

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN
MINAT JAMA'AH HAJI DAN UMROH DI PT. HAJAR
ASWAD MUBAROQ SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

RISNAWATI
NIM. 2017103011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Risnawati
NIM : 2017103011
Jenjang : S-1
Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah

Menyatakan dengan ini bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jama’ah Haji dan Umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta” adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dalam daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya berhak menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purwokerto, 10 Februari 2024
Yang Menyatakan,



Risnawati
NIM. 2017103011



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN
Skripsi Berjudul**

**STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT
JAMA'AH HAJI DAN UMROH DI PT. HAJAR ASWAD
MUBAROQ SURAKARTA**

Yang disusun oleh **Risnawati** NIM. 2017103011 Program Studi Manajemen Dakwah Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **21 Maret 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.) dalam Manajemen Dakwah** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Ulul Aedi, M.Ag
NIP. 198705072020121006

Sekretaris Sidang/Penguji II

Asep Amaludin, M.Si
NIP. 198607172019031008

Penguji Utama

Uus Uswatussolihah, M.A
NIP. 197703042003122001

Mengesahkan,
Purwokerto, ~~27-03-2024~~



Dekan,

Muhammad Abdul Muhsinul Fuad, M.Ag.
NIP. 197412262000031001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari :

Nama : Risnawati
Nim : 2017103011
Jenjang : S1
Fakultas/ Jurusan : Dakwah / Manajemen Dakwah
Judul : Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jama'ah
Haji dan Umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut dapat diujikan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dosen Pembimbing



Ulul Aedi M. Ag
NIP.198705072020121006

MOTTO

وَمَنْ يَسِّرْ عَلَى مُعْسِرٍ ، يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ

“Dan barang siapa yang memberikan kemudahan (membantu) kepada orang yang kesusahan, niscaya Allah akan membantu memudahkan urusannya di dunia dan akhirat”.¹

(H.R Muslim)



¹ <https://almanhaj.or.id/12363-membantu-kesulitan-sesama-muslim-dan-mnuntut-ilmu-jalan-menuju-sutga.html>

STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT JAMA'AH HAJI DAN UMROH DI PT. HAJAR ASWAD MUBAROQ SURAKARTA

RISNAWATI

NIM. 2017103011

Email: risnaaa0612@gmail.com

Program Studi Manajemen Dakwah

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Abstrak

Strategi pelayanan merupakan strategi untuk memberikan pelayanan kepada jama'ah dengan kualitas sebaik mungkin sesuai dengan standar perusahaan. Standar pelayanan ditetapkan sesuai keinginan dan harapan jama'ah, sehingga tidak terjadi kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan jama'ah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pelayanan yang diterapkan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta dalam meningkatkan minat jama'ah haji dan umroh di Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari Karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq dan jama'ah yang mendaftar disana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Untuk meningkatkan jumlah jamaah haji dan umrah, PT.Hajar Aswad perlu menerapkan strategi pelayanan yang komprehensif. Strategi tersebut meliputi peningkatan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif, serta memastikan pemahaman yang baik mengenai prosedur ibadah. Selain itu, promosi dan pemasaran yang efektif melalui media cetak dan media sosial, serta menghadirkan beberapa ustadz terkenal. Penawaran paket yang kompetitif dengan harga terjangkau, pilihan fasilitas yang bervariasi, dan skema pembayaran yang fleksibel dapat menarik minat calon jama'ah. Peningkatan sumber daya manusia dengan merekrut dan melatih staf yang kompeten, serta *tour leader* yang sudah tersertifikasi. Terakhir, PT. Hajar Aswad memiliki 3 konsep yakni pendampingan, pembimbingan dan pelayanan itu sendiri. Selain itu juga menerapkan prinsip yaitu keselamatan atau keamanan (*safety*), kepercayaan (*trust*) dan kepemimpinan (*leading*). Dan mereka juga menerapkan pendekatan humanis persuasif atau yang bersifat kekeluargaan.

Kata kunci : *Strategi Pelayanan, Peningkatan Minat Bergabung, Jama'ah Haji dan Umroh, PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta*

**SERVICE STRATEGY IN INCREASING INTEREST OF HAJJ AND
UMROH JAMA'AH AT PT. HAJAR ASWAD MUBAROQ SURAKARTA**

RISNAWATI

NIM. 2017103011

Email: risnaaa0612@gmail.com

Da'wah Management Study Program

State Islamic University Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Abstract

Service strategy is a strategy to provide services to the congregation with the best possible quality in accordance with company standards. Service standards are set according to the wishes and expectations of the congregation, so that there is no gap between the services provided and the expectations of the congregation.

This research aims to analyze the service strategy implemented by PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta in increasing the interest of Hajj and Umrah pilgrims in Surakarta. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques of interviews, observation and documentation. The research informants consisted of employees of PT. Hajar Aswad Mubaroq and the congregation who registered there.

The research results show that to increase the number of Hajj and Umrah pilgrims, PT Hajar Aswad needs to implement a comprehensive service strategy. This strategy includes improving the quality of service by providing friendly, professional and responsive service, as well as ensuring a good understanding of worship procedures. Apart from that, effective promotion and marketing through print media and social media, as well as presenting several well-known ustadz. Competitive package offers with affordable prices, varied facility choices, and flexible payment schemes can attract the interest of prospective pilgrims. Increasing human resources by recruiting and training competent staff, as well as certified tour leaders. Lastly, PT. Hajar Aswad has 3 concepts, namely mentoring, guidance and service itself. Apart from that, it also applies principles, namely safety, trust and leadership. And they also apply a persuasive humanist or familial approach.

Keywords: *Service Strategy, Increased Interest in Joining, Hajj and Umrah Congregation, PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta*

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang berjudul “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jama’ah Haji dan Umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta”. Karya tulis ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua ku tercinta Ayahanda Alm Rosid dan Ibunda Juju Juariah. Sosok ibu yang tak pernah lelah mengasuh, membimbing dan mendidik penulis dengan penuh kesabaran dan kasih sayang tanpa pamrih. Berkat doa, dukungan dan keikhlasan mereka jugalah akhirnya penulis bisa menyelesaikan gelar sarjana ini.
2. Kakak perempuan tercinta Nia Kurniasih, Nurhayati, Rosmayanti dan tak lupa untuk adek perempuan penulis Samila Nur Alisa yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
4. Teman-teman Manajemen Dakwah 2020 yang selalu memberikan semangat dan dukungan serta arahan agar mengerjakan dan menyelesaikan skripsi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jama’ah Haji dan Umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta” dengan baik tanpa halangan apapun. Tak lupa sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan kita semua yaitu Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan syafa’atnya kelak di hari akhir.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan di UIN Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam berlangsungnya proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M. Si., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Alief Budiyono, M. Pd., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Nawawi, M. Hum., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah, MA., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Ulul Aedi, M.Ag., Koordinator Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sekaligus Dosen Pembimbing penyusunan skripsi yang

memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

8. Arsam M.Si., Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Segenap Dosen dan Civitas Akademik Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Kedua orang tua ku tercinta Ayahanda Alm Rosid dan Ibunda Juju Juariah . Sosok ibu yang tak pernah lelah mengasuh, membimbing dan mendidik penulis dengan penuh kesabaran dan kasih sayang tanpa pamrih. Berkat doa, dukungan dan keikhlasan mereka jugalah akhirnya penulis bisa menyelesaikan gelar sarjana ini.
11. Kakak perempuan tercinta Nia Kurniasih, Nurhayati, Rosmayanti dan tak lupa untuk adek perempuan penulis Samila Nur Alisa yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
12. Seluruh karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta
13. Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah Angkatan 2020 Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Sahabat penulis yaitu Rofi Alfi, Rifa Alfaini, Septia Cahyani, Nur Laelatun Nisa, Lia Zahrotul Insani, Nur Zainab, Nafal Qorif Wijiatmoko dan Zainul Rizki Mubaroq yang selalu ada dalam suka maupun duka, terimakasih atas dukungan, bantuan kalian selama ini serta selalu menghibur dan memberikan semangat kepada penulis, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
15. Sahabat terdekat sekaligus saudara Yola Septia, Tita Rizki, Aulia Qotrun dan Evi Siti Ropiah yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dalam proses penyusunan skripsi.
16. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam proses penyusunan skripsi yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Hanya ucapan terimakasih yang dapat penulis sampaikan dan permintaan maaf atas segala kesalahan selama ini. Semoga amal dan kebaikan kalian semua akan dibalas oleh Allah SWT dengan kebaikan pula. Adapun penulis sadar akan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran agar penulisan skripsi ini kedepannya bisa lebih baik.

Purwokerto, 10 Februari 2024



Risnawati

NIM. 2017103011



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah.....	7
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Pustaka	10
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Strategi Pelayanan.....	15
1. Pengertian Strategi Pelayanan	15
2. Karakteristik Strategi Pelayanan	17
3. Perumusan Strategi	18
4. Unsur Pelayanan	23
5. Ciri-ciri Strategi Pelayanan Prima	26
6. Indikator Pelayanan Prima.....	29
7. Pelaksanaan Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh	32
8. Fungsi Bidang Pelayanan Haji dan Umroh	35
B. Peningkatan Minat Bergabung.....	35

	C. Jama'ah Haji dan Umroh	36
	1. Pengertian Jama'ah Haji dan Umroh	36
	2. Penyelenggaraan Ibadah Haji di Indonesia	37
BAB III	METODE PENELITIAN	40
	A. Metode Penelitian	40
	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
	2. Jenis Penelitian	40
	B. Tempat dan Waktu Penelitian	40
	1. Tempat Penelitian	40
	2. Waktu Penelitian	40
	C. Subyek dan Obyek Penelitian	41
	1. Subyek Penelitian	41
	2. Obyek Penelitian	41
	D. Sumber Data Penelitian	41
	1. Data Primer	41
	2. Data Skunder	41
	E. Metode Pengumpulan Data	41
	F. Teknik Analisis Data	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	46
	A. Gambaran Umum PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	46
	1. Sejarah PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	46
	2. Visi dan Misi PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	47
	3. Srtuktur Organisasi PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	47
	4. Sarana dan Prasarana di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	49
	5. Jumlah Jama'ah Haji dan Umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	51
	B. Standar Operasional Prosedur (SOP) PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	52

C. Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jama'ah Haji dan Umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	61
D. Prinsip-prinsip Pelayanan	72
E. Analisis Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jama'ah Haji dan Umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	89
F. Analisis SWOT PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Jama'ah Haji dan Umroh	91
BAB V PENUTUP	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Matriks Analisis SWOT	21
Tabel 1.2	Susunan Karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta Periode 2023	48
Tabel 1.3	Jumlah Jama'ah Haji dan Umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta	51
Tabel 1.4	Program umroh reguler	74
Tabel 1.5	Program Umroh Promo	75
Tabel 1.6	Jadwal Operasional Kantor	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu dari lima rukun Islam, haji merupakan ibadah wajib bagi seluruh umat Islam yang mampu secara jasmani dan rohani untuk melaksanakannya. Umrah adalah jenis ibadah keagamaan lainnya dalam Islam. Di seluruh Indonesia, jumlah orang yang ingin menunaikan ibadah haji dan umrah sangat meningkat saat ini. Namun waktu tunggu layanan haji masih cukup panjang meski peminatnya sangat banyak. biro perjalanan umum yang menawarkan layanan haji dan umrah dapat memanfaatkan situasi ini untuk memperluas penawarannya dengan mencakup layanan haji plus dan umrah. Seperti yang sering kita saksikan dimedia, ada perusahaan jasa Tour dan Travel yang secara rutin mengirimkan jama'ahnya ke tanah suci untuk menunaikan ibadah haji dan umroh. Hal ini menandakan bahwa sector bisnis perjalanan jasa haji dan umroh diminati oleh masyarakat muslim dan menjadi salah satu sector bisnis yang menjanjikan untuk digeluti.

Pelaksanaan ibadah haji pada dasarnya melibatkan dengan pihak atau pemangku kepentingan yang memiliki tanggung jawabnya masing-masing. Hal ini mencakup agen perjalanan, koordinasi antar pemerintah, diplomasi antarnegara, perusahaan katering, hotel, pemandu haji, serta elemen penting lainnya. Oleh karena itu, haji bukan sekedar ibadah keagamaan saja, namun juga mempunyai implikasi besar bagi perekonomian dan dunia komersil. Untuk memfasilitasi ibadah haji dan umrah, komunitas Muslim di Indonesia sering bekerja sama dengan biro perjalanan. Karena ada begitu banyak biro perjalanan yang menawarkan layanan haji dan umrah, pelanggan dapat melihat beragam tarif dan paket dari berbagai biro. Karena maraknya penipuan di pasar perjalanan haji dan umrah, konsumen harus sangat berhati-hati saat memilih agen perjalanan, meskipun banyak sekali biro yang menjual paket haji dan umrah terus bertambah. Saat bersiap menunaikan ibadah haji atau umrah, seseorang

harus memperhatikan kebutuhan baik di negara asal maupun di Mekkah. Pelayanan (termasuk pengelolaan dan verifikasi dokumen haji dan umrah), bimbingan manasik (termasuk materi bimbingan, metode, dan waktu bimbingan), penyediaan peralatan, dan konsultasi keagamaan merupakan beberapa hal penting yang harus diperhatikan oleh pengawas di Indonesia dalam hal pelayanan. Akomodasi, transportasi, makanan, pengobatan, dan layanan pemandu semuanya diurus dalam ibadah haji dan umrah ke Tanah Suci.²

Standar pelayanan serupa dengan seperangkat peraturan yang harus dipatuhi oleh semua pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Mereka membantu pelanggan yang mendapatkan layanan memahami apa yang mereka butuhkan, bagaimana cara mengajukan permohonan, dan bagaimana mengawasi seberapa baik penyedia layanan melakukan pekerjaan mereka.³ Oleh karena itu, hal ini harus direncanakan dan diputuskan setelah mempertimbangkan jenis, karakteristik, dan sifat jasa, serta faktor lingkungan yang relevan. Meminta umpan balik dan rekomendasi dari anggota masyarakat atau pihak berkepentingan lainnya (termasuk aparat birokrasi) merupakan bagian integral dari tahap perumusan dan penyusunan. Standar layanan harus didiskusikan, dirumuskan, dan disusun.⁴

Tujuan dari layanan haji plus dan umrah adalah untuk meningkatkan ketakwaan setiap orang yang terlibat didalamnya, mulai dari konsumen, jamaah, hingga biro penyelenggara haji dan pemerintah, bahkan bisnis yang menyediakan perumahan dan makanan bagi jamaah. Umrah dan haji plus juga memberikan peluang finansial yang luar biasa. Konferensi Internasional Islam tahunan mencakup puluhan sektor industri, manufaktur, komersial dan jasa. Maka tidak hanya pemerintah yang

² Irmayani, “Strategi Manajemen Dalam Peningkatan Pelayanan Dan Kepercayaan Jamaah Haji Dan Umrah (Studi Pada PT. Zakiah Dina Tayyibah Tour dan Travel Kota Pare-Pare)”, Jurnal Kajian Manajemen Dakwah, Vol 1, No 1, 2019. Hal 81.

³ Hardiyansyah. Kualitas Pelayanan Publik. (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2018). Hal.36-37.

⁴ Hardiyansyah. “Kualitas Pelayanan Publik”..., Hal..37.

mempertimbangkan opsi ini, namun biro penyedia jasa layanan haji plus dan umroh juga akan bersaing untuk memperoleh perhatian khusus dari jemaah, semua berlomba memberikan bimbingan, pelayanan dan perlindungan di ruang berbeda untuk mendapatkan popularitas.⁵

Maka dari itu, diperlukan analisis mendalam terhadap respons perusahaan terhadap situasi tersebut. Selain itu, dunia usaha perlu berinvestasi dan meningkatkan teknologi informasi agar dapat memunculkan ide-ide segar dan memberikan pelayanan terbaik kepada jemaah haji. Penerapan analisis SWOT sangat penting bagi bisnis karena hal ini menciptakan kerangka strategis untuk mencari konsep baru yang dapat meningkatkan kualitas layanan mereka. Agar usaha dapat meningkatkan kualitas pelayanan, maka rencana pengembangannya harus memperhitungkan peluang, kekuatan, kelemahan, dan ancaman. Hal ini sangat penting mengingat banyaknya perusahaan perjalanan haji dan umrah yang kurang memahami aspek-aspek utama manajemen bisnis dan sumber daya manusia. Dengan demikian, opini pelayanan di kalangan calon jemaah haji dapat di tingkatkan. Pertumbuhan pariwisata haji dan umrah di Indonesia juga terus meningkat, dan persaingan pasar masih ketat di era globalisasi yang semakin meningkat. Maka, biro penyedia layanan haji dan umroh harus memiliki strategi agar bisnisnya selalu sukses, bertahan dan selalu memiliki banyak jemaah agar tidak tertinggal dengan travel lainnya.⁶

Berdasarkan informasi dari jasa travel, PT. Hajar Aswad Mubaroq adalah biro perjalanan yang menyediakan layanan seperti membuat dan menyajikan berbagai paket haji dan umrah, menawarkan layanan bus untuk haji dan umrah, serta menyiapkan dan mengurus berbagai peralatan administrasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan Nomor Sertifikasi 0014/362.24.08.18/BMWI/VIII/018, PT. Hajar

⁵ Dipo Khairul Islami, “ *Stratgei Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah PT. Margi Suci Minarfa Jakarta Pusat*” (UIN Syarif Hdayatullah Jakarta, 2018).

⁶ Pitaya et al., “ *Paradigma Historis Backpacking Travel sebagai perjalanan wisata*,” (Jurnal Pariwisata Terapan 3, No. 1 2019), hal. 34-54

Aswad Mubaroq Solo merupakan kantor haji dan umrah yang terletak di Jl. A. Yani No. 278E Manahan Banjarsari Kota Surakarta.

Hajar Aswad Mubaroq merupakan lembaga umroh yang dikenal karena tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat dan pelayanannya yang memuaskan dalam hal mendampingi jama'ahnya. Dalam kondisi saat ini, banyak jamaah atau pelanggan yang menginginkan pelayanan yang memuaskan dari biro perjalanannya. Setiap tahunnya Jama'ah yang memilih menggunakan jasa Hajar Aswad mengalami peningkatan, dikarenakan pelayanannya yang sangat baik. Bahkan biro tersebut konsisten bisa memberangkatkan jama'ah Umroh sekitar 500 Jama'ah setiap bulannya dengan harga tergantung paket yang dibawa oleh jamaah tersebut. Sedangkan dalam Program haji memberangkatkan dengan total 300 Jama'ah tanpa batasan kuota. Dari tahun ke tahun jamaah haji maupun umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq mengalami peningkatan karena jumlah jamaahnya yang selalu bertambah.⁷

Perjalanan ibadah haji dan umrah memegang peranan yang sangat signifikan bagi umat Muslim, dan diperlukan upaya yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan dan harapan para jamaah. Namun ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan jamaah, dan semangat mereka dalam menunaikan ibadah haji dan umrah tidak selalu konstan. Jamaah yang menunaikan ibadah haji dan umrah bisa menjadi lebih berminat melalui beragam strategi pelayanan. Pertama-tama, penting untuk menyajikan informasi yang jelas dan akurat tentang tata cara, biaya, dan manfaat perjalanan haji dan umrah. Ini dapat dilakukan melalui brosur, presentasi, dan situs web yang informatif. Kedua, salah satu hal terpenting yang dapat dilakukan untuk menarik minat jamaah adalah dengan melayani mereka dengan baik hati dan tanggap. Sepanjang perjalanan mereka, para jamaah harus merasa didukung. Ketiga, kualitas akomodasi dan transportasi yang disediakan juga memainkan peran penting. Para

⁷ Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 30 November 2023 Pukul 12.30 WIB

jamaah berharap mendapatkan fasilitas yang nyaman dan aman selama perjalanan mereka.

Ibu Retno Anugerah Andriyani, dalam perannya sebagai Direktur Hajar Aswad, berdedikasi untuk memastikan bahwa setiap orang menerima layanan dengan kualitas terbaik. PT. Hajar Aswad berkomitmen untuk melayani jamaahnya dan berusaha untuk melakukannya dengan kemampuan terbaiknya setiap saat. Implementasi layanan ini melalui penyediaan layanan perjalanan Haji, Umroh dan Wisata halal.

Berdasarkan informasi yang diterima dari Mas Wila Nur Setiaji selaku Humas, PT. Hajar Aswad Mubaroq Memiliki 6 Cabang diantaranya yaitu:

1. Cabang Yogyakarta | Jl. Lowanu No.150 Ruko No.1 Yogyakarta
2. Cabang Semarang | Jl. Gajah Raya No.140 A Semarang
3. Cabang Madiun | Perumahan Bumi Mas 1 C11 Mojorejo Madiun
4. Cabang Riau | Jl. Hang Tuah Depan LAM Siak Kampung Rampak Siak Riau
5. Cabang Jakarta | Graha Inspirasi Indonesia Cipinang Melayu Jakarta Timur
6. Cabang Tangerang | Jl. Jombang Raya No.63 Ciputat Tangerang Selatan

Sekelompok WNI yang tinggal di Arab Saudi berperan sebagai tour leader ibadah umrah yang diselenggarakan oleh travel operator haji dan umrah PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta. Untuk menyelesaikan tugas bantuan umrah, mereka berkolaborasi dan mengikuti SOP yang telah dibuat masing-masing tim. Selama perjalanan umrah, setiap pemandu wisata berperan sebagai pendamping perjalanan utama rombongan. Oleh karena itu, kemampuan *Tour Leader* untuk menjalankan tanggung jawabnya secara kompeten sangat penting bagi keberhasilan ibadah umrah. Peran pemimpin Tour dapat dikatakan sukses manakala sang pemimpin mampu memahami dalam memimpin rombongan supaya perjalanan ibadah umroh berjalan dengan lancar, dari awal hingga akhir, serta dapat

menyelesaikan persoalan yang kemungkin muncul dalam setiap perjalanan ibadah Umroh. Dalam Biro Hajar Aswad itu sendiri memiliki *Tour Leader* baik dari Laki- laki ataupun perempuan dengan kemampuan dan kompetensi yang dimilikinya. Setiap *Tour Leader* di PT. Hajar Aswad memiliki sertifikat yang kompeten. Penting untuk menekankan bahwa memiliki tour leader yang memiliki sertifikat kompeten adalah praktik yang sangat baik dalam biro perjalanan pariwisata. Sertifikat tersebut menunjukkan bahwa setiap *tour leader* telah menjalani pelatihan yang memadai dan memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menjalankan pekerjaannya secara profesional.

