mulya, Dkk, *Strategi Pendamping Umroh Dalam Menghadapi Perilaku Jama'ah Di PT. Brahmana Muda Sentosa*, Journal Social Science and Contemporary, h;m 509-510

Hutami, R. *Strategi Pelayanan Ibadah Umrah Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah di PT Hajar Aswad Mubaraq Surakarta*. (2020)

Kanedi Indra, dkk, *Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu,* Jurnal Pseudocode, Volume IV Nomor 1, hlm 38

Kevin Lane Keller dan Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. (Jakarta; Indeks : 2007)

Kurniasari Fera, Eviatiwi Kusumaningtyas Sugiyanto, *Dimensi Kualitas Pelayanan Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel X Semarang*), Business Management Analysis Journal, hlm 115

Maharani, *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah Dan Haji Khusus Di PT Al Anshor Madinah Barokah Yogyakarta*, Vol 6 No.2, Juli-Desember 2020

Muhamad Bisri Mustofa, Siti Wuryan, Dkk, *Analisis Manajemen Pelayanan Pada Calon Jama'ah Haji Dan Umroh (Pt. Daanish Mika Salsa Tours and Travel*), Jurnal Multazam Vol.1 No.2 Desember 2021

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2009), hlm 280-282

Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) hlm 197

Ramido, Khadijah Nurani, *Analisis Manajemen Pelayanan Jamaah Umrah Dalam Meningkatkan Kepuasan Pada PT. Penjuru Wisata Negeri Kota Padang*, Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi

Pagappong Yandry, *Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janan Ilir Samarinda Seberang*, Jurnal Ilu Pemerintahan, Hlm 3

Patma Tundung Subali, dkk, *Pengantar Manajemen*, (Polinema Press, Juli 2019), hlm 37

Pawito, Penelitian Komunikasi Kualitatif, Cet 1,Yogyakarta: PT Lkis Yogyakarta, (2008)

Prihastono Endro, *Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis Web*, Jurnal Dinamika Teknik, Hlm 19

Rahman Fahrurrozi, *Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, hlm 44

Rachmadi Anughrah, *studi tentang rekrutmen calon jamaah haji dalam keberangkatan ke Saudi arabia di kantor kementrian agama kota samarinda*, jurnal ilmu pemerintahan, hlm 2376

Safitri Diana, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umrah (Studi Kasus PT Saudi Patria Wisata Metro*), Jurnal Manajemen Haji Dan Haji Vol 1 No 2 Desember 2021, Hlm 6

Selang Jamaludin, Kamaruddin, dkk, (2019). *Strategi Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik,* Pasuruan: Qiara Media

Simbolon,Nisya Nainita Imsar*, Manajemen Pelayanan Haji dan Umroh di Kantor Kementerian Agama Sumatera Utara,* Volume 5 Nomor 3 Tahun 2021, hlm 8934

Sujarweni Wiratna (2019). *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press

Sulaiman S, *Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Pelayanan KBH Di Kabupaten Jepara.* Analisa: *Journal Of Social Science And Religion*, 2005 Cet 21, Hlm 51

Supriyatna Sobirin, Uti, Afrig, *Standar Pelayanan Haji dan Umroh di PT Budi Luhur Abadi (Bilad Tour) Kantor Cabang Kota Bogor*, Jurnal Sosial dan Budaya Syar'i. Volume 9

Suryantoro Bambang, Yan Kusdyana, *Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya*, Jurnal Baruna Horizon Vol. 3, No. 2, Desember 2020.

Tjiptono Fandy, *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi, (Yogyakarta: Andy, 2003) hlm 103

Wibowo Arif, Mei, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Umumbus Trans Jogja Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 11, hlm 72.

Wijaya Chandra, Muhammad Rifa'i, *Dasar Dasar Manajemen*, (Perdana Publishing, Agustus 2016)

Wulandari Suci, dkk, *Ibadah Haji dan Umrah Dikaji Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia*, Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam Volume 3, Nomor 2, Desember 2023.

Wulandari Suci, dkk, *Ibadah Haji dan Umrah Dikaji Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia*, Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam, Volume 3, Nomor 2, Desember 2023, hlm 174

Yunda Qorry Nura, Mailin, Dkk, *Manajemen PT. Grand Darussalam Tour&Travel dalam Memberikan Pelayanan Prima Jamaah Haji dan Umrah di Kota Medan*, Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Zulkifli, dkk, *Analisis Pelayanan Ibadah Umroh Pada Perusahaan Jasa Penyelenggara Umroh Di Kota Pekanbaru*, Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, hlm 63

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA

Identitas Informan

Nama :

Usia :

pekerjaan :

Pertanyaan

A. Gambaran umum

1. Sejarah berdirinya Grand Darussalam Cabang Bukittinggi
2. Visi dan misi PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi
3. Tujuan berdirinya PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi
4. Struktur organisasi Grand Darussalam Cabang Bukittinggi
5. Produk dan layanan yang di tawarkan Grand Darussalam Cabang Bukittingggi

B. Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah PT Grand Umrah Darussalam Cabang Kota Bukittinggi

1. Layanan
   a. Bagaimana program pelayanan jamaah umrah pada PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi.?
   b. Bagaimana kah proses penyampaian sebuah informasi seperti administrasi pada PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi?
   c. Bagaimanakah sistem kerja yang ada di PT Grand Darussalam Bukittinggi dalam melayani jamaah?
   d. Apakah pelayanan yang disampaikan kepada jamaah disampaikan secara baik dan sopan?
   e. Apakah pelayanan dari mulai tahap administrasi di lakukan secara baik dan memberikan kenyamanan pada jamaah?