PT. Hajar Aswad Mubaroq menawarkan beragam paket perjalanan umrah, antara lain Umrah Reguler, Promo Umrah, dan Umrah Plus. Umroh Reguler merupakan program 9 hari dengan akomodasi bintang 4; Promo Umrah merupakan program 9 hari dengan akomodasi bintang 3; dan Umrah Plus merupakan program 9 hari dengan tambahan destinasi tour ke satu atau lebih negara sesuai paket, misalnya Umroh plus Mesir, Turki, Dubai, Uzbekistan, dan Eropa. Hal yang membedakan biro ini dengan biro yang lainnya yaitu dalam pelaksanaan manasik itu sendiri, biro ini juga mengadakan Bimbingan Manasik sebanyak 3 kali yang terdiri dari Manasik Teori, Manasik Praktek dan Manasik Pemantapan. Dalam hal tempatnya pun berbeda, Manasik Teori dilaksanakan di Hotel syari'ah/ Sahid jaya, Manasik Praktek dilaksanakan di Donohudan/ Embarkasi haji dan Manasik Pemantapan dilaksanakan di masjid depan kantor. Selain itu hal yang menarik lainnya yaitu dapat menghadirkan Ustadz-ustadz terkenal Adapun Ustadz yang terkenal yaitu Ustadz Irfan, Ustadz Faiz Baraja dan Ustadz Nur Islam. Selain itu, PT. Hajar Aswad memperoleh penghargaan sebagai top brand reference di Solo untuk kategori biro umroh pada musim umroh 1441. Terakhir, PT. Hajar Aswad memiliki 3 konsep yaitu pendampingan, pembimbingan dan pelayanan dan menerapkan 3 prinsip yaitu *safety, trust dan leading*. PT. Hajar Aswad Mubaroq juga telah berhasil mengentry visa secara mandiri. Maka dari itu,

menjadikan tambahnya kepercayaan jama'ah dan dapat menarik minat jamaah untuk daftar di biro tersebut.⁸

Dengan mempertimbangkan informasi yang telah disampaikan sebelumnya, penulis telah memutuskan untuk fokus pada topik penelitian ini dengan judul **“Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Haji dan Umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta”**.

B. Penegasan Istilah

Pada suatu proses penafsiran dan penginterpretasian sebuah judul penelitian sering didapati adanya kesalahan dalam penginterpretasian tersebut. Maka dari itu diperlukan adanya sebuah validasi istilah yang menjadi topik utama pembahasan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adapun istilah yang perlu divalidasi tersebut meliputi:

1. Strategi Pelayanan

Strategi adalah tindakan atau gerakan jangka panjang yang berorientasi pada perbaikan yang diterapkan sesuai dengan pandangan tentang harapan pelanggan di masa depan. Sedangkan pelayanan adalah suatu cara untuk melayani, mempersiapkan sesuatu, mengatur sesuatu, dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam hal ini, pelayanan diarahkan kepada individu atau kelompok dalam konteks organisasi.⁹

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, strategi pelayanan adalah suatu cara untuk mencapai suatu tujuan dengan menawarkan layanan sebaik mungkin agar jama'ah itu merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan. Dalam biro ini pelayanan sangat penting karena dapat mempengaruhi minat seseorang untuk mendaftar di biro ini.

^{8 8} Wawancara dengan Mas Ali Rosidi, salah satu karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 30 November 2023 Pukul 13.30 WIB

⁹ Sedarmayanti, *“Manajemen Strategi”*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2016), hal.2

2. Peningkatan Minat Bergabung

Menurut pandangan Adi S, konsep peningkatan memiliki akar kata "tingkat" yang dapat diartikan sebagai lapisan atau struktur yang membentuk suatu susunan. "Peningkatan" dalam konteks ini dapat diinterpretasikan sebagai perubahan. Upaya untuk meningkatkan taraf, kualitas, kuantitas, atau derajat suatu hal mungkin dapat dipahami secara luas sebagai perbaikan. Menambah kemampuan baru atau mengasah kemampuan yang sudah ada adalah definisi lain dari peningkatan. Peningkatan dalam ukuran, kualitas, interaksi, prosedur, dan sebagainya merupakan kemungkinan penafsiran perbaikan lainnya.

10

Minat adalah Ketertarikan seseorang pada sesuatu dapat digambarkan sebagai fokus, preferensi, keinginan, atau kecenderungannya terhadap hal tersebut. Lebih lanjut, minat didefinisikan sebagai "*Interest is persisting tendency to pay attention and enjoy some activity and content*" dalam terminologi yang direkomendasikan Hilgand. Tingkat minat seseorang merupakan faktor psikologis yang dapat menginspirasi seseorang untuk mencapai tujuannya. Ketika seseorang antusias terhadap sesuatu, mereka akan lebih memperhatikannya dan merasa lebih terhubung dengannya. Namun, mereka tidak akan peduli dengan barang tersebut, jika itu tidak membuat mereka bahagia. Konsekuensinya, tingkat minat seseorang menentukan besarnya perhatian dan kegembiraan yang diarahkan terhadap suatu objek. Sebaliknya, minat adalah fokus perhatian yang bersifat bawaan, berkemauan keras, bergantung pada bakat dan lingkungan, menurut Suyanto.¹¹

¹⁰ Yunita, I., "Pengaruh Fasilitas Kerja, Motivasi Kerja, dan Disiplin Kerja Pegawai Kantor Kecamatan Awan Kabupaten Balangan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB 2022).

¹¹ Kasbullah, K. "Survei Minat Belajar Pendidikan Jasmani dan Kesehatan (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makasar, 2019).

Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat jama'ah haji dan umroh untuk bergabung di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta kecenderungan karena mereka merasa tertarik terhadap pelayanan yang diberikan sehingga menghadirkan perasaan senang.

3. PT. Hajar Aswad Mubaroq

Hajar Aswad Mubaroq adalah sebuah perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umroh yang berkomitmen untuk mencapai kesuksesan baik di dunia maupun di akhirat. Didirikan pada tahun 2018 dengan tujuan memberikan banyak manfaat yang luas bagi umat islam secara global. Biro ini beralamatkan Jl. Ahmad Yani No. 278E, Manahan Banjarsari Surakarta.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penguraian latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian yaitu: Bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan minat jama'ah haji dan umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada hasil perumusan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yaitu: Menjelaskan Bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan minat jama'ah haji dan umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta.

2. Manfaat Penelitian

Hasil yang akan dicapai dari penelitian ini diharapkan akan menghasilkan berbagai manfaat yang dapat memberikan kontribusi, antara lain:

a. Manfaat secara teoritis

Penelitian yang dilakukan di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta tentang strategi pelayanan untuk meningkatkan minat jamaah haji dan umrah bertujuan untuk memberikan kontribusi

dalam memperluas ilmu pengetahuan tentang strategi pelayanan yang efektif dalam meningkatkan minat Jama'ah untuk melaksanakan ibadah haji dan umroh, Menambah referensi tentang strategi pelayanan agar efektif serta dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

b. Manfaat secara praktis.

Temuan penelitian mengenai strategi pelayanan untuk meningkatkan minat jamaah haji dan umrah di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta diharapkan dapat dijadikan rujukan praktek untuk meningkatkan pelayanan dalam meningkatkan minat Jama'ah haji dan umroh.

E. Telaah Pustaka

Setiap penelitian bertujuan untuk menemukan hal-hal baru, maka untuk dapat melihat penelitian antara kajian terdahulu dan kajian yang akan dilaksanakan oleh penulis, Penulis menyatakan bahwa penelitian-penelitian sebelumnya berikut ini relevan dengan subjek yang dibahas, oleh karena itu penelitian-penelitian tersebut ditinjau dalam penelitian ini:

Pertama, Skripsi yang di tulis oleh Furqon Mukminin yang berjudul "*Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umrah (Studi Kasus Di Sultan Agung Tour and Travel Semarang)*".¹² Pengelolaan layanan haji dan umrah yang ditawarkan oleh Sultan Agung Tour and Travel menjadi fokus utama penelitian ini. Penelitian menunjukkan bahwa Sultan Agung Tour & Travel Semarang memberikan layanan haji dan umrah yang unggul dengan berpegang pada prinsip teori dan penerapan praktis. Namun, perlu dicatat bahwa instansi tersebut belum mendapatkan izin resmi sebagai penyelenggara Haji Plus. Penelitian Furqon Mukminin memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, karena keduanya fokus pada jasa biro perjalanan haji dan umrah. Furqon Mukminin meneliti pengelolaan Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan

Umroh dengan fokus pada Sultan Agung Tour and Travel Semarang sebagai studi kasus. Sedangkan peneliti akan fokus pada Strategi Pelayanan untuk Meningkatkan Minat Jemaah Haji dan Umrah di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta.

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Lulu Firdauz Ramadhani dengan judul "*Strategi Pelayanan Pemberangkatan Jemaah Pada Embarkasi Jakarta Pondok Gede Tahun 2019*".¹³ Penelitian ini diteliti agar mengetahui pelayanan penerimaan jemaah haji di Embarkasi. Pelayanan pemeriksaan Kesehatan akhir jemaah haji, dan untuk mengetahui pelayanan keberangkatan jemaah haji dari Embarkasi ke Bandara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode ini mencakup wawancara, observasi, dokumentasi, dan memanfaatkan literatur sebagai sumber data.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Dipo Khairul UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul "*Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jemaah Haji dan Umrah*".¹⁴ Ada beberapa kesamaan antara penelitian tersebut dan penelitian yang peneliti lakukan. Kedua penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan layanan yang diberikan kepada jemaah yang menunaikan ibadah haji dan umrah. Meskipun demikian, penelitian yang peneliti lakukan berpusat pada peningkatan minat jemaah haji dan umrah di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta melalui strategi pelayanan.

Keempat, skripsi yang ditulis oleh Ulin Nuha dengan judul "*Profesionalitas Pelayanan Ibadah Umroh di Biro Perjalanan Wisata PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta*".¹⁵ Dengan menggunakan pendekatan studi kualitatif, peneliti menemukan bahwa meningkatkan standar kualitas layanan adalah cara yang pasti untuk meningkatkan profesionalisme.

¹³ Lulu Firdauz Ramadhani. "*Strategi Pelayanan Pemberangkatan Jemaah Haji Pada Embarkasi Jakarta Pondok Gede Tahun 2019*". BS thesis. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

¹² Dipo Khairul Islami "*Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah PT. Margi Suci Minarfa Jakarta Pusat*." (2014).

¹³ Ulin Nuha. "*Profesionalitas Pelayanan Ibadah Umrah di Biro Perjalanan Wisata PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta*." (2022).

Terdapat kesamaan dengan penelitian ini. Kedua skripsi tersebut memiliki objek yang sama yaitu melaksanakan di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta.

Kelima, Skripsi yang ditulis oleh Revi Rahardian dengan judul "*Analisis Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Pelayanan Prima di PT. Manajemen Mihrab Qolbi Jakarta Selatan*".¹⁶ Peneliti membedakan penelitian tersebut dengan penelitian ini; Secara khusus, penelitian ini berfokus pada tingkat kepuasan. Sedangkan penelitian ini berfokus pada strategi pelayanan dalam menarik lebih banyak jamaah haji dan umrah.

Keenam, Skripsi yang ditulis oleh Ferinda Rizki Amalia Ramadhani dengan judul "*Pelayanan paket ibadah umrah dalam masa new normal di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta*".¹⁷ Mengetahui layanan paket umroh New Normal di PT Hajar Aswad Mubaroq, strategi yang diterapkan dalam pelayanan jamaah pada saat itu, serta tantangan yang dihadapi dan diatasi oleh PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta dalam menawarkan paket tersebut menjadi tujuan dari penulisan skripsi ini. Sedangkan argumen utama pada skripsi yang penulis buat adalah PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta dapat meningkatkan minat jamaah haji dan umroh melalui strategi pelayanan. Penelitian Ferindra Rizki dan penelitian ini memiliki kesamaan, yaitu sama-sama akan menggunakan objek yang sama untuk mengkaji layanan umroh.

Ketujuh, Skripsi yang ditulis oleh Elfarditma Gasam, yang berjudul "*Strategi pelayanan PT. Semesta Bertowaf 99 dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah*". Dalam penelitian ini, untuk meningkatkan jumlah jamaah memerlukan strategi pelayanan yang prima, Penulis bertujuan untuk mengevaluasi dampak strategi pelayanan PT. Semesta Bertowaf 99 terhadap kepuasan jamaah dan peningkatan jumlah jamaah dengan menganalisis tahapan formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi

¹⁴ Revi Rahadian. "Analisis Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Pelayanan prima Di PT. Manajemen Mihrab Qolbi Jakarta Selatan." (2016).

¹⁵ Ferinda Rizki Amalia. "*Pelayanan Paket Ibadah Umrah dalam Masa New Normal di PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta.*" (2021).

pelayanan yang diterapkan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Terdapat kesamaan dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menganalisis strategi pelayanan untuk meningkatkan minat jama'ah dan metode penelitiannya juga sama menggunakan deskriptif kualitatif. Namun terdapat perbedaan ditempat lokasi penelitiannya.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan adalah struktur penelitian yang akan mengarahkan pendalaman dan pokok-pokok yang akan menjadi panduan saat ditelaah nanti dalam penelitian. Pada bagian ini terdapat lima langkah pada halnya sebagai berikut.

Bab I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan pendahuluan yang mencakup dasar-dasar masalah atau disebut dengan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistem penulisan.

Bab II : KAJIAN TEORI

Disini penulis memaparkan teori-teori yang menjadi landasan penelitian, diantaranya Pertama, Teori Strategi Pelayanan. Kedua, Teori Peningkatan Minat Bergabung. Ketiga, Teori Jama'ah Haji dan Umroh.

Bab III : METODE PENELITIAN

Tujuan penulis menulis bab ini adalah untuk memberikan gambaran rinci mengenai Pendekatan dan Jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode penelitian data semuanya akan dibahas dalam bab ini.

Bab IV : PENYAJIAN ANALISIS DATA

Pada bab ini, Penulis akan memaparkan hasil pembahasan data yang diperoleh pada bagian ini, yang meliputi: gambaran umum lokasi, pemaparan pokok bahasan secara umum, penyajian data, analisis data, dan pengkajian.

Bab V : PENUTUP

Dalam bab ini disajikan pokok-pokok dari hasil penelitian berupa tujuan akhir yaitu kesimpulan dan juga masukan saran untuk perkembangan sebagai kumpulan yang singkat dari keseluruhan temuan penelitian. Selain itu, itu akan mencakup kesimpulan,daftar pustaka dan lampiran-lampiran.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pelayanan

1. Pengertian Strategi Pelayanan

Istilah "strategos" berasal dari kata Yunani "stratos" (prajurit) dan "ego" (pemimpin), dan merupakan akar kata "strategi" dalam bahasa Inggris. Rencana atau landasan untuk mencapai suatu tujuan itulah yang membentuk suatu strategi. Strategi ini merupakan suatu cara yang sungguh-sungguh untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Strategi perusahaan adalah suatu rencana yang terencana secara cermat yang bertujuan untuk mencapai tujuannya secara efisien dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan internalnya, serta peluang dan ancaman eksternal.¹⁸

Dalam lingkungan perusahaan atau organisasi, strategi adalah pendekatan yang disengaja untuk mencapai tujuan. Dalam pelaksanaannya, strategi dapat mengalami perubahan sesuai dengan kondisi yang ada dalam organisasi.¹⁹

Perencanaan strategis, menurut Sondang P. Siagian, terdiri dari keputusan dan aktivitas *top-down* yang diambil oleh suatu organisasi untuk mencapai keadaan akhir selama beberapa tahun. Strategi perusahaan adalah kekuatan pendorong di balik perkembangannya dan keberhasilan realisasi tujuannya.²⁰

Pelayanan melibatkan individu atau organisasi yang melakukan tindakan berbasis materi dengan menggunakan sistem, prosedur, dan

¹⁸ Sesra Budio, "Strategi Manajemen Sekolah," Jurnal Menata 2, no. 2 (2019): 58, <https://jurnal.stai-yaptip.ac.id/index.php/menata/article/view/163>

¹⁹ Si Namora Henry, "Manajemen Sumber Daya Manusia," (Yogyakarta : STIE YKPN), hal. 38.

²⁰ Evri Novianto, "Manajemen Strategis", (Sleman: CV Budi Utama, 2019).

metode yang ditetapkan untuk memenuhi kebutuhan orang lain dengan tetap menghormati hak-hak mereka.²¹

Menurut A.S. Moenir, “pelayanan publik” diartikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh individu atau organisasi. Sistem, prosedur, dan metode tertentu digunakan untuk melaksanakan definisi ini, yang didasarkan pada faktor material. Intinya adalah memenuhi keinginan orang lain dengan cara yang menghormati hak-hak mereka. Jika dilihat sebagai suatu proses berkelanjutan yang mencakup seluruh aspek masyarakat, pelayanan publik paling baik dipahami sebagai suatu jaringan kegiatan yang saling berhubungan.²²

Pelayanan dalam pandangan Kasmir adalah segala kegiatan yang tujuan akhirnya membuat pelanggan senang. Agar berhasil, bisnis di industri jasa memerlukan strategi yang matang, dan salah satu strategi tersebut adalah memberikan layanan pelanggan yang sangat baik.²³

Jadi dapat disimpulkan Strategi Pelayanan adalah rencana yang dirancang untuk memberikan layanan optimal kepada pelanggan berdasarkan kriteria bisnis yang ditetapkan. Standar pelayanan ditetapkan berdasarkan permintaan dan harapan pelanggan agar selaras dengan harapan konsumen. Perumusan dan penerapan strategi layanan yang efektif memungkinkan bisnis memberikan layanan yang tidak dapat dibandingkan dengan pesaing mereka kepada pelanggan.²⁴

²¹ Argantara, Zaid Raya, et al. *"Implementasi Service Excellent Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di Bank Bprs Kcp Pragaan."* (Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen 2022). Hal.3, Cet.1

²² A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008). Lihat dalam skripsi Amanda Morlian, *"Pelayanan Prima Pada Kantor Kecamatan Rawalumbu Pemerintah Kota Bekasi"* Jurnal AKP. Volume 5, No. 2

²³ Zelvi Dianita, *"Strategi Pelayanan di PT Arminareka Perdana Cabang Surabaya"*, (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

²⁴ Oktaviani, F., & Chonyta, D. *"Strategi Pelayanan Biro Haji Dan Umroh Di Pt. Nur Haramain"*. *Haramain: Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2),(2021) hal. 72-80.

2. Karakteristik Strategi Pelayanan

Menurut Leemans, pelayanan publik yang profesional mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. Sederhana, cepat, akurat, tidak rumit, serta mudah dipahami dan dilaksanakan oleh masyarakat umum.
- b. Lebih hemat. Diarahkan pada tujuan yang sudah ditentukan.
- c. Bersikap transparan yaitu mengetahui secara pasti apa yang diharapkan dari layanan tersebut dan bagaimana cara membayarnya, mengetahui dengan tepat apa saja persyaratan teknis dan administratif dari layanan tersebut, mengetahui secara pasti departemen dan pejabat mana yang mempunyai wewenang untuk menyediakan layanan tersebut. jasa, mengetahui secara pasti berapa biaya jasa tersebut dan bagaimana cara membayarnya, dan mengetahui secara pasti kapan jasa tersebut akan selesai.²⁵
- d. Transparansi atau keterbukaan, karena berkaitan dengan penyebaran informasi secara terbuka mengenai proses, unit kerja, waktu penyelesaian, biaya, dan topik serupa.
- e. Agar efisien, harus dipastikan bahwa: (a) kebutuhan layanan terfokus pada pencapaian target layanan, dengan memperhatikan bagaimana kebutuhan tersebut diintegrasikan dengan produk layanan terkait; (b) Perusahaan tidak akan mengulangi apabila instansi atau unit kerja terkait lainnya diharuskan melengkapi persyaratan proses pengabdian masyarakat yang ada.
- f. Suatu proses kinerja dianggap tepat waktu apabila selesai dalam waktu yang telah ditentukan. Bekerja tepat waktu sangat penting karena waktu adalah uang.²⁶ Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat selesai dalam jangka waktu yang ditentukan sesuai kriteria ini.

²⁵ Ni Ktut Riani. “Strategi Peningkatan Pelayanan Publik”,(Jurnal Inovasi Penelitian Vol.1 No. 11 April 2021). Hal.2447

²⁶ Zuhud Rozaki, *The Big 4 Life*, (Yogyakarta: Elex Media Komputindo, 2011), Hal. 122

- g. Memperhatikan masalah, kebutuhan, dan tujuan masyarakat; cepat bertindak sebagai respons.
- h. *Adaptable*, cepat menyesuaikan diri untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ambisi masyarakat yang dilayani, yang terus berkembang dan maju.²⁷

3. Perumusan Strategi

Secara teratur, Visi dan Misi perusahaan harus memandu proses perumusan strategi. Eksekusi prosedur ini secara hati-hati dan tepat diperlukan untuk memastikan bahwa strategi yang dipilih dapat mendorong organisasi mencapai puncak keberhasilannya. Berbagai analisis dapat digunakan dalam proses merancang strategi.²⁸

a. Analisis Lingkungan Internal

Untuk menangani kekuatan dan kekurangan lingkungan dengan lebih baik, perencanaan strategis sering kali menggunakan Analisis Lingkungan Internal, yang melibatkan pandangan ke dalam perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatannya dan area yang perlu ditingkatkan. Agar bisnis dapat berfungsi secara efisien, pertama-tama perusahaan harus melakukan evaluasi internal terhadap kekuatan dan kekurangannya, kemudian menetapkan atau merevisi tujuan, dan terakhir, menyusun rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Di antara banyak komponen yang membentuk analisis lingkungan internal adalah:

1) Sumber daya perusahaan

Sumber daya organisasi mencakup, sumber daya manusia, aset keuangan, kemampuan manufaktur, periklanan, dan upaya penelitian dan pengembangan. Keunggulan kompetitif yang bertahan lama hanya dapat dicapai ketika manajemen mahir dalam mengintegrasikan seluruh sumber daya yang tersedia,

²⁷ Kamaruddin Sellang, DR. H. Jamaluddin, et al., "Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik". (CV Penerbit Qiara Media, 2019), hal. 51-52

²⁸ Guntoro Surja Edy " *Pemberdayaan Masyarakat Desa dengan Produk Mebeler*", (Sukoharjo: CV Graha Printama Selaras, 2018), hal. 108

yang pada gilirannya memungkinkan pengembangan kemampuan berbasis kompetensi inti. Sumber daya berwujud dan tidak berwujud adalah dua jenis utama sumber daya perusahaan.

2) Kapabilitas

Kapabilitas mengacu pada keterampilan organisasi dalam mengoordinasikan sumber dayanya untuk mencapai tujuannya. Ini mencakup semua sumber daya bisnis, baik fisik maupun non-materi. Pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki individu sangatlah penting, karena keduanya merupakan inti kompetensi perusahaan dan menjadi sumber keunggulan kompetitif.

3) Kompetensi inti

Apa yang membuat suatu bisnis unggul dibandingkan bisnis lainnya adalah kompetensi intinya, yang terdiri dari aset dan keterampilan. Eksekusi sebuah rencana, yang menghasilkan nilai dan meningkatkan efisiensi bisnis, sangat bergantung pada sumber daya dan kemampuan yang tersedia.

b. Analisis Lingkungan Eksternal

Sebagai bagian dari proses perencanaan strategis, perusahaan melakukan analisis lingkungan eksternal untuk mengawasi faktor-faktor eksternal yang mungkin menghadirkan peluang atau ancaman. Lingkungan eksternal berada di luar kendali perusahaan dan tidak dapat dipengaruhi olehnya. Untuk mencapai tujuannya secara efektif, perusahaan harus mempertimbangkan dengan cermat lingkungan eksternal. Hasil identifikasi lingkungan eksternal perusahaan harus sejalan dengan lingkungan internal. Penilaian kesesuaian dengan tujuan strategis perusahaan dan

penerapan langkah-langkah untuk meningkatkan daya saing strategis didasarkan pada sejauh mana keduanya kompatibel.²⁹

c. Analisis SWOT

Suatu organisasi mungkin mendapat manfaat dari melakukan analisis SWOT dengan mempertimbangkan peluang, kekuatan, kelemahan, dan ancaman proyek atau rencana tersebut. Empat bagian yang membentuk "SWOT" yaitu "kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman"—membentuk satu kesatuan yang kohesif. Di sini, bisnis mencari tahu apa yang ingin dicapai dengan proyek atau rencana tersebut, dan kemudian mencari faktor internal dan eksternal yang akan mendukung atau mengancam dalam mencapai tujuan tersebut.³⁰

Analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) memberikan ringkasan deskriptif situasi. Unsur masukan dalam penelitian ini adalah setting dan kondisi yang dikategorikan berdasarkan kontribusi yang diberikan. Empat bagian utama analisis ini adalah sebagai berikut:³¹

1) Kekuatan (*Strength*)

Dalam konteks ini mengacu pada keunggulan atau aspek positif yang mencolok dari perusahaan/produk yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif (keunggulan dalam bersaing).

2) Kelemahan (*Weakness*)

Berbeda dengan *strengths*, *weaknesses* adalah hal-hal yang tidak dimiliki perusahaan yang dapat mengurangi peluang keberhasilannya di pasar.

²⁹ Marhawati, "Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal", dalam(*journal of economic education Entrepreneurship Studies*), Vol. 4, No. 1, 2023.

³⁰ Andika, Muhammad. "Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan PT. Al Muchtar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam", (Diss. UIN Ar-Raniry, 2021).

³¹ Dr.Ir. Ahmad,AC,ST,MM, "Manajemen Strategis", (CV. Nas Media Pustaka, Makassar 2020). hal.57-58

3) Peluang (*Opportunity*)

Peluang adalah faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh suatu bisnis untuk mengembangkan bisnisnya, memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, atau meningkatkan profitabilitas.

4) Ancaman (*Threat*)

Berbeda dengan peluang, ancaman memberikan bahaya nyata terhadap bisnis, seperti hambatan terhadap pertumbuhan pasar atau keuntungan finansial.³²

Mempertahankan kekuatan, memanfaatkan peluang, meminimalkan kelemahan, dan menghindari ancaman adalah tujuan umum dari analisis SWOT. Jika diterapkan dengan benar, analisis SWOT akan mengungkap faktor-faktor yang mungkin luput dari perhatian. Karena orang yang berbeda bisa sampai pada kesimpulan yang berbeda tentang suatu organisasi berdasarkan pengalaman dan perspektif mereka sendiri, jenis penelitian ini bersifat deskriptif dan terkadang subjektif. Ini wajar karena analisis SWOT memberikan arahan tanpa menawarkan solusi instan dalam mengatasi suatu masalah.³³

Tabel 1.1 Matriks Analisis SWOT

EFAS / IFAS	Strengths (S) Faktor-faktor Kekuatan	Faktor-faktor Kelemahan Weakness (W)
Oportunities (O) Elemen yang dapat ditransformasikan menjadi peluang	Strategi (SO) Kembangkan rencana untuk memanfaatkan peluang dengan memanfaatkan kekuatan	Strategi (WO) Kembangkan strategi untuk memitigasi kelemahan untuk memanfaatkan

³² Septiyani, Tenti, et al. "Strategi Pengembangan Organisasi Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Falah Cicalengka." *al-Afkar, Journal For Islamic Studies* 6.1 (2023) hal. 300-313.

³³ Irmayani, Irmayani. "Strategi Manajemen dalam Peningkatan Pelayanan dan Kepercayaan Jamaah Haji dan Umrah (Studi pada PT. Zakiah Dina Tayyibah Tour dan Travel Kota Parepare)". Diss. IAIN Parepare, 2018.

	perusahaan.	kemungkinan yang ada.
Treats (T) Unsur ancaman yang berbahaya perlu segera ditangani.	Strategi (ST) Kembangkan strategi yang memanfaatkan kekuatan.	Strategi (WT) Kembangkan rencana untuk mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan kemungkinan yang ada.

Sebagai langkah pertama, pengumpulan data dan melakukan klasifikasi serta pra-analisis merupakan komponen penting dari analisis SWOT. Biasanya, ada dua jenis data: internal dan eksternal.³⁴ Laporan keuangan, SDM, operasional, dan pemasaran perusahaan merupakan contoh data internal. Riset pasar, pemasok, pesaing, peraturan pemerintah, dan kelompok tertentu adalah contoh data eksternal. External Factor Analysis Summary (EFAS) dan Internal Factor Analysis Summary (IFAS) biasanya digunakan dalam bidang analisis.³⁵ Selanjutnya, berdasarkan analisis SWOT, ada empat pendekatan yang mungkin dilakukan:

a. Strategi SO (Strengths-Opportunities)

Pendekatan ini memanfaatkan kekuatan perusahaan sehingga dapat memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan di luar kendalinya.

b. Strategi ST (Strengths-Threats)

Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi ancaman yang mungkin muncul.

c. Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)

Strategi ini memanfaatkan peluang eksternal dan memitigasi kelemahan internal organisasi.

³⁴ Freddy Rangkuti, "Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT", (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), Hal.24

³⁵ Paulus Wardoyo, "Alat Analisis Manajemen", (Semarang: Semarang University Press, 2011), hal.3

d. Strategi WT (Weaknesses-Threats)

Strategi ini bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal perusahaan dan menghindari bahaya eksternal.

4. Unsur Pelayanan

Berikut ini adalah persyaratan minimum layanan yang akan ditawarkan kepada calon klien dan digunakan untuk menghitung indeks kepuasan pelanggan:

a) Prosedur pelayanan

Prosedur pelayanan adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh individu atau organisasi sesuai dengan protokol yang ditetapkan untuk kepentingan individu atau organisasi lain yang sesuai hak-hak mereka.

b) Persyaratan pelayanan

Untuk menjalankan suatu layanan, penerima harus memenuhi syarat dan ketentuan tertentu yang disebut dengan persyaratan layanan. Kriteria ini mungkin bersifat teknologi atau administratif. Publikasi kebutuhan layanan dengan cara yang jelas dan mudah dipahami sangatlah penting. Persyaratan minimal yang dapat ditetapkan harus dipenuhi oleh masyarakat, seperti isian daftar diri dan dokumen pendukung isian daftar. Persyaratan administrasi yang harus dipenuhi oleh penerima layanan meliputi kelengkapan administrasi.³⁶

c) Kejelasan petugas pelayanan

Kejelasan petugas pelayanan adalah keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan, meliputi nama, jabatan, wewenang dan tanggung jawabnya. Kejelasan petugas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik. Kejelasan petugas pelayanan sangat penting untuk memberikan kepastian dan

³⁶ Ferry Setyadi Atmadja, Sugiharto "Strategi Pelayanan Prima Dalam Menumbuhkan Kepercayaan Jamaah Umrah Pada PT. Wisata Titian Nusantara Pelangi." Jurnal Manajemen Dakwah 7.1 (2019).

kenyamanan masyarakat dalam memperoleh pelayanan publik. Selain itu, kejelasan petugas pelayanan juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan lembaga pelayanan publik. Beberapa faktor yang mempengaruhi kejelasan petugas pelayanan antara lain kemampuan petugas, kedisiplinan petugas, dan tanggung jawab petugas dalam menyelenggarakan dan menyelesaikan pelayanan. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga pelayanan perlu memperhatikan kejelasan petugas pelayanan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan publik.

d) Kedisiplinan petugas pelayanan

Dalam memberikan pelayanan, kedisiplinan petugas pelayanan sangat diperhatikan, khususnya dalam menjaga konsistensi jam kerja sesuai aturan terkait. Peningkatan kualitas pelayanan bergantung pada disiplin petugas pelayanan. Masyarakat dapat merasa lebih nyaman dan aman apabila mendapat pelayanan dari petugas pelayanan yang disiplin. Selain itu, kedisiplinan petugas pelayanan juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan lembaga pelayanan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kedisiplinan petugas pelayanan antara lain motivasi, pengawasan, dan sanksi.

e) Tanggung jawab petugas pelayanan

Memperjelas peran dan tanggung jawab dalam administrasi dan penyelesaian layanan merupakan bagian penting dari pekerjaan petugas layanan.

f) Kemampuan petugas pelayanan

Kapasitas petugas pelayanan diartikan sebagai tingkat kompetensi, pemahaman, dan pelatihan yang dimiliki petugas dan staf dalam melaksanakan tugasnya. Kemampuan ini penting untuk memberikan layanan yang efektif dan memuaskan kepada pelanggan.

g) Kecepatan pelayanan

Kecepatan pelayanan merujuk pada sejauh mana layanan diberikan dengan cepat dan efisien kepada pelanggan. Ini penting karena pelanggan sering mengharapkan respon yang cepat dan tidak suka menunggu terlalu lama.

h) Keadilan mendapatkan pelayanan

Keadilan mendapatkan pelayanan Ini berarti bahwa semua pelanggan harus diperlakukan dengan adil dan setara tanpa diskriminasi. Agar layanan menjadi adil, layanan tersebut harus dapat diakses oleh semua orang tanpa diskriminasi.

i) Kesopanan dan keramahan petugas

Petugas yang ramah dan baik hati menjadikan pengalaman kliennya lebih menyenangkan. Ini mencakup cara berbicara, sikap, dan perilaku yang ramah dan sopan terhadap pelanggan.

j) Kewajaran biaya pelayanan

Pelanggan hanya boleh membayar layanan jika harganya wajar dibandingkan dengan nilai yang mereka peroleh. Biaya berlebihan yang tidak masuk akal bisa dianggap berlebihan.

k) Kepastian biaya pelayanan

Kepastian biaya pelayanan Artinya pelanggan harus mengetahui secara pasti berapa besaran biaya yang harus mereka bayarkan untuk suatu pelayanan tertentu. Tidak boleh ada biaya tersembunyi atau kejutan yang tidak diharapkan.

l) Kepastian jadwal layanan

Pelanggan perlu mengetahui jadwal operasional atau waktu pelayanan yang tersedia. Kepastian jadwal membantu pelanggan merencanakan kunjungan atau penggunaan layanan dengan lebih baik.

m) Kenyamanan lingkungan

Kenyamanan lingkungan mencakup aspek-aspek seperti kebersihan, keamanan, dan kenyamanan fisik dari tempat

pelayanan. Pelanggan ingin merasa nyaman dan aman saat menggunakan layanan.

n) Keamanan pelayanan

Keamanan pelayanan ini sangat penting. Pelanggan harus merasa aman dan dilindungi saat menggunakan layanan. Ini mencakup perlindungan dari ancaman fisik, kejahatan, atau pelanggaran privasi.³⁷

5. Ciri – ciri pelayanan prima

Untuk memberikan pelayanan yang baik, suatu bisnis harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Personil dan aset fisik yang dimiliki adalah bukti kemampuan ini. Orang yang memberikan jasa merupakan aspek terpenting dalam menentukan kualitas jasa tersebut. Selain itu, pekerja juga harus menjadi komunikator yang baik, sopan, dan bertanggung jawab terhadap jemaah.

Beberapa faktor yang harus diperhatikan untuk memberikan pelayanan prima baik kepada perusahaan maupun karyawan:³⁸

a. Sarana dan prasarana yang memadai

Pelanggan pada dasarnya ingin dilayani secara prima. Dalam hal pelayanan pelanggan, sarana dan prasarana suatu perusahaan sama pentingnya dengan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia. Untuk memenuhi harapan konsumen maka perlengkapan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tamu perlu dilengkapi dengan fasilitas yang bervariasi.

b. Karyawan yang berkualitas

Karyawan yang berkualitas adalah orang yang memiliki keterampilan, pengetahuan dan perilaku yang sesuai dengan tugas dan tanggungjawab mereka di lingkungan kerja. Mereka cenderung

³⁷ Rudi Rinaldi , “Analisis Kualitas Pelayanan Publik”, dalam *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 2, No. 1 Tahun 2012

³⁸ Kasmir, “Dasar-dasar Perbankan,” (Jakarta: Rajawali Gravindo Persada, 2018). Edisi Revisi Cet-12 hal. 257

memiliki kemampuan untuk berkolaborasi dalam tim, berkomunikasi secara efisien, mengembangkan ide-ide baru, serta beradaptasi dengan perubahan. Terlebih lagi, mereka menunjukkan integritas, etika kerja yang kuat, dan tekad untuk mencapai hasil kerja yang unggul. Kenyamanan pelanggan juga dipengaruhi oleh petugas yang memperhatikan kebutuhan mereka. Petugas harus cerdas, ramah, sopan, menarik, tanggap, dan pemikiran yang baik.

c. Karyawan harus Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai

Dalam hal ini, karyawan memegang tanggung jawab dan menyelesaikannya sampai selesai, tanpa mengalihkan atau mengabaikan tanggung jawab di tengah jalan, itulah artinya bertanggung jawab dari awal hingga akhir. Setiap karyawan harus mampu memberikan pelayanan dari awal hingga akhir dalam menjalankan tugasnya.

d. Kemampuan karyawan dalam komunikasi

Kemampuan dalam komunikasi yaitu keterampilan komunikasi karyawan mencakup kapasitasnya untuk menyampaikan ide, informasi, atau pesan secara efektif kepada orang lain melalui lisan atau tulisan. Hal ini mencakup mendengarkan secara aktif, ucapan atau tulisan yang tepat, dan kapasitas untuk memahami dan merespon komunikasi. Selain itu juga diharuskan bisa berbicara dengan jelas terhadap konsumen dan memahami keinginan mereka. Hindari penggunaan istilah yang sulit dipahami dan pastikan bahasanya sederhana dan lugas.

e. Pelayanan yang cepat dan tepat

Agar tuntutan atau keinginan pelanggan dapat berhasil dipenuhi, maka pelayanan harus diberikan secara cepat dan tepat oleh karyawan. Petugas diharapkan mampu melayani konsumen dengan sesuai prosedur. Pelayanan harus tepat waktu dan tidak membuat kesalahan, serta sesuai dengan keinginan konsumen.

f. Menyediakan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Pada dasarnya, menjaga privasi pelanggan sama dengan menjamin kerahasiaan semua transaksi keuangan. Oleh karena itu, petugas *Customer Service* atau karyawan harus memiliki keterampilan yang diperlukan untuk melindungi informasi pelanggan dari individu yang tidak berwenang. Privasi pelanggan adalah pondasi kepercayaan pelanggan terhadap bank.

g. Mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang kuat

Merupakan syarat mutlak untuk menjadi *Customer Service* (CS). Karena interaksi yang berkelanjutan dengan pelanggan, petugas CS harus diberikan pelatihan khusus untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam berkomunikasi dan melayani.

h. Mengusahakan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan

Berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan artinya karyawan itu harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan pelanggan. Mengusahakan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan merupakan hal yang penting. *Customer Service* (CS) harus responsif terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggan. Keterlambatan dalam respons dapat membuat pelanggan pergi. Upaya untuk memahami keinginan dan kebutuhan klien sangatlah penting.

i. Kemampuan untuk membangun kepercayaan dengan pelanggan

Mendapatkan pelanggan sangat bergantung pada kepercayaan calon konsumen. Hal yang sama juga berlaku dalam mempertahankan pelanggan yang mana kepercayaan harus dijunjung tinggi. Semua ini bergantung pada layanan yang diberikan oleh petugas CS dan seluruh karyawan.

6. Indikator Pelayanan Prima

Terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang dituangkan dalam prinsip pelayanan, yaitu sebagai berikut :³⁹

a. Berwujud (*Tangible*)

Tangible yaitu kualitas pelayanan yang terlihat secara fisik atau nyata seperti penampilan pegawai, sarana perkantoran, administrasi yang terkomputerisasi, ruang tunggu, dan tempat informasi. Beberapa tanda indikatornya adalah:

- 1) Penampilan petugas dalam melayani pelanggan.
- 2) Kenyamanan lokasi pelayanan.
- 3) Kemudahan proses pelayanan.
- 4) Disiplin petugas dalam memberikan pelayanan.
- 5) Kemudahan akses bagi pelanggan ketika meminta pelayanan
- 6) Penggunaan alat dalam pelayanan.⁴⁰

b. Empati (*Emphaty*)

Saat berhadapan dengan pelanggan, empati berarti menjaga sikap tegas namun penuh kasih sayang. Ketersediaan untuk memberikan setiap pelanggan perhatian penuh yang mereka butuhkan. Bersikap empati berarti berupaya untuk berhubungan, melindungi, dan memahami keinginan, kebutuhan, dan perasaan tamu.

Beberapa tanda indikatornya adalah:

- 1) Mengutamakan kepentingan pelanggan/pemohon.
- 2) Pelayanan yang dilakukan petugas dengan sikap ramah.
- 3) Pelayanan yang dilakukan petugas dengan sikap sopan santun.
- 4) Pelayanan yang dilakukan petugas tanpa diskriminasi.
- 5) Pelayanan yang dilakukan petugas dengan menghargai setiap pelanggan.

³⁹ Muhammad Bagus Firdaus ,Drs. H. Akhmad et, al “*Strategi Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Fitnees Alpha Gym Banjarmasin*”(2020).

⁴⁰ Resti Wildayati dkk, “*Optimalisasi Pelayanan Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jama'ah*”, Vol. 17, (Bandung: Anida Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah 2018), hal. 167.

Terdapat dalam Q.S An- Nahl: 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ
يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya :

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.⁴¹

c. Keandalan (*Reliability*)

Reliability berarti kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan kepada tamu dengan akurat dan tepat. Pemenuhan janji pelayanan segera dan dapat memuaskan sebuah organisasi. *Reliability* atau kepercayaan merupakan kecakapan dalam memberikan pelayanan yang tepat dan dapat diandalkan yang meliputi waktu dan kecakapan dalam menangani pelanggan. Berikut beberapa indikatornya:

- 1) Keandalan pelayanan yang diberikan oleh petugas.
- 2) Standar pelayanan bersifat eksplisit atau jelas.
- 3) Kemampuan orang atau perangkat untuk menggunakan alat bantu mobilitas.
- 4) Pengetahuan tentang cara penggunaan alat secara efektif dalam proses pelayanan oleh petugas.

Terdapat dalam Q.S An Nahl : 91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ
عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya:

“Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu

⁴¹ Q.S An- Nahl: 90

telah menjadikan Allah sebagai saksi (terhadap sumpah itu).
Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.⁴²

d. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Responsiveness berarti waspada terhadap lingkungan dan ingin segera membantu pelanggan agar dapat memberikan layanan yang cepat. Dedikasi serius untuk memuaskan pelanggan dengan mengantisipasi kebutuhan mereka dan memberikan layanan yang dapat diandalkan dan tepat waktu. Memiliki konsep pelayanan yang responsif sangatlah penting. Diantara indikatornya adalah:

- 1) Merespon setiap pelanggan atau kandidat yang meminta bantuan.
- 2) Pelayanan yang diberikan petugas dilaksanakan dengan cepat.
- 3) Pelayanan yang diberikan petugas dan personel dilakukan dengan baik.
- 4) Pelayanan yang diberikan petugas dilaksanakan dengan ketelitian.
- 5) Petugas dan aparaturnya melaksanakan tugasnya pada waktu yang telah ditentukan.
- 6) Petugas menanggapi semua kekhawatiran konsumen.

Terdapat dalam Q.S As Syarh (94):7

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya: “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain”.⁴³

e. Kepastian atau jaminan (*Assurance*)

Keahlian, sikap, dan rasa percaya diri karyawan merupakan aspek jaminan. Dimensi *Assurance* meliputi kemampuan untuk memberikan pelayanan, sopan dan menghargai tamu. Seorang karyawan dapat menggunakan keahlian dan kesopannya untuk

⁴² Q.S An Nahl : 91

⁴³ Q.S As Syarh (94):7

membangkitkan kepercayaan pelanggan dengan kejelasan dan kepastian.⁴⁴ Beberapa tanda indikatornya adalah:

- 1) Petugas memastikan layanan akan segera diberikan.
- 2) Biaya pelayanan dijamin oleh petugas.
- 3) Memiliki petugas di staf memastikan bahwa segala sesuatunya dilakukan secara legal.
- 4) Petugas memastikan bahwa biaya layanan selalu diketahui sebelumnya.⁴⁵

7. Pelaksanaan Pelayanan Ibadah Haji dan Umroh

Menurut Sukayat menjelaskan bahwa dalam pelaksanaan ibadah haji maupun umroh, terdapat beberapa aspek pelayanan yang meliputi:

a. Administrasi

Pendaftaran, pembayaran, dan dokumen imigrasi adalah contoh kegiatan administratif yang mencakup semua anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.

b. Bimbingan Manasik

Tujuan dari pemberian panduan Manasik kepada calon jemaah umroh adalah untuk memastikan bahwa mereka dapat melaksanakan ibadah umrah dengan baik dengan memberikan bekal, arahan, dan panduan dalam prosesnya. Bimbingan ini terdiri dari tiga bagian, yaitu:⁴⁶

1) Bimbingan umroh

Bimbingan umroh adalah bimbingan yang diberikan sebelum, selama, dan setelah ibadah umroh. Bimbingan ini mencakup tata cara ibadah umroh, seperti niat, thawaf, sai, dan

⁴⁴ Hamim, Sufian, Lolita Vianda, and Sella Pitaloka. "Penerapan Prinsip Prinsip Pelayanan Publik Di Bidang Pelayanan Pendaftaran Penduduk Dan Catatan Sipil Dinas Kependudukan Dan Catatan Sipil Kota Pekanbaru." *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik* 6.1 (2020), hal.1-10.