2. Produk atau jasa
    a. Apakah PT. Grand Darussalam mengetahui dan memahami secara mendalam mengenai paket umrah yang ditawarkan kepada jamaah dan mampu menjelaskan kepada jamaah setiap paket umrah yang disediakan.?
    b. Apa saja bentuk jaminan yang diberikan oleh PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi selama penyelenggaraan perjalanan umrah?
    c. Apakah PT Grand Darussalam menyediakan lingkungan kantor yang nyaman dan perlengkapan yang memadai?
    d. Apakah karyawan PT. Grand Darussalam Peduli terhadap jamaahnya?
    e. Bagaimana respon yang diberikan karyawan terhadap jamaah umrah yang mengeluh terhadap suatu hal yang tidak diketahui atau dirasakannya?
3. Wawancara jamaah
    a. Bagaimana proses pelayanan yang diberikan PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi terhadap jamaah umrah?
    b. Bagaimana bimbingan manasik umrah yang diberikan oleh mutthawwib PT. Grand Darussalam Cabng Bukittinggi?
    c. Bagaimana pelayanan seperti akomodasi dan konsumsi yang diberikan PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi saat di Makkah dan Madinah?
    d. Apakah selama ini pernah terjadi miss komunikasi antara bapak dan ibuk terhadap pihak Grand Darussalam?
    e. Apa harapan bapak dan ibu kepada PT Grand Darussalam Cabang Bukittinggi ke depannya dala melayani jamaah umrah?

LAMPIRAN 2

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
Nomor : 212.4/Un.26.3/HK.00.5/06/2024
Tentang
Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Haji dan Umrah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program Studi S1 Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an **Fitriani** NIM. **3621043** tanggal 13 Juni 2024;

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 **Undang-Undang No. 12 Tahun 2012** tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 **Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam** Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135);.
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 76 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2022 Nomor 1333);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 83 Tahun 2022 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 1288);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi (Studi Kasus PT Grand Darussalam Cabang Dukittinggi) "**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Khadijah Nurani, SE, M.Si**
NIP	:	199112212019032014
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk I/III/b/Asisten Ahli
Bidang Keahlian Pokok	:	Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Pengantar Bisnis
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Dukittinggi
Pada Tanggal : 13 Juni 2024
Dekan,

[illegible] EKA PUTERA

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

LAMPIRAN 3

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam , Sumatera Barat , Telpon / Fax : (0752) 20878
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-3263/Un.26.3/PP.07/11/2024 28 November 2024
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi
Jl. Dr. Hamka No. 11 Simpang Tarok Kec. Guguk Panjang
Kota Bukittinggi

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

Nama	: **Fitriani**
NIM	: 3621043
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Haji dan Umrah S1
Judul Skripsi	: ***"Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi"***
Lokasi Penelitian	: PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi Jl. Dr. Hamka No. 11 Simpang Tarok Kec. Guguk Panjang Kota Bukittinggi
Waktu	: 28 November s.d 28 Desember 2024

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih

Wassalam
Dekan

Dr. H. Aidil Alfin, M.Ag
NIP. 197205201999031007

LAMPIRAN 4

PT. Grand Darussalam Tour & Travel
Penyelenggara Haji Khusus dan Umrah - Ticketing - Passport & Visa Umrah
Izin Kemenag RI PPIU No. 173 Tahun 2021 - PIHK No. 880 Tahun 2020

No. : 118/GD-BKT-UMRAH/I/2024. Bukittinggi, 27 Desember 2024
Lamp. : -
Hal : Balasan Penerimaan Penelitian Mahasiswa

Kepada Yth,
Ibu Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
di
Tempat

Surat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi No. B-3263/Un.26.3/PP.07/11/2024, tanggal 28 November 2024.

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.,

Merujuk surat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi tersebut diatas, tentang permohonan penelitian mahasiswa, dapat kami sampaikan bahwa kami dapat menyetujui pelaksanaan penelitian tersebut pada perusahaan kami dengan data-data sebagai berikut :

Nama	:	Fitriani
NIM.	:	3621043
Semester	:	VII (Tujuh)
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Manajemen Haji dan Umrah
Judul Skripsi	:	Manajemen Pelayanan Dalam Meningkatkan Jamaah Umah PT. Grand Darussalam Cabang Kota Bukittinggi
Waktu Penelitian	:	28 November 2024 – 28 Desember 2024

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami aturkan terima kasih.

PT. GRAND DARUSSALAM
Cabang Bukittinggi

H. Khairul Amri, SE
Pimpinan Cabang

ISO 9001:2015 AMPHURI IATA KAN
PT. Grand Darussalam Tour & Travel Cabang Bukittinggi Jl. Dr. Hamka No. 11 Simpang Tarok, Bukittinggi
Email : granddarussalam.bkt@gmail.com instagram : @granddarussalambkt
HP/WA : 0852 6342 8899

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara dengan pak Khairul Amri, Pimpinan Grand Darussalam bukittinggi



Wawancara dengan Kak Roza Khairufi, bagian Operasional Grand Darussalam Bukittinggi



Wawancara dengan BG Rahmat Syarif, jemaah Grand Darussalam Cabang Bukittinggi



Wawancara dengan pak Herizon, jemaah Grand Darussalam Bukittinggi



Wawancara dengan Buk Elmi Zato, jemaah Grand Darussalam Bukittinggi



Wawancara dengan pak Dasril, jemaah Grand Darussalam Cabang Bukittinggi