⁴⁵ Nuriyanto, Elok. "Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Two Stray (TSTS) Pada Siswa SMP." (*Jurnal Suluh Edukasi* Vol 1. NO. 1 2020), hal.101-120.

⁴⁶ Akhmad Muhfid AR, "Manasik Haji & Umroh", (Yogyakarta: 2015), hal.8.

tahallul, serta tata cara ibadah di tanah suci. Bimbingan juga dilakukan pasca umroh untuk memastikan jamaah memahami tata cara ibadah dengan baik. Bimbingan umroh bertujuan untuk memastikan ibadah umroh dilakukan dengan benar dan sesuai tuntunan agama. Bimbingan umroh dapat dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk agen travel, kelompok bimbingan haji dan umrah, serta para ustadz.

2) Bimbingan yang dilakukan ketika di Tanah Suci

Bimbingan yang diberikan di Tanah Suci mencakup tindakan pendampingan dan pengkoordinasian ibadah haji bagi jamaah haji di Tanah Suci. Tim Pembinaan Ibadah Haji Indonesia (TPIHI) merupakan salah satu contoh organisasi dengan berbagai keahlian yang didatangkan Kementerian Agama untuk membantu mengarahkan jamaah selama menunaikan ibadah haji di Tanah Suci.

Sebagai tujuan utama ibadah haji sebelum perjalanannya ke Tanah Suci, pemberian bimbingan tentang tata cara haji merupakan layanan penting dalam penyelenggaraan perjalanan haji. Pemerintah telah menunjuk penasihat ibadah dan pemandu ibadah untuk membantu kebutuhan ibadah jamaah haji guna memberikan arahan tersebut.

Pemantauan kegiatan bimbingan ibadah haji untuk memastikan kepatuhan terhadap rencana dan standar yang telah ditetapkan sebelumnya merupakan salah satu dari banyak proses yang dilakukan dalam bimbingan ibadah haji. Standar ditetapkan, aktivitas diukur, aktivitas dibandingkan dengan standar, dan tindakan perbaikan apa pun yang diperlukan diambil sebagai bagian dari pemantauan ini.

3) Bimbingan pasca umroh

Bimbingan pasca umroh adalah bimbingan atau konseling pasca umrah yang diberikan kepada jamaah umrah

setelah selesai umrah. Bimbingan tersebut dapat berupa nasehat bagaimana menjaga kemaslahatan rohani umrah, bagaimana menerapkan hikmah yang didapat selama umrah dalam kehidupan sehari-hari, dan bagaimana terus memperkuat keimanan. Bimbingan pasca umroh dinilai penting untuk membantu jamaah mempertahankan perubahan positif yang dialami selama umrah dan memastikan kemaslahatan umrah bertahan lama.⁴⁷

c. Transportasi

Transportasi merupakan alat yang digunakan sebagai sarana perjalanan dalam pelaksanaan ibadah umrah. Transportasi memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana jamaah dapat melakukan perjalanan dari daerah asal ke Tanah Suci dan kembali dengan sesuai jarak tempuh dan daya angkut yang memadai.

d. Akomodasi

Saat merencanakan umroh, akomodasi merupakan faktor penting lainnya yang perlu dipikirkan. Yang termasuk dalam kategori ini adalah pilihan penginapan yang dilengkapi dengan minuman untuk membantu jamaah menjaga suasana khusyuk selama beribadah.

e. Konsumsi

Penyajian makanan yang layak dan memenuhi standar gizi serta higienis merupakan salah satu bentuk pelayanan yang membuat jamaah merasa nyaman dan puas.

f. Kesehatan

Pemeriksaan kesehatan, vaksin, dan pengobatan merupakan bagian dari pelayanan kesehatan yang diberikan kepada jamaah

⁴⁷ <https://travelwifi.id/bimbingan-umroh-wajib-tahu-sebelum-ibadah-ke-tanah-suci/>

agar dapat tetap sehat sepanjang perjalanan umroh dan kembali ke Indonesia tanpa tertular atau menyebarkan penyakit apapun.⁴⁸

8. Fungsi Bidang Pelayanan Haji dan Umroh

Penyelenggaraan ibadah haji dan umrah mencakup berbagai tugas pokok dalam memenuhi kewajiban yang digariskan dalam Pasal 447, seperti:

- a. Perencanaan strategis dan pengembangan kebijakan teknis penyelenggaraan haji dan umrah.
- b. Membantu pengurusan jemaah haji dan umrah, menyelenggarakan sistem informasi haji, serta memberikan pelayanan, bimbingan, dan pembinaan mengenai pendaftaran, pengurusan surat-surat, perlengkapan haji, dan keuangan haji.⁴⁹
- c. Dalam rangka perencanaan ibadah haji dan umrah, melakukan evaluasi dan menulis laporan.

B. Peningkatan Minat Bergabung

Peningkatan merujuk pada suatu proses atau metode yang digunakan untuk meningkatkan atau memajukan sesuatu agar mencapai tingkat yang lebih baik. Perbaikan dalam konteks penelitian dapat dipahami sebagai upaya untuk menghasilkan hasil yang lebih baik dari sebelumnya. Peningkatan mengacu pada perubahan progresif yang memerlukan upaya untuk meningkatkan derajat, kualitas, atau kuantitas suatu entitas. Hal ini dapat mencakup peningkatan standar atau peningkatan kualitas serta proses membuat perubahan positif terhadap praktik, aktivitas perusahaan, dll. Peningkatan juga dapat berarti upaya untuk meningkatkan derajat, tingkat, kualitas, atau kuantitas sesuatu selain merasa bangga dan puas dengan diri sendiri atas pencapaian yang

⁴⁸ Mukminin, Furqan “*Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umrah*,” Skripsi (Semarang: 2015), Hal. 48-50, eprints.walisongo.ac.id, diakses pada tanggal 11 Februari 2018.

⁴⁹ Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Instansi Vertikal Kementerian Agama Pasal 44.

diharapkan.⁵⁰ Sedangkan Minat seseorang dapat didefinisikan sebagai kecenderungannya untuk bereaksi dengan cara tertentu terhadap dunia di sekelilingnya. Ketika seseorang menemukan aspek atau makna dalam suatu keadaan yang berhubungan dengan keinginan atau kebutuhannya, hal ini terjadi. Itulah sebabnya seseorang akan memperhatikan apa yang mereka lihat jika hal itu membangkitkan rasa ingin tahu mereka.

Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa meningkatnya minat bergabung yaitu suatu rasa lebih suka dan ketertarikan pada biro atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Sehingga keinginan mereka untuk mendaftarkan diri di biro tersebut.

C. Jama'ah Haji dan Umroh

1. Pengertian Jama'ah Haji dan Umroh

Dalam Islam, "jama'ah" mengacu pada kumpulan individu dalam jumlah besar yang dipersatukan oleh tujuan bersama atau kesepakatan bersama mengenai suatu masalah tertentu. Yang dimaksud dengan "Jama'ah" adalah sekelompok umat Islam yang meneladani amal shaleh para pendahulu muslimnya, seperti para sahabat, tabi'in, dan orang-orang yang berpegang teguh pada ajaran Al-Qur'an dan Sunnah baik lahir maupun batin.⁵¹ Jama'ah, di sisi lain, adalah kumpulan individu yang memiliki nilai, prinsip, keyakinan, tanggung jawab, dan aspirasi yang sama. Umat muslim yang mengikuti hukum Islam dan mengamalkan prinsip "Taawun" (saling membantu) dan (Bekerja sama) diajarkan untuk membentuk komunitas yang erat yang dapat mencapai tujuan.⁵²

Haji secara harfiah memiliki arti mengunjungi, berziarah atau pergi ke tempat tertentu pada tahun haji. Hukum Syariah

⁵⁰ Yunita, I., "Pengaruh Fasilitas Kerja, Motivasi Kerja, dan Disiplin Kerja Pegawai Kantor Kecamatan Awayan Kabupaten Balangan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB 2022).

⁵¹ Lihat Kamus Bahasa: Lisanul' Arab Mukhtaarush Shihaah, dan al- Qalamuusul Muhiith (Bab Jamaah)

⁵² Selviana, *Pelayanan Jama'ah Haji Di Kantor Kementerian Agama Kota Jakarta Selatan Tahun 2015*, Hal. 105

mendefinisikan haji sebagai ziarah ke Mekah untuk berdoa di Ka'bah dan menjalankan ibadah keagamaan tertentu. Waktu khusus yang dimaksud adalah periode bulan-bulan haji dalam tahun hijriyah yang mencakup bulan Syawal hingga 10 hari pertama bulan Dzulhijjah. Berbagai latihan dilakukan pada tanggal 1 dan 12 Dzulhijjah, antara lain Tawaf, Sa'i, Wukuf di Muzdalifah, Melempar Jumrah, Mabit di Mina, dan masih banyak lagi.⁵³

Maksud dari umroh adalah melakukan perjalanan ziarah atau mengunjungi tempat-tempat tertentu. Meskipun demikian, ibadah haji yang dikenal dengan Umrah adalah mengunjungi Baitullah di Makkah Al Mukarramah untuk melakukan tawaf, sa'i, dan tahallul sesuai dengan kriteria dan rukun yang telah ditentukan. Hanya pada Hari Arafah, Hari Nahar, dan Hari Tashrik saja ibadah umrah dilakukan. Umroh memiliki durasi yang lebih singkat dan proses yang lebih sederhana dibandingkan dengan ibadah haji. Umrah dapat dilakukan kapan saja sepanjang tahun, atau dapat dilakukan bersamaan dengan ibadah haji di bulan haji. Meskipun haji melibatkan praktik umroh, umrah tidak dapat dilakukan terpisah dari ibadah haji.

Berdasarkan pengertian di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan mengenai jamaah haji sebagai berikut: mereka adalah sekelompok warga negara Islam yang telah mendaftar menurut aturan yang dengan sengaja menunaikan seluruh ibadah haji, termasuk ihram, wukuf, tawaf, sa'i, dan tahallul, guna mencari keselamatan dari Allah SWT.

2. Penyelenggaraan Ibadah Haji di Indonesia

Untuk mengatasi kendala yang terus terjadi dalam penyelenggaraan ibadah haji, dilakukan penyempurnaan melalui Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008. Tujuan dari undang-undang ini adalah untuk memberikan rasa aman, ketertiban, dan legalitas kepada jamaah yang ingin menunaikan ibadah haji dan umrah. Rukun

⁵³ Sulaiman Al-Faifi, "Mukhtashar Fiqih Sunnah", (Solo Aqwan, 2010), hal. 353

Islam yang kelima, sebagaimana ditentukan dalam perintah ini, adalah bahwa semua umat Islam yang mampu harus menunaikan ibadah haji sekali seumur hidup. Administrasi, pengarahan, penginapan, transportasi, kesehatan, keamanan, dan keperluan lainnya bagi jamaah haji semuanya dituangkan dalam undang-undang ini sebagai tugas pemerintah. Selain itu, menurut ajaran Islam, jamaah haji mempunyai hak atas dukungan, bantuan, dan keselamatan selama menunaikan ibadah haji. Hak atas nasihat, pelayanan, dan keselamatan selama menunaikan ibadah haji dijamin bagi jamaah haji sesuai Pasal 7 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji:

- a. Petunjuk pelaksanaan ibadah haji atau sumber lainnya, baik di rumah, di jalan, atau di Arab Saudi
- b. Penginapan, makanan, transit, dan perawatan kesehatan yang cukup, baik di dalam negeri maupun ketika mengunjungi Arab Saudi
- c. Keamanan yang diberikan kepada warga negara Indonesia
- d. Kemampuan untuk menggunakan paspor biasa dan kredensial ibadah haji lainnya
- e. Pengaturan transportasi dan penginapan yang menyenangkan di negara asal, Arab Saudi, dan saat kembali lagi ke tanah air.

Aspek kebijakan, pelaksanaan, dan pengawasan dituangkan dalam Pasal 8 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji. Secara resmi, Kementerian Agama merupakan lembaga pemerintah yang bertugas merumuskan kebijakan dan melaksanakan ibadah haji.

Analisis terhadap kebijakan-kebijakan yang diterapkan dalam penyelenggaraan ibadah haji akan dilakukan dengan mengacu pada teknik analisis kebijakan yang ditetapkan oleh Dunn, yaitu:

1. Monitoring, yaitu menghasilkan data mengenai alasan dan hasil kebijakan sebelumnya.

2. Prakiraan, dalam arti membuat prakiraan yang memberikan data mengenai potensi hasil dari berbagai kebijakan di masa depan
3. Evaluasi, didasarkan pada data tentang pentingnya kebijakan di masa lalu dan masa depan.
4. Saran, berupa uraian yang dapat menghasilkan data tentang tindakan di masa depan yang dapat memberikan hasil.

Persepsi, evaluasi emosi, dan sikap selalu dihadapkan pada suatu benda atau peristiwa tertentu; Dalam konteks ini, persepsi masyarakat (society perception), khususnya yang berkaitan dengan jamaah haji, biasanya diartikan dengan opini, sikap, penilaian, perasaan, dan lain-lain.⁵⁴

Peran Menteri Agama di Arab Saudi adalah membina kerja sama dan koordinasi antar anggota masyarakat terkait, instansi pemerintah, dan kementerian terkait. Komisi Pengawas Haji Indonesia (KPHI) bertugas mengawasi pelaksanaan ibadah haji. Pasal 10 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji menyatakan bahwa tanggung jawab penyelenggaraan ibadah haji ada pada pemerintah. Oleh karena itu, menjadi tanggung jawab pemerintah untuk memastikan seluruh aspek ibadah haji tertata dan terfasilitasi dengan baik. Hal ini mencakup perhitungan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH), penjabaran ibadah haji secara rinci, memastikan tersedianya transportasi, makanan, penginapan, kesehatan, serta dukungan administrasi dan dokumen yang memadai.

⁵⁴ Abdal. “ Implementasi Kebijakan Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Jemaah Haji di Kabupaten Garut”. (Jurnal Inovasi Penelitian, Vol. 2, No.1 (2021), hal. 3

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan

Penulis menggunakan metode kualitatif dalam penelitian ini. Mengumpulkan data deskriptif melalui penjelasan verbal atau tertulis, mengamati perilaku manusia, dan termasuk interaksi manusia merupakan komponen dari pendekatan ini. Pendekatan analitis setelah pengumpulan data, data diorganisasikan secara metodis dan dibandingkan dengan data yang dikumpulkan melalui tinjauan pustaka.

⁵⁵

2. Jenis Penelitian

Penelitian lapangan (*field research*) akan menjadi dasar penelitian penulis, yang mencakup eksperimen dan pengamatan yang dilakukan di lokasi khusus untuk menyelidiki berbagai fenomena objektif yang terjadi di tempat tersebut. Hasil penelitian ini akan direkam dalam bentuk laporan ilmiah. Penulis melakukan kerja lapangan untuk mengumpulkan data dan informasi yang tepat dan komprehensif berkaitan dengan masalah penelitian. Peneliti akan pergi langsung ke lokasi penelitian di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani No. 278E, Manahan Banjarsari Surakarta.

2. Waktu Penelitian

Peneliti ini melakukan penelitian dari bulan November 2023-Januari 2024.

⁵⁵ Lexy J. Moeleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif* “ Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, (2009), hal .28

C. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah Travel PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta.

2. Obyek Penelitian

Obyek Penelitian dalam penelitian ini adalah Strategi Pelayanan Dalam meningkatkan Minat Jama'ah Haji dan Umroh di PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta.

D. Sumber Data Penelitian

Terdapat dua jenis data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, yang diklasifikasikan menurut sumbernya:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti atau pengguna informasi dengan menggunakan data itu sendiri dari sumber aslinya. Data utama penelitian ini berasal dari wawancara mendalam dengan karyawan dan jama'ah lainnya yang dapat memberikan gambaran tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan minat jama'ah di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah Informasi yang tidak diambil langsung dari sumber primer, melainkan diperoleh dari sumber lain yang serupa. Data ini berfungsi sebagai landasan informasi primer yang dikumpulkan dari berbagai sumber, antara lain buku, artikel jurnal, publikasi, dan bahan relevan lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti peneliti.⁵⁶

E. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan berbagai teknik untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, termasuk:

⁵⁶ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,"(Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 244.

1. Observasi

Menurut Sugiyono Jika dibandingkan dengan metode pengumpulan data lain seperti survei dan wawancara, observasi menawarkan kualitas yang unik. Peneliti sering menggunakan observasi sebagai metode untuk mempelajari perilaku manusia dan subjek yang diteliti tidak terlalu besar. Peneliti dapat melibatkan subjek secara aktif (partisipatif) atau mengamati secara pasif (non-partisipatif) untuk mengumpulkan data.⁵⁷ Proses pengumpulan data melalui observasi memerlukan pencatatan peristiwa dengan cara yang metodis, logis, obyektif, dan masuk akal. peneliti dapat melakukan observasi dalam kehidupan nyata atau dalam lingkungan simulasi yang dirancang untuk membantu peneliti mempelajari sesuatu.

Observasi penelitian berkontribusi pada pemahaman yang lebih dalam tentang topik yang dibahas, termasuk teknik layanan yang bertujuan untuk menarik minat jamaah haji dan umrah. Semua informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah faktual dan berdasarkan penelitian langsung terhadap Hajar Aswad, peningkatan kehadiran haji dan umrah saat ini, dan inisiatif layanan yang bertujuan untuk menarik perhatian calon jamaah haji.

2. Wawancara

Wawancara terdiri dari pertukaran pertanyaan dan jawaban yang direncanakan antara pewawancara dan orang yang diwawancarai.⁵⁸ Ini merupakan teknik untuk mengumpulkan data melalui percakapan dan tanya jawab. Pertemuan tatap muka antara pewawancara dan informan bertujuan untuk mengumpulkan data yang relevan untuk penelitian. Perlu adanya saling pengertian dan kapasitas untuk memberikan informasi yang akurat agar orang yang diwawancarai dapat dianggap sebagai sumber penelitian yang dapat

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014).

⁵⁸ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2017), hal 26

dipercaya. Tujuan melakukan wawancara adalah untuk mengumpulkan informasi mengenai berbagai topik, termasuk orang, tempat, benda, emosi, tujuan, fokus, dan perkiraan masa depan.⁵⁹

Informan dalam penelitian ini adalah Mas Ali Rosidi, Mas Wila Nur Setiaji, dan Jama'ah lainnya yang ikut terlibat dalam penelitian ini. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data yang akurat dan komprehensif mengenai strategi pelayanan yang dilakukan oleh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta untuk meningkatkan minat jama'ah haji dan umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta.

3. Dokumentasi

Salah satu metode untuk menghimpun informasi adalah melalui teknik dokumentasi, yang melibatkan proses memperoleh data dari beragam sumber tertulis atau dokumen terkait dengan individu atau lokasi di mana individu tersebut melakukan kegiatan rutin. Teks, gambar, atau karya signifikan yang penting semuanya dapat dimanfaatkan dalam metode ini.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengurutan dan pengorganisasian data untuk menemukan pola, kategori, dan unit dasar. Tujuannya adalah memahami data yang ada untuk mengidentifikasi pola dan hipotesis yang dapat diuji. Dalam penelitian kualitatif, pendekatan analisis tidak jauh berbeda dari analisis kuantitatif. Teks atau kalimat yang dihasilkan oleh objek penelitian dan berkaitan dengan peristiwa di sekitar objek tersebut merupakan bentuk data yang umum dalam penelitian kualitatif. Penalaran induktif merupakan hal yang lumrah dalam analisis data kualitatif, artinya deduksi teoritis bukanlah titik awal penelitian kualitatif.⁶⁰

⁵⁹ Handayani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020), hal 121

⁶⁰ Abdussamad, H. Zuchri, et,al "*Metode penelitian kualitatif*", (CV. Syakir Media Press, 2021).

Berikut langkah-langkah menganalisis data:

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti suatu langkah di mana informasi yang signifikan dari suatu situasi atau peristiwa dipilih dan disusun secara ringkas. Dengan memusatkan perhatian pada aspek yang penting, peneliti dapat mengidentifikasi tema dan pola yang muncul, sehingga data yang dihasilkan menjadi lebih terang dan mudah dipahami. Dalam proses pengumpulan data sebelumnya, penggunaan data yang telah direduksi akan membantu peneliti dalam memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data mengacu pada tindakan menampilkan data yang telah direduksi.⁶¹ Proses representasi data melibatkan pengorganisasian informasi menggunakan alat bantu visual seperti deskripsi singkat, grafik, jaringan, dan prosa naratif. Miles dan Huberman menekankan pentingnya bahasa naratif dalam penelitian kualitatif sebagai sarana untuk memvisualisasikan. Namun pada tahap ini, materi dideskripsikan sebagai deskripsi atau perkiraan deskriptif dari apa yang dilihat, didengar atau dilakukan oleh peneliti selama di lapangan. Informasi yang diberikan berkaitan dengan strategi pelayanan yang dilakukan PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta untuk menggugah minat jamaah umrah dan haji.

c. Verifikasi Data dan Penarikan Kesimpulan

Setelah data itu disajikan kemudian dilakukan verifikasi data yaitu menguji keabsahan, yang terakhir, peneliti harus mengembangkan kesimpulan berdasarkan temuan, yang harus dikuatkan oleh data yang telah mereka dikumpulkan dan dianalisis.⁶² Peneliti melakukan

⁶¹ Helaluddin dan Hengki Wijaya, "*Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*", (Sekolah Tinggi Theologia Jaffary, 2019), hal.123-124.

⁶² Samiaji Sarosa, "*Analisis Data Penelitian Kualitatif*", (Yogyakarta: PT. Kanisus, 2021), hal.4.

verifikasi berkelanjutan saat melakukan penelitian di lapangan agar dapat mencapai hasil yang optimal.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

1. Sejarah PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

Biro Hajar Aswad Mubaroq merupakan Salah satu pelopor biro perjalanan umum berbasis Solo dan Semarang. Didirikan pada tanggal 12 Oktober 2012, biro ini menawarkan berbagai paket perjalanan umroh dan haji plus kepada jamaah. Setiap bulan Biro ini terkadang memberangkatkan jamaah 4 kali pemberangkatan. Biro ini berdiri awalnya ketika Ibu Retno Anugerah Andriyani, yang saat ini menjabat sebagai direktur utama, merasa perlu mendirikan sebuah lembaga perjalanan umroh. Motivasi untuk mendirikan biro ini muncul saat ia dan keluarganya menjalankan ibadah umroh dan mengalami pengalaman pelayanan yang kurang memuaskan dari biro yang mereka gunakan. Kejadian ini menjadi dorongan untuk menciptakan sebuah biro dengan layanan yang unggul bagi para jama'ah. Selain itu, nama biro ini diambil dari "Hajar Aswad," batu yang diyakini berasal dari Surga, dan diberi tambahan kata "Mubaroq" yang berarti indah atau bagus. Gabungan dari kedua kata tersebut mencerminkan visi biro ini sebagai penyedia layanan unggul untuk jama'ah, dengan artian bahwa mereka ingin memberikan pengalaman ibadah umroh yang istimewa.

Nama "Hajar Aswad" juga terinspirasi oleh pengalaman Ibu Retno Anugerah Andriyani yang mencium batu Hajar Aswad di Ka'bah, yang kemudian memicu minat banyak jama'ah untuk melakukan hal serupa. Inilah alasan lain mengapa biro ini diambil nama "Hajar Aswad," dengan tujuan agar calon jama'ah yang berkeinginan untuk menziarahi batu Hajar Aswad dapat menggunakan biro ini untuk perjalanan ibadah umroh mereka.

Lokasi Biro Hajar Aswad di Jl.Ahmad Yani No 278., Desa Manahan, Kabupaten Banjarsari, Jawa Tengah. PT. Hajar Aswad

Mubaroq baru-baru ini melakukan ekspansi ke kota-kota lain di Indonesia dan telah mengantongi Izin Umrah Nomor PPIU 589/2016. Hajar Aswad berkomitmen memberikan pelayanan dengan kualitas setinggi-tingginya kepada jamaahnya dengan terus berupaya meningkatkan arahan yang diberikan selama perjalanan. Biro ini dipimpin oleh Ibu Hj. Retno Anugerah Andriyani, menawarkan rangkaian produk dan layanan umrah di Surakarta. Diantaranya adalah paket bulanan yang disesuaikan, paket reguler, paket promo 3 for 1, paket dengan hafidz ternama, paket spesial bintang lima, paket bulan Ramadhan, bahkan paket kombinasi liburan umrah dengan Turki, Mesir, Dubai, atau Eropa.⁶³

2. Visi dan Misi PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

Visi dan misi PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta adalah sebagai berikut:

a. Visi :

Yang diemban dalam menjalankan biro ini adalah; menumbuhkan rasa kekerabatan dan silaturahmi berkelanjutan pada jamaah, baik sebelum berangkat, selama ibadah dan setelah kepulangan.

b. Misi :

Membantu umat muslim untuk mendapatkan pelayanan ibadah Umroh, perjalanan Haji Plus dan Halal tour yang nyaman, amanah dan harga kompetitif.

3. Organisasi PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

a. Struktur Organisasi PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta ⁶⁴

⁶³ Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu Staff Karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 25 September 2023 Pukul 10.00 WIB

⁶⁴ Dokumen PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta, 2020

**Tabel 1.2 Struktur Organisasi PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta
Periode 2023**

Nama	Jabatan
Retno Anugerah Andriyani	Direktur Utama
Ananta Reza Mahendra	Direktur Operasional
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ust. Ahmad Yani 2. Ust. Bambang Nugroho Putro 3. Ust. Suyamto 	Pembimbing
<ol style="list-style-type: none"> 1. Rizki Putri Amanda 2. Fuji Lestari 	Departemen CSO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Waluya Warno 2. Ali Rosidi 	Departemen Marketing
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ambar Listyowati 2. Yeni Ismiyati 	Departemen Keuangan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Swargadi Rifky Habibi 2. Rahayu Ning Hutami 3. Digna Yulianasari 4. Dewi Rahayu 5. Gunawan 	Departemen Manifest
Ummu Atiyah	Departemen Ticketing
<ol style="list-style-type: none"> 1. Muhammad Nur Wila 2. Heriyanto 3. Wika Dewi 4. Anisa Berliana 	Departemen Humas dan Haji
Anang Setiawan	Departemen IT dan Design
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cahyo Mardiono 2. Abdul Aziz Zubaidi 3. Tohirin 	Umum

4. Sarana dan Prasarana di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

Komponen utama yang membuat jamaah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan PT. Hajar Aswad Mubaroq adalah sarana dan prasarana, yang disediakan oleh PT. Hajar Aswad Mubaroq itu sendiri. Menyadari bahwa setiap agen perjalanan memiliki kekuatan dan kelemahannya masing-masing, PT. Hajar Aswad Mubaroq menawarkan serangkaian layanan yang dirancang untuk meningkatkan kualitas bisnis yang meliputi:

- a. Memiliki kantor cabang dan kantor perwakilan
- b. Computer berjumlah 20 unit
- c. AC disetiap ruangan kantor berjumlah 10 unit
- d. Kantor, ruang konferensi, ruang jemaah, pusat souvenir, dapur, parkir, toilet
- e. Kendaraan untuk mengangkut barang-barang
- f. Pakaian kerja untuk staf
- g. Printer dan mesin fotokopi pemindai kode batang untuk visa
- h. Alat pengitung uang.
- i. Televisi
- j. Alat scanning
- k. Patung jamaah
- l. Kursi jamaah yang mendaftar
- m. Buku – buku bacaan haji dan umroh ⁶⁵

Adapun fasilitas pendukung yang disediakan oleh PT. Hajar Aswad Mubaroq yaitu :

- a. Bus AC

Bus yang digunakan adalah Dallah, yang merupakan perusahaan transportasi terkemuka di Saudi Arabia. Mulai beroperasi tahun 1986 hingga sekarang memiliki lebih dari 400 armada.

⁶⁵ Wawancara dengan Mba Rahayu, salah satu Staff Karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 23 Oktober 2023 Pukul 13.00 WIB

b. Full Time Muthawif

PT. Hajar Aswad Mubaroq sudah menjalin Kerjasama dengan tim handling baik di Indonesia maupun Saudi yang sudah berpengalaman melayani tamu-tamu Allah. Dengan jumlah personil tim yang banyak dan koordinasi lebih maksimal.

c. Manasik Umroh

PT. Hajar Aswad Mubaroq sudah komitmen untuk Mendampingi, Membimbing dan Melayani para jamaah dengan maksimal. Agenda manasik diselenggarakan 3x;

1. Manasik Teori, di Hotel Syariah / Sahid Jaya
2. Manasik Praktik, di Donohudan / embarkasi haji
3. Manasik Pemantapan, di masjid depan kantor

d. Hotel Makkah dan Madinah

Adapun daftar hotel makkah dan madinah yang terdekat dan bisa di tempuh yaitu:

- 1) Makkah
 - a) Dar al Aiman Shafwah *5 (depan masjid)
 - b) Dar al Aiman Grand *5 (700 m)
 - c) Al Massa *4 (100 m)
 - d) Azka al Safa *4 (300 m)
- 2) Hotel Madinnah
 - a) Al Haram*5 (100 m)
 - b) Al Saha *4 (200 m)
 - c) Al Mukhtara *4 (250 m)
 - d) Dar al Aiman Taibah *3 (200 m).

5. Jumlah Jama'ah Haji dan Umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

Tabel 1.3 Jumlah Jama'ah Haji PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

No	Tahun	Haji	Umroh
1.	2021	85 Jama'ah	2.500 Jama'ah
2.	2022	32 Jama'ah	3.600 Jama'ah
3.	2023	120 Jama'ah	Kurang lebih 5.000 Jama'ah

Berdasarkan table diatas, terjadi peningkatan jumlah jama'ah haji dan umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta. Dari data tersebut, pada tahun 2021 terdapat 85 jama'ah haji, pada tahun 2022 terdapat 32 jama'ah dan tahun 2023 terdapat 120 jama'ah. Sedangkan pada tahun 2021 terdapat 2.500 jamaah umrah, tahun 2022 terdapat 3.600 jama'ah dan tahun 2023 kurang lebih 5.000 jama'ah. Jumlah jama'ah yang terus mengalami peningkatan menunjukkan PT. Hajar Aswad Mubaroq memiliki citra yang positif sebagai penyelenggara ibadah haji dan umroh. PT. Hajar Aswad terkenal di masyarakat karena pelayanannya, dan informasi dari mulut ke mulut dari jama'ah yang puas sehingga tersebar. Walaupun pengaruh media cetak dan media sosial terasa dalam minat jamaah. Namun jama'ah PT. Hajar Aswad lebih memilih layanan perjalanan ibadah mereka karena testimoni positif yang membentuk citra perusahaan. Citra ini mencerminkan pandangan tentang kualitas dan nilai, yang memengaruhi minat jamaah dalam memilih produk atau jasa tertentu. Terutama jika citra positif itu tersebar melalui *mouth to mouth*, hal tersebut semakin memperkuat minat jamaah untuk memilih produk atau layanan yang disediakan.

B. Standar Operasional Prosedur (SOP) PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

Adapun Sistem operasional yang diterapkan oleh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta meliputi :⁶⁶

1. SOP Direktur Utama

a. Definisi

Sebagai pengatur ritme kerja di sebuah perusahaan sekaligus sebagai pucuk pimpinan.

b. Tujuan

Menjamin kegiatan perkantoran berjalan dengan baik dan sesuai dengan alur.

c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada Direktur Utama

d. Tugas Pokok Fungsional

- a) Melaksanakan koordinasi dengan direktur dan bawahan
- b) Menandatangani perjanjian dan kontrak usaha
- c) Penentu kebijakan perusahaan
- d) Mewakili perusahaan dalam kegiatan asosiasi PPIU

2. SOP Direktur Operasional

a. Definisi

Direktur operasional sebagai penyambung informasi dari Pimpinan / Direktur Utama kepada karyawan

b. Tujuan

Menjamin kegiatan perkantoran berjalan dengan baik dan sesuai dengan alur

c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada Direktur Operasional

d. Tugas Pokok Fungsional

- 1) Melaksanakan koordinasi dengan direktur utama dan bawahan
- 2) Melaksanakan tugas sebagai pengganti direktur utama

⁶⁶ Sumber *Document* PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

- 3) Menentukan anggaran belanja kantor
 - 4) Mengecek keuangan kantor dan memastikan keamanan kas
 - 5) Mengoordinasikan peran dan fungsi disetiap bagian
 - 6) Menyelesaikan semua permasalahan yang terkait dengan keluhan
 - 7) Bertanggungjawab seluruh fungsi dan tugas setiap bagian
 - 8) Mewakili direktur utama apabila berhalangan
3. SOP *Marketing* PT. Hajar Aswad
- a. Definisi

Sebagai suatu proses dan aktivitas manajemen, pemasaran berupaya mencapai tujuan yang telah ditentukan sekaligus memuaskan permintaan orang atau kelompok tertentu. Untuk melakukan hal ini, masyarakat dan dunia usaha harus menyediakan dan memperdagangkan barang dan jasa. Setiap dan seluruh tindakan yang diambil untuk mentransfer barang dan jasa dari produsen ke pembeli juga dianggap sebagai bagian dari pemasaran. Selain itu, pemasaran juga mencakup upaya promosi perusahaan terhadap barang dan jasanya.⁶⁷
 - b. Tujuan

Menjamin kegiatan pemasaran sesuai dengan prosedur perusahaan dan dapat memenuhi kebutuhan jamaah untuk melaksanakan ibadah umroh
 - c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada bagian Pemasaran / Marketing
 - d. Tugas Pokok Fungsional
 - a) Merencanakan konsep produk / paket umroh (promo, regular, dan umroh plus) yang akan dijual ke jamaah
 - b) Berkolaborasi dengan Departemen Kreatif untuk merencanakan dan mengetikkan promosi yang diperlukan

⁶⁷ Renyarsari Bano, Elia Sundari, Muinah Fadhila. "Strategi Pemasaran Yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas Dalam Menarik Perhatian Konsumen", dalam *Jurnal Mirai Management* Vol. 8 No. 2, 2023). Hal. 206-211

untuk produk terbaru perusahaan. Negosiasi dengan jamaah apabila terjadi diskusi terkait dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan

e. Rincian Prosedur / Uraian Tugas Jabatan

a) Sosialisasi Produk

Yang meliputi Sosialisasi kepada jamaah, bagian marketing mengadakan promosi dengan cara pembagian brosur dan melakukan pendekatan dengan calon jamaah yang ada di majlis taklim dan Mengikuti berbagai event / pameran yang relevan

b) Penerimaan Order

- 1) Bagian marketing menerima order jamaah baik dari hasil *door to door, by reference* dan dari jamaah yang datang langsung ke kantor
- 2) Mencatat dalam formulir pendaftaran
- 3) Mengumpulkan dan menyerahkan persyaratan / data kepada Bagian Manifest

c) Refresh ide-ide cemerlang tentang produk umroh

d) Penanganan Keluhan Pelanggan

- 1) Mencatat komplain jamaah
- 2) Mengevaluasi complain
- 3) Menanggapi (merespon) komplain jamaah sesegera mungkin, max 2 x 24 jam
- 4) Melakukan penanganan tindak lanjut / penyelesaian komplain jamaah sesuai dengan tingkat permasalahan, berdiskusi dengan pimpinan terkait permasalahan tsb.

e) Pemantauan Kepuasan Pelanggan

- 1) Melakukan pemantauan kepuasan jamaah dengan menjaga berkomunikasi dengan jamaah
- 2) Melakukan analisa kepuasan pelanggan, dan menindak lanjut hasil Analisa

- 3) Melaporkan hasil pemantauan pada rapat tinjauan manajemen
 - f) Follow up kepada agen dan travel
 - 1) Melakukan silaturahmi rutin dan menjaga komunikasi dengan agen dan travel konsorsium
 - 2) Membuat program khusus untuk agen dan travel konsorsium
 - g) Aktif dalam Penggunaan Teknologi
 - 1) Optimalisasi penggunaan media sosial (WA, Facebook, Intagram)
 - 2) Peremajaan dan meng-update website disetiap pekan
4. SOP Keuangan
- a. Definisi

Adalah tata cara pencatatan / pembukuan dari berbagai macam proses transaksi, sehingga menjadi sebuah laporan keuangan perusahaan. Proses ini akan menjadi kontrol bagi perusahaan untuk melangkah. Kehati-hatian dan ketelitian sangat dibutuhkan di Bagian Keuangan.
 - b. Tujuan

Sebagai pendukung kegiatan pemasaran sesuai dengan prosedur perusahaan.
 - c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada bagian Keuangan

 - a) Tugas Pokok Fungsional yaitu Membuat pencatatan kas keluar/masuk, Membuat pelaporan laba/rugi, Membuat neraca dan Membuat pelaporan bulanan dan tahunan.
 - b) Rincian Prosedur / Uraian Tugas Jabatan Periode Pembukuan Terbagi menjadi 3 (pokok) utama, yaitu; *by project*, bulanan, dan tahunan. Untuk pembukuan *by project* dibukukan sesuai dengan tanggal keberangkatan umroh, Untuk pembukuan bulanan, diakhirkan pada tanggal 30 atau 31 pada setiap

bulannya dan Untuk pembukuan tahunan, diawali pada bulan Syawal dan berakhir di bulan Ramadhan.

- c) Metode Pencatatan yaitu Menggunakan MS. Excell dan pencatatan tangan dan Setiap keberangkatan umroh harus terdapat laporan kas keluar masuk
- d) Menyiapkan Data yaitu Pendataan hutang-piutang, Menyiapkan cek / transfer bank dan Cek saldo dan cetak rekening koran Bank disetiap bulannya
- e) Penyajian Laporan Keuangan
- f) Pengajuan Ujroh

5. SOP CSO (*Customer Service Officier*)

a. Definisi

Bidang ketenagakerjaan ini menjadi salah satu penggerak utama suatu perusahaan karena berhubungan langsung dengan jamaah yang merupakan salah satu komponen penting dalam kelangsungan usaha.

b. Tujuan

Menetapkan protokol bagi anggota staf yang menangani layanan pelanggan untuk memastikan bahwa mereka melayani klien secara langsung dan melalui sarana elektronik (telepon).

c. Ruang Lingkup

Menjawab pertanyaan, keluhan, rekomendasi, dan kritik jemaat dalam segala bentuk. Meningkatkan kepuasan klien.

d. Tugas Pokok Fungsional

- a) Menyampaikan produk / paket umroh (promo, regular, dan umroh plus)
- b) Menerima order / pendaftaran jamaah
- c) Menerima segala macam bentuk masukan dari jamaah
- e. Rincian Prosedur / Uraian Tugas Jabatan yaitu Sosialisasi Produk, Penerimaan Order, dan Menjalin komunikasi yang baik dengan calon dan alumnus jamaah PT. Hajar Aswad Mubaroq.

6. SOP Administrasi

a. Definisi

Melakukan tugas administratif atau teknis untuk instansi atau pemerintahan.

b. Tujuan

Secara garis besar memiliki tugas bertanggung jawab untuk menunjang pekerjaan operasional perusahaan. Di antara banyak tanggung jawab yang berada di bawah payung manajemen sumber daya manusia adalah entri data, pengarsipan, dan koordinasi perjalanan.

c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada bagian Administrasi

d. Tugas Pokok Fungsional

Yaitu Membuat file folder dokumen jamaah, Membuat permohonan, koordinasi, dan pengontrolan *apply* visa umroh dengan admin provider, Membuat muktamir data (Manifest), Membuat penjadwalan foto paspor dan suntik meningitis bagi jamaah yang melalui jasa perusahaan, dll.

e. Rincian Prosedur / Uraian Tugas Jabatan

Yaitu Pendataan Jamaah, Order Visa, Membuat muktamir data (Manifest), Order Pembuatan Paspor, dan *Stock opname*.

7. SOP Umum

a. Definisi

Secara umum, tugas bagian umum adalah penyedia kebutuhan karyawan.

b. Tujuan

Menjamin kebersihan, Keamanan, dan Ketertiban kantor

c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada bagian Umum

d. Tugas Pokok Fungsional

Yaitu Menjaga kebersihan kantor, Sebagai kurir (pengantar pesan dari dan ke kantor) dan Menjaga keamanan dan ketertiban di kantor.

Jam Operasional Kantor :

07.00 WIB	Jadwal kebersihan kantor pagi
08.30 WIB	Buka kantor
09.00 WIB	Makan pagi
12.00 WIB	Makan siang dan menyiapkan makan siang karyawan
16.30 WIB	Kantor tutup
17.00 WIB	Jadwal kebersihan kantor sore

8. SOP *Manifest Data*

a. Definisi

Berpartisipasi dalam inisiatif seluruh perusahaan yang berkaitan dengan pemrosesan visa.

b. Tujuan

Secara garis besar bertanggung jawab untuk pendaftaran visa jamaah ke provider. Tugas yang terdiri atas semua fungsi pendataan; pembuatan Master file / manifest, filing data jamaah.

c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada bagian Manifest data

d. Tugas Pokok Fungsional

Yaitu Membuat Master file yang sudah terstandarisasi, Membuat muktamir data (Manifest)

e. Rincian Prosedur / Uraian Tugas Jabatan

Yaitu Pendataan Jamaah, Order Visa, dan Membuat Master file (Manifest).

9. SOP Paspor Kontrol

a. Definisi

Pekerjaan dalam sebuah instansi atau perusahaan yang bersifat administratif atau bersifat teknis.

b. Tujuan

Secara garis besar memiliki tugas bertanggung jawab untuk menunjang pekerjaan operasional perusahaan. Tugas yang terdiri; pembuatan paspor dan vaksin meningitis.

c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada bagian Paspor kontrol.

d. Tugas Pokok Fungsional

Yaitu Membuat data jamaah yang melakukan order paspor dan vaksin meningitis dan Membuat penjadwalan foto paspor dan suntik meningitis bagi jamaah yang melalui jasa perusahaan

e. Rincian Prosedur / Uraian Tugas Jabatan

Yaitu Pendataan Jamaah, Order Pembuatan Paspor, dan Order Vaksin Meningitis

10. SOP Humas dan Haji

a. Definisi

Pekerjaan dalam sebuah instansi atau perusahaan yang kaitannya dengan hubungan luar negeri dan instansi terkait.

b. Tujuan

Secara garis besar memiliki tugas bertanggung jawab untuk menunjang pekerjaan operasional perusahaan, pengembangan potensi dan pelebaran sayap kerja perusahaan.

c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada bagian Humas

d. Tugas Pokok Fungsional

Yaitu Bekerjasama dengan instansi untuk program umroh, Menjalinkan hubungan yang baik dengan agen dan anggota konsorsium, Menyelesaikan asuransi perusahaan untuk jamaah, Pelaporan ke

Kemenag RI terkait keberangkatan grup, Menjalin hubungan dengan perwakilan Saudi, dalam kaitan kerjasama LA, handling dan muthawif dll.

11. SOP Desainer

a. Definisi

Secara garis besar memiliki fungsi sebagai penyambung ide dari Bagian Pemasaran / Marketing, mengolah informasi produk jual, dan mengubah menjadi bahasa visual (desain). Bagian Desain sangat penting dan harus dimiliki di sebuah perusahaan, peran yang dilakukan oleh Bagian Desain menentukan keberhasilan suatu produk atau jasa yang akan dipasarkan.

b. Tujuan

Sebagai pendukung kegiatan pemasaran sesuai dengan prosedur perusahaan.

c. Ruang Lingkup

Prosedur ini diberlakukan pada bagian Desain

d. Tugas Pokok Fungsional

Yaitu Membuat konsep desain atas produk umroh yang sudah siap jual (brosur, flyer, baliho, dan banner), dan Memastikan perlengkapan jamaah umroh.

e. Rincian Prosedur / Uraian Tugas Jabatan

Yaitu Desainer Produk, Desain Website, Bekerjasama dengan *vendor* dalam kaitannya event dan promosi, Membuat Kartu Member Card Umroh.

12. SOP *Tour Leader* (TL)

- a. Melakukan Persiapan *Tour*
- b. Pengecekan keengkapan administrasi
- c. Mengkoordinasikan Jadwal Perjalanan
- d. Mengembangkan Pengetahuan Destinasi
- e. Mengatour Disaat Keberangkatan
- f. Mengatour Disaat Transit

- g. Mengatour Disaat Ketibaan
- h. Mengatour Disaat Kendaraan
- i. Mengatour Disaat *Cek In dan Cek Out*
- j. Mengatour Peserta Disaat Tour
- k. Mengelola *Tour* Tambahan
- l. Mengatour Perpindahan Moda Transportasi
- m. Mengelola Permasalahan yang Tidak Terduga
- n. Menangani Keluhan Peserta selama *Tour*
- o. Mengelola Laporan Kegiatan *Tour*

C. Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

Berdasarkan Teori Kasmir yang berkaitan dengan “prinsip pelayanan dengan ciri-ciri pelayanan prima” yaitu dengan menerapkan strategi untuk meningkatkan minat jama’ah haji dan umroh. Mencapai keberhasilan organisasi memerlukan kerja keras, dedikasi, dan kolaborasi dari seluruh tingkat unit dan petugas, meskipun keinginan untuk memiliki pelaksanaan strategi yang paling efektif jarang dapat dicapai. Tercapainya suatu strategi dapat memicu minat calon jamaah untuk bergabung dengan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta, seperti yang disampaikan dalam wawancara dengan salah satu jamaah umroh, yaitu Ibu Ellen dan Bapak Dwi Cahyo Andri.

*“ Yang membuat saya tertarik menjadi jamaah PT. Hajar Aswad Mubaroq karena pelayanannya bintang lima, ibadahnya bintang lima, dan fasilitas yang diberikannya juga oke, mantul intinya bakal daftar lagi ke Hajar Aswad Mubaroq ”.*⁶⁸

Selain wawancara dengan Ibu Ellen dan Bapak Dwi Cahyo Andri saja, peneliti juga melihat testimoni salah satu jama’ah haji dan umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta yaitu Bapak Juliyatmono Bupati Karanganyar.

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Dwi Cahyo Andri, salah satu jama’ah Umroh di PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 pukul 15.30 WIB

“ Yang membuat saya tertarik untuk daftar di Biro Hajar Aswad ini yaitu karena pelayanan makin hari, makin tahun, saya merasakan makin baik dan saya juga merasakan Bahagia bersama Hajar Aswad. Jangan Lelah untuk memberikan pelayanan ini, bagian dari ibadah kita pada Allah SWT, pokoknya mantap”.

Menurut hasil wawancara dengan Ibu Hamidah tentang Kualitas pelayanan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta mengatakan bahwa:

*“Pelayanan dari PT. Hajar Aswad Mubaroq sangat baik mulai dari pendaftaran hingga kepulangan serta sangat memudahkan proses pelaksanaan haji”.*⁶⁹

Berdasarkan wawancara tersebut, terlihat bahwa untuk meningkatkan minat jamaah, untuk mencapai tujuan organisasi strategi yang efektif harus diterapkan. Oleh karena itu, PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta mengatur strategi dengan fokus pada penyediaan layanan terbaik kepada jama'ah dan melaksanakan kegiatan promosi. Untuk mencapai minat jamaah yang maksimal, diperlukan perencanaan atau strategi sebagai berikut:

1. Sarana dan Prasarana Yang Memadai

Pelayanan yang optimal itulah yang secara teori menjadi tujuan jamaah. Pentingnya memperhatikan prasarana dan sarana usaha serta kuantitas dan kualitas karyawan agar dapat memenuhi kebutuhan jamaah. Ruang pertemuan, termasuk ruang tunggu dan ruang duduk, harus nyaman dan ditata dengan baik.

Selain itu juga, Sarana dan prasarana yang memadai di biro perjalanan haji dan umroh mencakup akomodasi yang nyaman, transportasi aman, panduan keagamaan, serta layanan yang memenuhi kebutuhan jamaah. Penting juga memiliki fasilitas kesehatan dan keamanan yang memadai untuk menjamin kesejahteraan jamaah selama perjalanan haji dan umroh. Di PT. Hajar Aswad itu sendiri sarana dan prasarananya sudah cukup memadai dengan kelengkapan

⁶⁹ Wawancara dengan Ibu Hamidah, salah satu jama'ah Umroh di PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 pukul 15.00 WIB

yang sudah tersedia disana. Berdasarkan wawancara dengan Calon Jamaah yaitu Mba Yayah

*“Adapun sarana dan prasarana yang disediakan oleh Hajar Aswad itu sudah baik yang biasanya melibatkan pelayanan yang efisien, informasinya sudah jelas sekali, dan kenyamanan selama perjalanan. Dan yang terakhir juga fasilitas transportasi yang aman dan akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan juga menjadi faktor penting”.*⁷⁰

Kesimpulan yang penulis peroleh dari wawancara tersebut adalah Untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada jamaah, ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai sangatlah penting. Beberapa aspek penting yang harus dipertimbangkan melibatkan infrastruktur fisik, teknologi dan pengelolaan administratif.

2. Merekrut Karyawan Yang Berkualitas

Tingkat pelayanan yang diberikan oleh *Customer Service Officer* sangat berpengaruh terhadap kenyamanan jamaah. Sikap yang menyenangkan, baik hati, dan menarik sangat diharapkan dari *Customer Service Officer*. Mereka juga harus mampu berbicara dengan jelas, menyenangkan, dan intelektual untuk memikat dan memenangkan hati jamaah serta menggugah minat mereka, serta cepat tanggap terhadap tuntutan jamaah. Pekerjaan mereka harus dilakukan dengan cepat dan efisien, oleh karena itu, mereka harus mengikuti pendidikan dan pelatihan khusus sebelum menjadi *Customer Service Officer*.

Berdasarkan peneliti terdapat sejumlah opsi yang tersedia bagi PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta dalam hal perolehan pegawai yang berkualitas. Praktik rekrutmen profesional mencakup, antara lain, penetapan standar minimum yang harus dipenuhi oleh kandidat. Penting juga untuk menyesuaikan persyaratan dengan kebutuhan biro travel umroh, seperti merekrut karyawan yang memiliki pengalaman marketing minimal 1 tahun untuk bidang marketing dan memiliki skill

⁷⁰ Wawancara dengan Mba Nisa, salah satu jama'ah Haji dan Umroh di PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 25 September 2023 pukul 10.35WIB

mengoperasikan komputer dasar untuk posisi admin. Selain itu, dapat dilakukan pembinaan karyawan agar mereka dapat terus meningkatkan kompetensi dan *attitude* mereka. Menurut hasil wawancara dengan Mba Rahayu selaku karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta, Karyawan yang berkualitas yaitu:

“Menurut saya karyawan yang berkualitas itu adalah Tour Leader yang sudah tersertifikasi, Manifest yang mumpuni di bidangnya, intinya yang benar-benar mampu dipercaya dalam tanggungjawabnya, karena kesuksesan dalam kualitas pelayanan itu dilihat dari karyawan yang berkualitas serta tanggung jawab yang diembannya”.⁷¹

Selain itu juga peneliti melakukan wawancara dengan Mas Ali Divisi Marketing.

*“Adapun Persyaratan dalam merekrut karyawan yang berkualitas yaitu mereka itu memiliki Keahlian dalam penyelenggaraan perjalanan haji dan umroh, Pengetahuan tentang prosedur pendaftaran dan administrasi untuk perjalanan haji dan umroh, Kemampuan komunikasi yang baik untuk berinteraksi dengan calon jamaah, Keterampilan organisasi untuk mengatur detail perjalanan dan akomodasi, Kemampuan berbahasa Arab dan bahasa Inggris dapat menjadi nilai tambah, Kepatuhan terhadap regulasi dan prosedur perjalanan yang berlaku, Integritas dan etika kerja yang tinggi dalam menangani dana dan dokumen jamaah. Tapi semua persyaratan itu tergantung anda di posisikan di bagian Divisi apa. Semisal anda d posisikan di bagian Divisi Humas, Marketing, Manifest, Ticketing, Keuangan dll.”*⁷²

Berdasarkan hasil wawancara, penulis menyimpulkan bahwa dalam merekrut karyawan yang berkualitas merupakan Langkah penting untuk memastikan penyelenggaraan yang sukses dan pelayanan yang berkualitas kepada jama'ah.

⁷¹ Wawancara dengan Mba Rahayu, salah satu staff karyawan di PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 23 Oktober 2023 pukul 10.30 WIB

⁷² Wawancara dengan Mas Ali, salah satu staff karyawan divisi marketing PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 12 April 2023 pukul 14.13 WIB

3. Karyawan harus Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai

Karyawan Hajar Aswad Mubaroq Surakarta bertanggung jawab atas segalanya mulai dari memastikan jamaah memiliki semua dokumen perjalanan yang diperlukan hingga tetap waspada sepanjang perjalanan. Ini termasuk pengurusannya dari pendaftaran, akomodasi, transportasi, hingga kegiatan ibadah selama di tanah suci. Segera setelah masalah muncul, karyawan yang bertanggung jawab menangani masalah tersebut mengambil alih kendali. Biro ini berisiko memberikan contoh buruk jika beberapa pegawainya tidak dilayani secara memadai. Ketika para pekerja merasa memiliki layanan yang mereka berikan, kemungkinan besar jama'ah akan merasa puas.

4. Kemampuan dalam komunikasi

Kemampuan komunikasi untuk karyawan dalam biro ini sangat penting untuk memastikan informasi yang jelas dan akurat disampaikan kepada calon jamaah. Hal ini melibatkan keterampilan berbicara, mendengarkan, dan memberikan informasi tentang prosedur perjalanan serta persyaratan ibadah. Selain itu, kemampuan menangani pertanyaan dan kebutuhan calon jamaah dengan baik juga merupakan bagian penting dari komunikasi efektif dalam konteks ini.

Komunikasi yang dipakai biro ini adalah untuk memberikan kegembiraan kepada jamaah, mendorong mereka untuk secara bebas mengungkapkan segala kekhawatiran mereka kepada para karyawan. Mampu mengekspresikan diri dengan jelas juga akan membantu menghilangkan kegelisahan. Selain itu, sebagian besar pendaftar biro ini adalah orang-orang senior, sehingga sebagian besar komunikasi yang dilakukan oleh biro tersebut menggunakan bahasa Jawa, yang mungkin dapat mempengaruhi individu untuk mendaftar ke biro tersebut. Jama'ah tertarik dengan pelayanann PT. Hajar Aswad karena stafnya baik dan membantu setiap saat. Bahkan kebanyakan jama'ah tidak hanya sekedar tanya- tanya saja tetapi mereka langsung mendaftar di biro tersebut, mereka juga tidak sendirian daftarnya tetapi

dengan membawa seluruh keluarga untuk daftar di biro tersebut. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk berkomunikasi, terutama dengan orang-orang yang berkaitan langsung. Selain itu, ketika berbicara kepada jama'ah melalui telepon atau yang lainnya, berhati-hatilah dalam menggunakan istilah-istilah yang mudah didengar oleh mereka. Peneliti melakukan wawancara dengan Divisi *Customer Service Officier* (CSO) yaitu Mba Putri

*“Kemampuan komunikasi itu sangat penting Ketika kita melayani calon jama'ah. Apalagi CSO itu sendiri berhadapan langsung dengan jama'ah. Biasanya untuk calon jama'ah ditanya terlebih dahulu apakah sudah mendaftar atau belum, nanti bagian CSO itu sendiri meminta kontak HPnya. Dan untuk yang sudah daftar mungkin dishare hal-hal penting terkait kapan berangkatnya, visanya dsb. Sedangkan komunikasi di Arab Saudi itu biasanya nanti jama'ah langsung tanya ke Tour Leader (TL) disana. Disana juga disediakan alat AGS (Indra buat dengar) tetapi alat itu dikhususkan buat yang VIP. Tetapi jika alatnya longgar bisa di pake oleh jama'ah namun tidak semuanya, dikarenakan alatnya sangat terbatas, ya mungkin kita cuman punya 100”.*⁷³

Dari hasil wawancara diatas, Penulis mengambil kesimpulan bahwa komunikasi yang efektif sangat penting untuk melayani jama'ah dengan baik. Aspek penting dalam kemampuan komunikasi yaitu Bahasa yang bervariasi, kemampuan menjelaskan prosedur, responsif terhadap pertanyaan dan sebagainya.

5. Pelayanan yang cepat dan tepat

Biro Haji dan Umrah harus menyediakan layanan yang cepat dan akurat untuk menjamin keberangkatan jamaah yang menyenangkan dan bebas masalah. Untuk memastikan pengalaman haji dan umrah terbaik, pilihlah biro dengan reputasi yang kuat dan banyak evaluasi positif dari jama'ah sebelumnya. Pelayanan dalam batasan waktu yang khas merupakan pelayanan cepat yang disinggung

⁷³ Wawancara dengan Mba Putri, salah satu staff karyawan divisi cso PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 30 November 2023 pukul 13.00 WIB

dalam lembaga ini. Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi adalah standar. Selain efisien dalam waktu, pegawai yang melayani jemaah juga tidak boleh berbicara tentang topik yang tidak relevan. Contohnya Ketika melayani jama'ah yang mau daftar Haji dan Umroh mereka itu tidak perlu repot- repot untuk meng*fotocopy* persyaratan pendaftaran tetapi dari pihak biro itu nanti akan di *fotocopy* kan semua dokumen dalam proses pendaftaran. Selain itu, PT. Hajar Aswad tidak mengabaikan layanan informasi tambahan seperti website, media sosial, dan brosur, namun tetap memberikan layanan yang cepat dan tepat. Pelayanan pengunjung pada website memberikan informasi detail mengenai PT. Hajar Aswad, antara lain sebagai berikut: jadwal keberangkatan selanjutnya, harga, produk, registrasi, dan lain-lain:

a. Media Cetak

1. Brosur

Brosur dan layanan informasi media cetak lainnya dapat memberikan informasi kepada jamaah tentang layanan haji dan umrah. Brosur dapat menjadi media promosi yang efektif karena sederhana dan mudah dipahami oleh konsumen. Selain itu, brosur juga dapat berguna bagi staf dalam mengolah data jamaah dan pemberangkatan.

2. Flyer

Flyer adalah pendekatan yang bagus untuk menginformasikan calon jamaah haji dan umrah tentang ibadah haji dan semua detail yang perlu mereka ketahui. Flyer ini dapat berisi detail paket perjalanan, informasi tentang agen travel, jadwal, fasilitas, dan persyaratan perjalanan. Tujuannya adalah memberikan pemahaman yang jelas kepada calon jamaah tentang layanan yang ditawarkan dan memudahkan mereka dalam membuat keputusan untuk melaksanakan ibadah haji atau umroh.

b. Media Sosial

Layanan informasi media sosial untuk jamaah dapat berupa berbagai informasi terkait haji, umrah, dan kegiatan keagamaan lainnya. Media sosial digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi terkait paket haji, umrah, wisata, dan layanan lainnya kepada para calon jamaah. Selain itu, pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan masyarakat semuanya dapat berkomunikasi satu sama lain melalui media sosial tentang ibadah haji seperti haji dan umrah.

Promosi dan penyebaran informasi PT. Produk Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pun tak disia-siakan pada kesempatan kali ini. Misalnya @hajaswadmubaroq di TikTok, Raudhah Travel Haji & Umrah di YouTube, dan Hajar Aswad Mubaroq di Facebook. Tidak hanya itu PT. Hajar Aswad juga memiliki situs web yaitu <https://www.hajaswad.id/> dan menyediakan fitur Hajar Aswad di playstore untuk bisa diakses oleh calon jama'ah dalam mendaftar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Divisi Marketing Mas Ali.

*“Cara PT. Hajar Aswad dalam menarik jama'ah itu ada yang offline atau online. Jika yang offline jamaah tersebut langsung datang ke kantor. Sedangkan untuk yang online bisa melalui Wa ataupun website. Karena sekarang kita dalam strategi pemasaran itu lagi Running gencar di medos yaitu ig, fb, google dan tidak menutup informasi melalui pengajian-pengajian juga, mengikuti beberapa penawaran di kampeni (Kumpulan kepala-kepala cabang BSI, melalui Direct Selling, jalur kemitraan (Agen), Web, aplikasi dan tiktok itu sendiri”.*⁷⁴

PT. Hajar Aswad juga tetap memanfaatkan layanan secara offline dalam memperkenalkan produk perusahaan disamping penggunaan medsos. Hal ini juga sesuai informasi wawancara yang

⁷⁴ Wawancara dengan Mas Ali, salah satu staff karyawan divisi marketing PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 30 November 2023 pukul 12.30 WIB

didapatkan yaitu Divisi Humas Mas Nur Wila Setiaji yang mengatakan:

“Sedikit cerita dulu itu HA Door To Door yaitu HA dulunya karena terkenal dikarenakan mereka pengajian, dari presentasi ke presentasi, mengumpulkan ibu-ibu PKK dan komunitas pengajian/ majelis ta’lim. Jadi HA itu mengumpulkan semua kalangan tersebut. Nah di tahun ke 2, tidak mempunyai marketing lapangan jadi jama’ah yang sudah berangkat/melaksanakan ibadah hajimereka akan menceritakan pengalaman-pengalamannya ke orang lain. Nah jadi banyak jama’ah yang tertarik daftar kesana bahkan sering mengajak saudaranya jadi nggak sendirian atau dalam arti ngajak rombongan dari luar”.⁷⁵

Dalam aplikasi tiktok juga sangat berpengaruh yaitu dengan membuat konten edukasi. Konten edukasi bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan calon jamaah terkait ritual-ritual wajib dan sunah yang akan mereka lakukan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Divisi Marketing Mas Ali diperoleh informasi terkait konten edukasi yang digunakan biro sebagai berikut:

“Menurut saya konten edukasi itu sangat membantu untuk menarik calon jamaah dan paling efektif juga. Jadi Ketika membuat konten edukasi itu di tiktok nantinya calon jamaah itu akan tertarik dikarenakan nantinya kan konten edukasi itu berisi kegiatan kita selama di tanah suci. Intinya hal-hal yang kita jalankan disana. Jadi strategi edukasi itu sangat penting untuk menarik jamaah daripada kita membuat konten jualan produk. Soalnya Ketika kita membuat konten tentang produk orang tuh kurang suka soalnya udah banyak sih berseliweran. Nah makanya mending kita buat strategi konten edukasi yang lebih positif”.⁷⁶

Peneliti melakukan wawancara dengan seorang jamaah yang bernama Bapak Hamzah

⁷⁵ Wawancara dengan Mas Wila, salah satu staff karyawan divisi humas PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Juli 2023 pukul 13.44 WIB

⁷⁶ Wawancara dengan Mas Ali, salah satu staff karyawan divisi marketing PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 30 November 2023 pukul 13.30 WIB

“Yang membuat saya merasa nyaman dan diprioritaskan oleh PT. Hajar Aswad Mubaroq yaitu dari kepastian jadwalnya serta staff/karyawannya sangat humanis, dalam arti menyenangkan dan aktif”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa, Ketika pelayanan yang tepat dipilih dan didukung oleh berbagai media, hasilnya akan efektif. Jamaah akan sangat puas dengan pelayanannya jika cepat dan akurat.

6. Menyediakan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Karyawan memiliki tanggung jawab untuk melindungi privasi jamaah dalam semua urusan mereka, terutama informasi keuangan dan pribadi yang berkaitan dengan jamaah. Biro haji dan umroh yang profesional biasanya memiliki kebijakan ketat terkait kerahasiaan setiap transaksi. Ini melibatkan penggunaan sistem keamanan informasi yang canggih, enkripsi data, serta penanganan informasi pribadi dengan sangat hati-hati. Selain itu, pelatihan staf terkait etika dan privasi juga penting untuk memastikan jaminan kerahasiaan yang maksimal dalam semua aspek transaksi yang dilakukan oleh calon jamaah. Rahasia yang disimpan oleh suatu jamaah pada hakikatnya sama dengan rahasia yang disimpan oleh suatu firma. Oleh karena itu, karyawan harus bisa menjaga rahasia jamaah. Kepercayaan jamaah terhadap biro ini ditunjukkan dengan kemampuannya menjaga rahasia. Peneliti melakukan wawancara dengan Mas Ali.

“Kami sangat mementingkan kerahasiaan data dan informasi jama'ah. Semua data transaksi dan informasi pribadi jama'ah kami jaga kerahasiannya dengan sangat ketat. Apalagi jama'ah sekarang kadang takut jika ada orang yang tiba-tiba nelpon apalagi terkait biro haji maupun umroh, jadi jama'ah itu was-was.”

Untuk membangun kepercayaan antara biro dan jamaah, sangat penting untuk menjamin kerahasiaan semua transaksi, seperti yang penulis pelajari dari wawancara. Biro dapat memberikan jaminan kepada jama'ah bahwa transaksi mereka akan dijaga kerahasiaannya dengan serius dan profesional.

7. Mempunyai pengetahuan dan keterampilan yang kuat

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani jama'ah harus memiliki pengetahuan dan keterampilan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu di didik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi jama'ah dalam bekerja. Oleh karena itu, penting untuk memahami seluk-beluk perjalanan haji dan umroh, prosedur administratif terkait, serta pemahaman mendalam tentang persyaratan ibadah. Keterampilan komunikasi yang baik diperlukan untuk berinteraksi dengan calon jamaah, sementara pemahaman yang mendalam tentang regulasi dan peraturan terkait perjalanan umroh dan haji menjadi kunci dalam menjalankan biro tersebut. Kesadaran akan aspek keamanan dan kenyamanan calon jamaah juga penting untuk memastikan pengalaman ibadah yang lancar dan aman.

8. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Berusaha memahami kebutuhan pelanggan artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang di inginkan oleh jama'ah. Oleh karena itu, dalam biro haji dan umroh melibatkan pendekatan yang responsif dan empatik. Biro tersebut perlu aktif mendengarkan keinginan dan kebutuhan calon jamaah, memberikan informasi yang jelas, serta memberikan solusi yang memenuhi ekspektasi mereka. Penyediaan layanan pelanggan yang responsif dan komunikasi yang terbuka membantu membangun kepercayaan dan memastikan bahwa setiap calon jamaah merasa didukung dan dipahami selama proses perjalanan haji atau umroh.

9. Kemampuan untuk membangun kepercayaan dengan pelanggan

Jika biro menginginkan calon anggotanya mau bergabung, kemampuannya membangun kepercayaan dengan pelanggan sangatlah penting. Demikian pula, menjaga kepercayaan jama'ah lama agar tidak lari adalah hal yang penting untuk melindungi mereka. Pelayanan seluruh personel biro umum khususnya bertanggung jawab atas semua

ini. Kepercayaan akan terjalin ketika pelayanan memenuhi kebutuhan jamaah. Membangun kepercayaan lebih sulit daripada mempertahankan kepercayaan yang sudah ada. Di PT. Hajar Aswad itu sendiri menghadirkan pemuka agama atau ustadz-ustadz terkenal sehingga dapat menarik minat jamaah untuk daftar di biro tersebut. Adapun ustadz yang terkenal yaitu Ustadz Irfan, Ustadz Faiz Baraja dan Ustadz Nur Islam. Selain itu juga, PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta dalam event pameran yaitu “*Solo Best Brand & Innovation Award 2020*” yang dilaksanakan oleh seluruh biro yang ada di Surakarta, PT. Hajar Aswad itu masuk dalam kategori umroh yaitu Referensi merek terpercaya terbaik di solo. Pada tahun 1441 H, pada musim umrah, PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta sudah bisa mandiri melakukan pengurusan visa. Di mulai bulan syawal tahun 1440 H dan seterusnya, Visa umroh sudah langsung di entry oleh team Hajar Aswad Solo jadi tidak harus ke Jakarta lagi. Dengan kemudahan ini, menjadikan tambahnya kepercayaan jama’ah terhadap PT. Hajr Aswad Mubaroq Surakarta.

D. Prinsip- prinsip Pelayanan

Untuk mencapai mutu pelayanan, lembaga penyedia jasa harus memperhatikan prinsip-prinsip pelayanan prima, di samping berbagai persyaratan lainnya. Berikut akan dijelaskan prinsip-prinsip pelayanan prima berdasarkan teori Zeithmal, Parassuraman, dan Berry yang berjudul “Kualitas Pelayanan” guna meningkatkan makna dan pemahaman.

1. Berwujud (*Tangible*)

Yang membuat sesuatu menjadi nyata adalah kemampuan perusahaan untuk menunjukkannya kepada pihak luar. Penampilan fisik, fasilitas pelayanan, peralatan, kebersihan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi biro merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan, begitu pula kehandalan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. Aspek berwujud menjadi krusial sebagai

ukuran pelayanan karena tidak dapat dilihat, dicium, atau dirasakan. Adapun bukti *Tangible* meliputi :

a. Menyediakan paket perjalanan sesuai kebutuhan jama'ah

PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta menyediakan paket perjalanan yaitu: ⁷⁷

1) Program Haji

a) Haji Khusus

Haji Khusus adalah ibadah haji yang disarankan oleh Kementerian Agama pemerintah Indonesia. Sudah termasuk akomodasi bintang 5, paket 26 hari, dan masa tunggu 7 tahun, semuanya sesuai referensi Kementerian Agama. Harga tersebut sewaktu-waktu dapat berubah berdasarkan keputusan Kementerian Agama. Dan untuk biaya yang direkomendasikan sebesar US\$ per-orang.

b) Haji Furoda

Haji Furoda Merupakan Haji Istimewa tanpa antri dengan akomodasi bintang 5 dengan paket 26 Hari.

c) Haji Percepatan

Haji Percepatan Merupakan Program Haji tanpa masa tunggu dengan akomodasi bintang 5 dengan paket 35 Hari.

2) Program Umroh yaitu :

a) Umroh Reguler

Umroh Reguler Merupakan program Umroh Sembilan (9) Hari dengan menggunakan maskapai Garuda Indonesia dan Lion Airlines. Dengan fasilitas menggunakan akomodasi bintang 4. ⁷⁸

Berikut uraian program umroh reguler

⁷⁷ Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu Staff Karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 23 Oktober 2023 Pukul 13.00 WIB

⁷⁸ Wawancara dengan Mba Putri, salah satu Staff Karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 23 Oktober 2023 Pukul 13.00 WIB

Tabel 1.4
Program umroh reguler

Madinah	Makkah	Harga
*4 Concorde Al-Khair/ setaraf	*4 Azka As-Safa/ setaraf	Rp. 27.500.000

Dilihat dari rincian biaya harga umroh reguler diatas terdapat biaya yang termasuk dalam paket dan biaya yang tidak termasuk dalam paket (non paket), diantaranya adalah:

Biaya termasuk (paket):

- 1) Tiket pesawat pulang pergi
- 2) Visa umroh
- 3) Akomodasi hotel sesuai dengan paket
- 4) Manasik 3 kali (Teori, praktik dan pemantapan)
- 5) Perlengkapan umroh seperti koper, tas, pakaian ihrom, mukena dll.
- 6) Umroh 2 kali
- 7) *Tour leader* dan muthawif
- 8) Transportasi bus AC
- 9) *City tour* Makkah dan Madinah
- 10) Kurs dollar maksimum 14.200
- 11) Asuransi selama diperjalanan
- 12) Air zam-zam 5 liter

Biaya tidak termasuk (non paket)

- 1) Passport
- 2) Keperluan pribadi seperti pulsa, *laundry*, dll
- 3) Suntik meningitis
- 4) Tip muthawif atau *guide*
- 5) *Overload* bagasi
- 6) Biaya cargo

- 7) Kursi roda
- 8) Surat mahrom (Wanita sendiri umur dibawah 45 tahun Rp. 350.000)
- 9) *Insurance health* Saudi Arabia (estimasi 40 US\$ jika diperlukan)
- 10) Harga sewaktu-waktu bisa berubah dengan menyesuaikan kebijakan dari Arab Saudi.

b) Umroh Promo

Umroh Promo merupakan program umroh Sembilan (9) dengan harga diskon. Penggunaan maskapai bertarif rendah (*Lion Airlines*, *OMAN Airlines* dan *Malaysia Airlines*). Dengan akomodasi bintang tiga (3). Berikut uraian program umroh promo :

Tabel 1.5
Program Umroh Promo

Madinah	Makkah	Harga
*3 <i>Salihya golden</i> (setaraf)	*3 <i>Dar Al- Fayzeen</i> (setaraf)	Rp. 23.000.000

Dilihat dari rincian harga dan akomodasi diatas, harga paket umroh promo terdapat biaya termasuk dan biaya tidak termasuk, biaya termasuk adalah biaya yang sudah tertera didalam paket sedangkan biaya tidak termasuk adalah biaya yang harus ditanggung oleh jamaah, diantaranya adalah:

Biaya termasuk (paket)

- 1) Tiket pesawat
- 2) Visa umroh
- 3) Akomodasi hotel sesuai dengan paket
- 4) Manasik 3 kali (Teori, praktik dan pemantapan)
- 5) Perlengkapan umroh seperti koper, tas, pakaian ihrom, mukena dll.

- 6) Umroh 2 kali
- 7) *Tour leader* dan muthawif
- 8) Transportasi bus AC
- 9) *City tour* Makkah dan Madinah
- 10) Kurs dollar maksimum 14.200
- 11) Asuransi selama diperjalanan
- 12) Air zam-zam 5 liter

Biaya tidak termasuk (non paket)

- 1) Passport
 - 2) Keperluan pribadi seperti pulsa, *laundry*, dll
 - 3) Suntik meningitis
 - 4) Tip muthawif atau *guide*
 - 5) *Overload* bagasi
 - 6) Biaya cargo
 - 7) Kursi roda
 - 8) Surat mahrom (Wanita sendiri umur dibawah 45 tahun Rp. 350.000)
 - 9) *Insurance health* Saudi Arabia (estimasi 40 US\$ jika diperlukan)
 - 10) Harga sewaktu-waktu bisa berubah dengan menyesuaikan kebijakan dari Arab Saudi.
- c) Umroh Plus

Umroh plus yaitu penambahan destinasi ke satu negara atau lebih misalnya Umroh plus Turki, Umroh plus Mesir, Umroh plus Dubai, Umroh plus Aqsa, dan Umroh plus Eropa. Penginapan yang termasuk dalam paket ini berstandar bintang 4 atau 5. Keterangan Tambahan yaitu:

- a) Maskapai menggunakan Saudi Airlines
- b) Konsumsi makan 3x sehari
- c) Hotel bintang 4
- d) Makkah : Azka Al- Safa

- e) Madinah : Province Al- Sham
 - f) Jordania : Olive Tree Hotel
 - g) Yerusalem : National Hotel
- 3) Program Halal Tour PT. Hajar Aswad Mubaroq

Dengan motto “JELAJAH BUMI PARA NABI” PT. Hajar Aswad Mubaroq mendirikan program ini, yang berfungsi sebagai afiliasi dari agen perjalanan haji dan umrah dan mengoordinasikan inisiatif wisata religi di sejumlah negara.

Dalam rangka mencapai tujuannya, program ini dirancang untuk menyelidiki secara mendalam sejarah peradaban dan kehidupan utusan Allah SWT, melengkapi portofolio perusahaan dengan beragam akomodasi dan paket program halal *tour*.⁷⁹

Berikut uraian akomodasi dan paket program halal tour PT. Hajar Aswad Mubaroq :

a. Akomodasi

1. Amman: Al-Fanar/ setaraf
2. Jerussalem: national Hotel/ setara
3. St. Catherine: Catherine Plaza/ setara
4. Cairo: Pyramid Park/ setara

b. Paket *Include*

1. Handling, Tax dan Visa (Jordan, Israel, dan Mesir)
2. Tiket pesawat PP (kelas ekonomi)
3. Transportasi local seperti: bus AC/ mini bus AC
4. Akomodasi sesuai paket
5. Ziarah disekitar kota Amman, Jerussalem, dan Petra (sesuai dengan itinerary)
6. Guide yang berpengalaman dan santun berbahasa Indonesia dan Inggris

⁷⁹ Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu Staff Karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 30 November 2023 Pukul 12.30 WIB

7. Makanan selama tour disesuaikan dengan masakan Negara setempat.

8. Asuransi perjalanan

9. Tips guide dan driver selama tour

c. Paket *Exclude*

1. Pembuatan paspor atau dokumen lainnya

2. Biaya tour tambahan diluar program

3. yang bersifat pribadi seperti: telepon, SMS, laundry, sewa dan dorong kursi roda, tips dll.

4. Kelebihan berat bagasi (sesuai dengan kebijakan masing masing Airlines)

5. Biaya naik onta atau kuda di mesir dan Petra

6. Bayar tiket masuk keruang Mummy Fir'aun

7. Tips guide berbahasa Indonesia 8 US\$ per-hari

d. Syarat Tambahan Negeri Para Rosul

1. Mengisi formulir pendaftaran

2. Paspor RI yang masih berlaku minimal 7 bulan

3. Nama bapak kandung, ibu kandung, kakek dan nenek (keturunan dari bapak)

4. Uang muka sebesar Rp. 5.000.000

5. Pelunasan 40 hari sebelum keberangkatan

4) Paket Promo dan Diskon

Menawarkan paket promo atau diskon dapat menjadi daya tarik bagi jamaah. Diskon untuk keluarga atau grup, serta penawaran khusus pada musim tertentu, dapat mendorong lebih banyak orang untuk ikut dalam perjalanan haji dan umroh. Guna menggugah minat jamaah, Hajar Aswad menawarkan beragam paket diskon, termasuk paket pemasaran three-in-one. Paket ini menjadi magnet bagi calon jamaah haji karena tidak terlepas dari konsep produk yang menarik dan praktis. lebih dari itu, dalam menghadapi persaingan sengit antara operator

tur umrah di seluruh tanah air. Hajar Aswad yang punya motto “ Bersama Hajar Aswad Jadikan Perjalanan Ibadah Umroh Anda Penuh Makna Bersama Kami”.

b. Jadwal Operasional kantor

Tabel 1.6

08.30 WIB	Buka Kantor
09.00 WIB	Makan Pagi
12.00 WIB	Istirahat
13.00 WIB	Melanjutkan Aktivitas Kerja
16.30 WIB	Kantor Tutup

c. Kualitas Layanan

PT. Hajar Aswad Mubaroq juga memiliki kualitas layanan yang optimal selama perjalanan yaitu dengan mendidik *Tour Leader* antar jamaah agar tidak ada sekat antara pembimbing dan jamaah melalui pendekatan humanis persuasive serta memastikan dari segi fasilitasnya jadi harga yang mereka bayarkan itu sudah real dan pasti. Peneliti melakukan wawancara dengan Mas Ali.

*“Layanan dari segala sisi nah mulai dari pendaftaran, manasik, selama di Makkah dan Madinah hingga kepulangan atau penjemputan. Tetapi ada orang yang dia beli tiket sendiri jadi kami tetap menjual paket LA (Lands Aransment) yaitu hotel, handling, dan transportasi selama di Saudi”.*⁸⁰

Tidak hanya itu PT. Hajar Aswad juga memiliki Konsep 3P (Pendampingan, Pembimbingan dan Pelayanan)

1. Pendampingan

Pendampingan jama'ah haji adalah upaya untuk mendampingi, membimbing dan memandu jama'ah haji ataupun umroh dalam menjalankan ibadah haji ditanah suci.

⁸⁰ Wawancara dengan Mas Ali, salah satu staff karyawan divisi marketing PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 pukul 12.30 WIB

Membantu jamaah merasa aman, tenteram, terkendali, dan terhormat ketika menunaikan ibadah haji atau umrah adalah tujuan utama dari layanan ini. Pendampingan selama perjalanan, terutama oleh panduan yang berpengalaman, dapat memberikan rasa aman kepada jamaah. Ini membantu mengatasi potensi masalah atau kebingungan selama perjalanan.

Sebagai pemimpin tour leader jamaah haji dan umroh, tugas utama tour leader adalah memastikan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan para jamaah selama perjalanan mereka ke Tanah Suci. Tour leader juga perlu memiliki pengetahuan mendalam tentang rute ibadah haji dan umroh serta dapat memberikan bimbingan spiritual kepada jamaah. Pastikan untuk memiliki pemahaman yang baik tentang logistik perjalanan dan aturan-aturan terkait perjalanan haji dan umroh.

Konsep pendampingan pada biro Hajar Aswad dikemas dengan adanya *Tour Leader* (TL) yang mumpuni di bidangnya serta mau melakukan pendampingan langsung kepada jama'ah dalam perjalanan ibadahnya. Sebagaimana peneliti melakukan wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji.⁸¹

“Konsep Pendampingan itu sangat penting apalagi dilihat dari Tour Leadernya yang sudah tersertifikasi dan sering melakukan pelatihan khusus untuk TL itu sendiri, seperti adanya Sharing season atau kumpul-kumpul untuk menjaga kesamaan pelayanan. Karena setiap TL itu punya karakter tersendiri. Tapi Ketika mereka berangkat bareng tidak diperkenankan untuk membuat ciri khas yang berbeda kecuali mereka berangkatnya sendiri. Selain itu juga ada pelayihan atau sharing season dengan cara mengundang motivator upgrading untuk karyawan”.

⁸¹ Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu staff karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 25 September 2023 Pukul 10.40 WIB

2. Pembimbingan

Pembimbingan jama'ah haji adalah Pemberian arahan, nasehat, dan penjelasan kepada calon jamaah haji tentang proses-proses yang diperlukan dalam menunaikan ibadah haji dan umrah. Dalam manasik haji terdapat seorang pembimbing calon jama'ah. Tidak hanya memahami rukun haji atau umroh dan tata caranya, pembimbing ini akan menyuguhkan materi serta pelaksanaan ibadah haji atau umroh.

Pembimbingan manasik Haji dan Umrah di PT. Pada Hajar Aswad Mubarq Surakarta, diadakan tiga kali. Manasik pertama merupakan manasik teori yakni penjelasan bagaimana urutan tata cara umroh yang harus dilakukan. Manasik kedua yaitu manasik praktik dan manasik yang ketiga adalah manasik pemantapan.

3. Pelayanan

Pelayanan jama'ah haji dan umroh adalah segala bentuk layanan atau bantuan yang diberikan oleh biro perjalanan kepada calon jama'ah haji dan umroh dalam rangka memenuhi kebutuhan dan memberi kemudahan serta kenyamanan selama menjalankan ibadah. Pelayanan yang baik adalah ketika suatu perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan cara yang konsisten dengan standarnya. Kompetensi tersebut ditunjukkan dengan tingginya standar infrastruktur, sarana, dan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan. Agar layanan yang diberikan perusahaan ini bisa menjadi semacam iklan dari mulut ke mulut yang ampuh, mereka berharap jamaah dapat menjadikan mereka sebagai contoh bagi calon jamaah haji lainnya. Hasilnya, kesan baik jamaah terhadap perusahaan akan tumbuh jika citra perusahaan dibangun dan dipertahankan melalui pelayanan yang luar biasa. Adapun bentuk-bentuk layanan yang dimaksud mencakup:

a) Pelayanan administrasi

Meliputi pendaftaran, pengurusan dokumen perjalanan, akomodasi dan transportasi, konsumsi, serta hal teknis lainnya.

b) Pelayanan manasik/pembimbingan

Berupa bimbingan tata cara ibadah haji dan umrah, bimbingan ihram, tawaf, wukuf, sa'i dan amalan sunnah lainnya.

c) Pelayanan di Tanah Suci

Pendampingan 24 jam di lapangan, penyediaan payung, kursi roda, obat-obatan, koordinasi dengan rumah sakit, dll.

d) Pelayanan akomodasi

Penyediaan hotel/penginapan yang nyaman, terjaga kebersihan dan kehygienisannya, dilengkapi fasilitas lengkap.

e) Pelayanan transportasi dan konsumsi

Mengatur kedatangan dan keberangkatan dengan aman dan tepat waktu serta Menyediakan makanan bergizi dan sesuai selera jamaah. Sebagaimana peneliti melakukan wawancara dengan Mas Ali.

“Kita bisa masuk di sisi pendampingan dan pembimbingan ke jama’ah. Karena biro ini tidak berlandaskan hanya membantu mengantarkan, tetapi kita memiliki nilai yang berbeda dengan biro lain yaitu kita ingin jama’ah seperti merasakan semacam pesantren kilat, nah kita ada programnya yaitu pesantren Haromain (nilai peluang yang akan kita ambil untuk memberikan semacam pesan mendalam kepada jama’ah). Nyamannya di Hajar Aswad itu kemana mana didampingi, kan ada biro lain yang hanya TL itu berangkat ke tanah suci kayak dilepas. contoh monggo bapak/ibu ke masjid, nah kalau dikami berusaha hamper mengajak jama’ah untuk thawaf sunnah, soalnya harike 2 itu free jadi thawaf sunnah daripada di hotel ga ngapa ngapain. Bisa jadi jamaah itu tidak hanya pengen umroh tetapi kadang berdo’a di

depan multazam, karna agak susah nah kita ngasih servise untuk bisa berdo'a disana".⁸²

Selain konsep 3P PT. Hajar Aswad Mubaroq juga menerapkan prinsip *Safety* (Keamanan), *Trust* (Kepercayaan) dan *Leading* (Kepemimpinan).

a) Keamanan (*Safety*)

Prinsip *Safety* dalam biro Hajar Aswad ini adalah komitmen dan upaya sistematis untuk memastikan aspek keselamatan dan keamanan jamaah selama menunaikan ibadah haji dan umroh di tanah suci. Prinsip ini meliputi Menyediakan akomodasi dan transportasi yang layak serta memenuhi standar keselamatan dan kenyamanan jamaah, Menyiapkan pemandu perjalanan (*guide*) dan petugas medis yang kompeten dan profesional untuk memastikan perjalanan ibadah berjalan lancar, Menerapkan manajemen risiko, antara lain dengan menganalisis potensi bahaya yang mungkin muncul, Melengkapi asuransi perjalanan yang komprehensif bagi seluruh jamaah, sehingga jamaah terlindungi jika terjadi hal-hal di luar dugaan, serta Menjalin koordinasi yang baik dengan berbagai pihak. Pelayanan ibadah juga diberikan Ketika berada di tanah suci dengan selalu mengutamakan keselamatan jama'ah dalam peribadatannya.

Penerapan prinsip safety secara konsisten dan berkelanjutan ini bertujuan memberikan rasa aman, tentram, dan nyaman bagi jamaah, sehingga mereka dapat melaksanakan ibadah haji dan umroh dengan khusyuk.

b) Kepercayaan (*Trust*)

Prinsip *Trust* atau kepercayaan dalam biro Hajar Aswad ini merupakan komitmen penyelenggara untuk membangun

⁸² Wawancara dengan Mas Ali, salah satu staff karyawan divisi marketing PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 pukul 12.30 WIB

kepercayaan jamaah. Kepercayaan tersebut meliputi Transparansi informasi, Pelayanan prima dan Tanggung jawab. Dalam kaitannya dengan pelayanan biro ini akan selalu memberikan pelayanan yang nyaman, aman dan Amanah sehingga menumbuhkan rasa percaya jamaah terhadap Hajar Aswad.

Dengan menerapkan prinsip trust secara optimal, kepercayaan jamaah terhadap biro ini akan semakin kuat dan loyalitas jamaah pun meningkat.

c) Kepemimpinan (*Leading*)

Prinsip *Leading* dalam biro perjalanan haji dan umroh berkaitan dengan kepemimpinan dan keteladanan yang ditunjukkan penyelenggara atau biro perjalanan kepada jamaahnya. Prinsip ini mencakup Memberikan contoh dan teladan, Memiliki integritas tinggi, Cepat dan tegas dalam bertindak dan Memiliki kemampuan komunikasi tinggi.

Prinsip ini menjadi dorongan bagi Hajar Aswad untuk *consistently* memberikan layanan optimal, menjadi pelopor di industri biro lainnya. Prinsip *Leading* adalah elemen penting untuk membangun organisasi yang kuat.

2. Empati (*Empathy*)

Untuk memperlihatkan empati, seseorang harus berupaya dengan jujur untuk memahami kebutuhan dan memenuhinya secara individu. Dalam memberikan pelayanan dengan empati, penting untuk memperhatikan dengan seksama, bersimpati, memahami, dan melibatkan semua orang agar pelayanan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan setiap orang. Untuk memastikan bahwa kedua belah pihak mempunyai pemahaman yang sama selama kontak, penting bagi penyedia layanan untuk memahami tantangan pihak lain dan mengetahui apa yang bisa dan tidak bisa mereka lakukan. Sebagaimana hasil wawancara dengan Mas Habibi

*“Kualitas pelayanan sudah berjalan dengan baik, hal ini terlihat dari karyawan yang sudah berkomunikasi secara langsung dengan jama’ah mereka juga memberikan perhatian khusus terhadap jama’ah yang mendaftar disana. Jika ada kesulitan dari jama’ah karyawan sana langsung memberi tahu dengan jelas dan detail. ”.*⁸³

Dari hasil wawancara diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa empati sangat penting dalam pelayanan publik. Serta dapat memberikan kemudahan melakukan kontak dan komunikasi antar petugas dengan jama’ah dan perhatian personal kepada jama’ah.

3. Keandalan (*Realibility*)

Realibility mengacu pada konsistensi dan keakuratan perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan. Selain itu, di antara lima aspek kualitas layanan, *realibility* merupakan aspek yang paling penting bagi banyak sektor jasa karena hal ini mengukur seberapa dapat diandalkannya suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu juga, berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan ibadah dan keagamaan sesuai yang dijanjikan , tepat waktu, akurat dan andal. Keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam meberikan layanan yang lancar kepada jama’ah haji dan umroh dari awal hingga akhir tanpa ada kendala. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari observasi dengan Mas Ali bahwa kualitas pelayanan di PT. Hajar Aswad ada beberapa indicator diantaranya:

a. Pelayanan dalam menyelesaikan administrasi

Pelayanan dalam penyelesaian administrasi sangat diperhatikan oleh PT. Hajar Aswad dan berusaha memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada jamaah dalam proses melengkapi persyaratan, misalnya dalam urusan pembuatan paspor, jamaah tidak memahami proses pencatatan biometrik dan tidak mengetahui lokasi penyuntikan meningitis, biro tersebut akan mengantarkan

⁸³ Wawancara dengan Mas Habibi, salah satu calon jama’ah Haji dan Umroh PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 pukul 13.00 WIB

jemaah atau membantu jemaah dalam melengkapi perlengkapan administrasi.

b. Layanan informasi

Dalam memberikan informasi kepada jemaah PT. Hajar Aswad membuat grup whatsapp yang terdiri dari mentor dan tim agar jemaah tidak ketinggalan informasi seputar umrah. Namun selain WhatsApp, biro Hajar Aswad juga menyebarkan informasi tersebut melalui media sosial lain seperti Facebook dan Instagram. Mulai dari informasi pendaftaran, panduan ibadah, pelaksanaan umrah plus bimbingan Turki hingga kepulangan ke tanah air.

c. Pelayanan dan bimbingan yang sopan

Dalam pendampingan tersebut, PT. Hajar Aswad memberikan pelayanan yang santun, baik hati, dan sigap untuk membantu pelaksanaan ibadah umroh semaksimal mungkin. Hal ini dapat kita lihat ketika melaksanakan bimbingan ritual dengan mendatangkan ustadz yang sudah berpengalaman dalam ibadah umrah. Dengan demikian calon jemaah tidak perlu takut dan khawatir terhadap pelayanan dan bimbingannya karena pelayanan akan diberikan semaksimal mungkin untuk mencapai kekhusyukan dan mendapatkan kesejahteraan bagi seluruh jemaah umrah. Namun terkadang hal tersebut kurang berjalan maksimal karena kurangnya pengetahuan dari jemaah sehingga pihak biro perlu memberikan simulasi mulai dari pemakaian baju ihram hingga yang terakhir yaitu pelaksanaan tahallul.

d. Penyelenggaraan umroh sesuai dengan program yang di rencanakan

Di sini, biro merinci pelaksanaan umrah dan rencana kegiatan ibadah haji, menguraikan aspek-aspek perjalanan yang diperbolehkan dan dilarang. Pada saat ibadah umroh, secara detail pada saat jemaah melakukan kegiatan ritual, akan memudahkan jemaah untuk memahami dan dapat bekerjasama dengan pengawas

selama ibadah umroh. Sebagaimana hasil wawancara dengan calon jama'ah mba Fuji

*“Pelayanannya cepat, pegawainya sangat ramah apalagi sekarang bisa dilayani melalui online jadi tidak datang langsung ke kantornya jadi tinggal nunggu saja info selanjutnya dari pihak sana selain itu juga biro ini rambu-rambu dari kemenag, mulai dari pasti izinnya, pasti hotelnya, berangkatnya dan pasti jadwalnya. Adanya kantor pusat yang sangat strategis. Dan karena banyak testimoni dari jama'ah lainnya”.*⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas, penulis dapat menjelaskan bahwa pelayanan di biro tersebut sudah baik. Hanya saja karyawan juga perlu memikirkan solusi tentang keluhan pelayanan online, karena ada beberapa pengunjung yang sudah lanjut usia.

4. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Aspek *Responsiveness* adalah Pelayanan yang cepat dan akurat, jadwal pelayanan yang jelas dan konsisten, serta perhatian terhadap permasalahan pelanggan.. Berdasarkan temuan tersebut, pelayanan PT. Hajar Aswad Mubaroq memenuhi syarat kecepatan dan ketepatan, meskipun ada beberapa hal yang mungkin dapat ditingkatkan, seperti kemampuan mendengarkan keluhan dan memberikan layanan online bagi pelanggan tanpa pengetahuan teknis. Keluhan dari jemaah dipandang sebagai umpan balik yang berguna untuk meningkatkan pelayanan, meskipun dijamin semuanya telah berjalan sesuai rencana. Selain itu, kesediaan petugas untuk membantu jamaah haji yang kesulitan mendaftar, penukaran real atau membeli paket data diarah menunjukkan bahwa layanan tersebut berkualitas dan memenuhi harapan mereka.

Tim Hajar Aswad merespon dengan baik dalam membantu jamaah, pihak travel juga telah memberikan kesan yang baik kepada

⁸⁴ Wawancara dengan Mba Fuji, salah satu calon jama'ah Umroh PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 pukul 14.00 WIB

jamaah. Dari penjelasan yang diberikan oleh Mas Ali Rosidi selaku bagian pemasaran, bahwa kesiapan dalam menyikapi jamaah haji telah memberikan kesan yang baik kepada jamaah, hal ini terlihat dari kesiapan travel dalam mengantarkan jamaah yang ingin membuat paspor, memperpanjang paspor dan membuat buku kuning serta memberikan arahan. ketika jamaah mengalami kesulitan. Kesiapan dan tanggap tidak hanya pada proses menjelang pemberangkatan dan pada saat pelaksanaan umrah saja, pada saat pelaksanaan di Turki terkadang ada keluhan yang dilontarkan oleh jamaah, namun *tour leader* akan segera memberikan penanganan dalam permasalahan tersebut dan berusaha membuat jamaah merasa nyaman. dirawat oleh perjalanan dan jamaah selalu merasa nyaman.

5. Kepastian/Jaminan (*Assurance*)

Assurance yaitu dimensi yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku staff *front-line* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan pada pelanggan. Kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui jaminan yang diberikan oleh karyawan kepada jamaah telah menunjukkan performa yang memuaskan. Sikap sopan dan ramah petugas selama melayani jamaah, bersama dengan ketepatan waktu dalam menyelesaikan permintaan layanan, menandakan bahwa kualitas pelayanan sudah berada pada tingkat yang memadai. Menurut Gaspersz, kesopanan merupakan kualitas penting dalam diri petugas, khususnya dalam memberikan pelayanan, dan menurut Morgan dan Murgatroyd, kesopanan merupakan salah satu cara masyarakat memandang pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa agar penerima pelayanan merasa dihargai, etika yang baik harus senantiasa dijunjung tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Nur wila Setiaji selaku bagian humas PT. Hajar Aswad dapat disimpulkan dalam memberikan jaminan kepada jamaah pihak travel telah memberikan kepercayaan yang terbaik walaupun ada beberapa kekecewaan dari

pihak keluarga jamaah. Jaminan yang diberikan oleh PT. Hajar Aswad Menjamin Jaminan *CIU dan Zurich*. *CIU (Citra International Underwriters)* merupakan asuransi yang berfungsi menjawab kebutuhan dalam hal pengendalian risiko, perlindungan, perlindungan, keamanan, jaminan, kepercayaan dan harapan di masa depan.

E. Analisis Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jama'ah Haji dan Umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta

Pendekatan diperlukan untuk memberikan layanan yang luar biasa kepada jama'ah PT. Hajar Aswad mubaroq Surakarta agar menarik minat mereka. Dalam analisis ini saya menggunakan Teori Kasmir dan Teori Zeithmall, Pasuraman & Berry.

Pertama, menurut teori Kasmir, strategi pelayanan yang baik harus mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: sarana dan prasarana yang memadai, merekrut karyawan yang berkualitas, bertanggungjawab sejak awal hingga selesai, komunikasi yang efektif, pelayanan yang cepat dan tepat, jaminan kerahasiaan semua transaksi, memiliki pengetahuan dan keterampilan, mendorong untuk memahami kebutuhan pelanggan, dan membangun kepercayaan dengan pelanggan. Namun dari segi sarana yaitu terbatasnya lahan parkir yang mengakibatkan jama'ah yang datang itu susah untuk parkirnya.

Kedua, Selain teori yang di kemukakan oleh Kasmir, Berdasarkan Teori prinsip pelayanan yang dikemukakan oleh Zeithmal, Passuraman dan Berry mengenai prinsip pelayanan prima (*Service Excellent*) meliputi Berwujud (*Tangible*), Empati (*Empathy*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*) dan Kepastian atau Jaminan (*Assurance*) dalam strategi pelayanan dalam meningkatkan minat jama'ah haji dan umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta sudah dilaksanakan. Apabila dilihat dari segi berwujud (*tangible*), sudah dilaksanakan dengan maksimal. Bukti langsung dari PT. Hajar Aswad Mubaroq ini dibuktikan dengan ruang tamu dan ruang tunggu jama'ah, menyediakan paket

perjalanan sesuai kebutuhan jama'ah dan fasilitas penunjang pendaftaran calon jama'ah haji atau umroh.

Dari segi Empati (*empathy*), sudah dilaksanakan secara maksimal, dalam pelayanan jama'ah haji dan umroh petugas yang menangani pendaftaran haji dan umroh selalu memperhatikan jama'ah yang belum memahami Langkah-langkah ataupun syarat-syarat yang harus diikuti dalam mendaftar haji atau umroh. Sehingga jika empati itu diterapkan dalam pelayanan sangat penting untuk memberikan kepuasan kepada jama'ah.

Dari segi Keandalan (*Realibility*), sudah sangat bagus ini terbukti dari ketepatan waktu dalam pelayanan jama'ah. Selain itu juga, kemampuan yang di miliki perusahaan dalam melayani jama'ah yang meliputi pelayanan dalam menyelesaikan administrasi, layanan informasi, pelayanan dan bimbingan yang sopan, serta penyelenggaraan haji atau umroh sesuai dengan program yang direncanakan.

Dari segi Ketanggapan (*Responsiveness*), sudah dilaksanakan secara maksimal sesuai dengan dimensi prinsip pelayanan publik. Hal ini terbukti daari Tim Hajar Aswad yang merespon dengan baik dalam membantu jama'ah, pihak travel juga telah memberikan kesan yang baik kepada jama'ah.

Dari segi Kepastian/ Jaminan (*Assurance*), sudah dilaksanakan dengan baik, jaminan yang diberikan yaitu CIU dan Zurich. *CIU (Citra International Underwriters)* merupakan asuransi yang berfungsi menjawab kebutuhan dalam hal pengendalian risiko, perlindungan, keamanan, jaminan, kepercayaan dan harapan di masa depan.

PT. Hajar Aswad juga menerapkan 3 konsep yaitu pendampingan, pembimbingan dan pelayanan serta menerapkan 3 prinsip yaitu keselamatan/keamanan (*safety*), keamanan (*trust*) dan kepemimpinan (*leading*). Terakhir menerapkan pendekatan humanisme (kekeluargaan).

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan kasmir dan pelayanan prima itu penting karena kedua prinsip tersebut telah memenuhi

karakteristik strategi pelayanan yang dikemukakan oleh Leemans yang meliputi Efektif, Sederhana, kejelasan dan kepastian (Transparan), keterbukaan, efisiensi, ketepatan waktu, responsif dan adaptif.

F. Analisis SWOT PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Jamaah Haji dan Umroh

Dengan menggunakan analisis SWOT, perusahaan dapat mengetahui apa yang mendukung dan apa yang mengancam perusahaan. Analisis SWOT melihat empat faktor: kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Salah satu cara untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang suatu masalah adalah dengan melakukan analisis SWOT, yang merupakan jenis analisis deskriptif. Berdasarkan kondisi sebenarnya, analisis SWOT harus dilakukan. Untuk lebih memahami elemen-elemen yang mendukung dan mengancam perusahaan, digunakan analisis SWOT.

1. Kekuatan (*Strength*)

Berdasarkan wawancara dengan beberapa informan penelitian, peneliti memaparkan temuan mengenai kekuatan pelayanan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta. Adapun kekuatan dari biro ini yaitu:

- a. PT. Hajar Aswad Mubaroq terletak di tengah kota dan pusatnya di Surakarta. Jamaah dari berbagai daerah dapat dengan mudah mendatangi Surakarta karena lokasinya yang sangat strategis
- b. Fasilitas dan Gedung Kantor Operasional yang Lengkap
- c. Memiliki SOP Pelayanan.
- d. Anggota staf dan manajer yang dapat diandalkan yang menunjukkan profesionalisme dan kompetensi dengan memberikan saran berpengetahuan tentang produk, menawarkan layanan pelanggan yang sangat baik, dan melayani tamu secara tepat waktu dan efektif.
- e. Melayani dengan komunikasi yang jelas dan akurat.
- f. Adanya program keunggulan ibadah dan wisata halal.

- g. Memberikan pelayanan terbaik bagi para jamaah yang menunaikan ibadah haji dan umrah dan berusaha mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari mereka.
 - h. Dapat menghadirkan ustadz- ustadz terkenal untuk menarik minat jamaah seperti Ustadz Irfan, Ustadz Faiz Baraja dan Ustadz Nur Islam.
 - i. Jaringan yang luas dan relasi yaitu adanya hubungan yang kuat dengan penyedia layanan di Arab Saudi dan negara-negara lainnya.
 - j. Memiliki reputasi yang baik dengan pelayanannya yang berkualitas sehingga mendapatkan penghargaan sebagai merek terpercaya di solo kategori biro umroh
 - k. PT. Hajar Aswad sekarang bisa *mengentry* visa secara mandiri
2. Kelemahan (*Weakness*)
- Seiring dengan kelebihanannya, PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta memiliki kelemahan. Adapun kelemahannya yaitu:
- a. Adanya pesaing dengan biro- biro lainnya
 - b. Waktu yang sangat padat
3. Peluang (*Opportunity*)
- a. Kantor cabang di berbagai wilayah
 - b. Banyaknya jamaah yang mendaftar, bahkan setiap minggu dan bulan mengadakan pemberangkatan.
 - c. Diversifikasi Layanan (Menawarkan berbagai paket perjalanan)
 - d. Memiliki banyak relasi
 - e. Jamaah merasa berkesan dan bermanfaat selama di tanah suci
 - f. Minat haji dan umroh terus meningkat dikarenakan adanya promo atau diskon
 - g. Penggunaan teknologi yang semakin luas begitupun dengan pemasarannya yang sudah menciptakan aplikasi di play store Hajar Aswad.
 - h. Banyaknya testimoni dari jama'ah yang sudah mendaftar.

4. Ancaman (*Threat*)

- a. Semakin banyaknya perusahaan biro-biro sehingga menimbulkan persaingan yang ketat
- b. Konflik gaza, jadi umroh plus aqsha tahun ditunda terlebih dahulu
- c. Kebijakan arab Saudi tidak stabil



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi, PT. Hajar Aswad perlu menerapkan strategi pelayanan yang komprehensif. Strategi tersebut meliputi peningkatan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif, serta memastikan pemahaman yang baik mengenai prosedur ibadah. Selain itu, dari segi promosi dan pemasaran yang efektif melalui media cetak dan media sosial, menghadirkan beberapa ustadz terkenal, Penawaran paket yang kompetitif dengan harga terjangkau, Peningkatan sumber daya manusia dengan merekrut dan melatih staf yang kompeten, serta *tour leader* yang sudah tersertifikasi. Terakhir, PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta juga memiliki 3 konsep yakni pendampingan, pembimbingan dan pelayanan itu sendiri. Selain itu juga menerapkan 3 prinsip yaitu keselamatan atau keamanan (*safety*), kepercayaan (*trust*) dan kepemimpinan (*leading*). Dan mereka juga menerapkan pendekatan humanis persuasif atau yang bersifat kekeluargaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, saran yang dapat diberikan adalah:

1. PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada jama'ah secara konsisten agar minat masyarakat tetap tinggi.
2. Meningkatkan kinerja layanan dari setiap staff atau petugas yang berinteraksi langsung dengan jama'ah untuk memperkuat kepercayaan mereka dalam memilih atau menggunakan layanan biro ini.

3. Memperbanyak kantor cabang agar memudahkan akses masyarakat dari berbagai daerah untuk mendaftar di PT. Hajar Aswad Mubaroq .



DAFTAR PUSTAKA

- Abdal, "Implementasi Kebijakan Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Jemaah Haji di Kabupaten Garut." *Jurnal Inovasi Penelitian* 2.1 (2021): 129-136.
- Abdussamad, H. Zuchri, and M. Si Sik. *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press, 2021.
- Ahmad, "Manajemen Strategis" (Makasar : Nass Media Pustaka, KBBI 2020) Cet 1.
- Along, Antonius. "Kualitas Layanan Administrasi Akademik di Politeknik Negeri Pontianak." *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik* 6.1 (2020): 94-99.
- Candra, Almun Wakhida, and Renny Oktafia. "Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jemaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo".(*Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2021) Cet 7.1: 9-15.
- Dani, Akhmad Anwar, Teha Aulia Gemelli, and Alfiana Sativa. "*Evaluation of Quality Services at PT. Hajar Aswad Mubaroq*." *Munazzama: Journal of Islamic Management and Pilgrimage* 1.2 (2021): 17-33.
- Erri, Dirgahayu, and Viera Septia Nur. "Implikasi Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Kayndra Dwi Pesona Tangerang."
- Fitrah, N. A . "Haji dan Umrah Dalam Kajian Fiqh (Doctoral dissertation," (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu 2022).
- Hidayat, Muhammad Fadillah. "Strategi Pelayanan Pendaftaran Jemaah Haji Kantor Kementerian Agama Kota Tangerang Selatan. BS thesis".(Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2021)
- Hutami, R. "Strategi Pelayanan Ibadah Umroh terhadap Kepuasan Jemaah Umroh di PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta."(2020)
- Ibrahim, Nadiyah. 2019, *Manajemen Bimbingan Manasik Haji PT GADIKA Medan Dalam Meningkatkan Pelayanan Jama'ah* Skripsi Medan: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SU Medan.

- Inâ, Muhammadl, and Endang Setyowati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya." JHP17: Jurnal Hasil Penelitian 3.01 (2018).
- Islami, Khairul Difo. "Strategi peningkatan kulaitas pelayanan haji dan Umrah P.T Margi Suci Minarfa Jakarta Pusat". (Skripsi—UIN Hidayatullah, Jakarta 2014).
- Ismanto Setyabudi, Daryanto. "Konsumen dan pelayanan prima." Yogyakarta: Gava Media (2014).
- Keputusan Direktur Jenderal Penyelenggara Haji Dan Umrah Nomor D/21/2016 Tahun 2016 Tentang Pedoman Pembatalan Pendaftaran Jama'ah Haji Reguler Dan Pengambilan Biaya Penyelenggara Ibadah Haji
- Moleong, Lexy J. "Metodologi Penelitian Kualitatif,". (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset." 2009) hal : 280-284.
- Mukminin, Furqon. "Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umrah." Skripsi) Sarjana Sosial Islam. Semarang: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.[online]. Tersedia: <http://eprints.walisongo.ac.id/4968/1/111311043.pdf> [22 April 2021] (2015).
- Nuha, Ulin. "Profesionalitas Pelayanan Ibadah Umrah di Biro Perjalanan Wisata PT Hajar Aswad Mubaroq Surakarta." (2022).
- Nuriyanto, Elok. "Peningkatan Hasil Belajar Siswa Melalui Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Two Stay Two Stray (TSTS) Pada Siswa SMP." Jurnal Suluh Edukasi 1.1 (2020): 101-120.
- Ortega, Herwidi Yatmo, and Juhdi Amin. "Strategi Pelayanan Ibadah Umrah Terhadap Jemaah Disabilitas." Jurnal Manajemen Dakwah 1.1 (2023): 33-46.
- Rabani, M. Iqbal. "Pengorganisasian Pelayanan Pendaftaran Calon Jamaah Haji di Kementerian Agama Kota Dumai". (Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2020).

- Ramadhani, L. F. Strategi Pelayanan Pemberangkatan Jamaah Haji Pada Embarkasi Jakarta Pondok Gede Tahun 2019 (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Rahadian, Revi. "Analisis Tingkat Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Pelayanan prima Di PT. Manajemen Mihrab Qolbi Jakarta Selatan." (2016).
- Riandini, Harlita."Manajemen Pelayanan Manasik Oleh Bidang Penyelenggaraan Umroh (PHU) Kantor Wilayah Kementerian Agama Derah Istimewa Yogyakarta Tahun 2016". Diss. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,2017.
- Rullah, Rustian Zaka. "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Dalam Sistem Murabahah Pada Leasing Fif (Federal International Finance) Syari'ah Taman Palem Jakarta Barat."
- Sarosa, Samiaji. Analisis data penelitian kualitatif. PT. Kanisius, 2021.
- Sebayang, Immanuel, and T. Nurhaida. "Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus Muda Pada PT. Bank BNI Kcumedan." Skylandsea Profesional Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Teknologi 1.2 (2021): 19-25.
- Sellang, K., Sos, S., Jamaluddin, D. H., Sos, S., & Ahmad Mustanir, S. I. P. (2022). Strategi Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Dimensi, Konsep, Indikator Dan Implementasinya. Penerbit Qiara Media.
- Seran, Renyrosari Bano, Elia Sundari, and Muinah Fadhila. "Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen." Jurnal Mirai Management 8.1 (2023): 206-211.
- Sugiyono, S. "Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D". (Bandung: Alfabeta 2015).

Sulaiman, S. “Kepuasan Jemaah Haji Terhadap Pelayanan KBH di Kabupaten Jepara. Analisa: Journal of Social Science and Religion”, 2005. Cet 21(1), 51-62.

Sule, Emie Tisnawati, and Kurniawan Saefullah. “Pengantar Manajemen Jakarta: Kencana.”(2005).

Wawancara dengan Mas Ali, salah satu staff karyawan divisi marketing PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 12 April 2023 pukul 14.13 WIB

Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu staff karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 25 September 2023 Pukul 10.00 WIB

Wawancara dengan Mas Ali, salah satu staff karyawan divisi marketing PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 25 September 2023 pukul 10.35 WIB

Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu staff karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 25 September 2023 Pukul 10.40 WIB

Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu staff karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Juli 2023 Pukul 13.44 WIB

Wawancara dengan Mba Rahayu, salah satu staff karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 23 Oktober 2023 Pukul 13.00 WIB

Wawancara dengan Mas Wila Nur Setiaji, salah satu staff karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 23 Oktober 2023 Pukul 13.00 WIB

Wawancara dengan Mba Putri, salah satu staff karyawan PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 23 Oktober 2023 Pukul 13.00 WIB

Wawancara dengan Mba Putri, salah satu staff karyawan divisi Cso PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 25 November 2023 pukul 13.00 WIB

Wawancara dengan Mas Ali, salah satu staff karyawan divisi marketing PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 30 November 2023 pukul 10.35 WIB

Wawancara dengan Mas Wila, salah satu staff karyawan divisi humas PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 30 November 2023 pukul 12.30 WIB

Wawancara dengan Bapak Dwi Cahyo salah satu jama'ah umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 Pukul 15.30 WIB

Wawancara dengan Ibu Hamidah salah satu jama'ah umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 Pukul 15.00 WIB

Wawancara dengan Mas Habibi salah satu jama'ah umroh PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 Pukul 13.00 WIB

Wawancara dengan Mba Fuji, salah satu staff karyawan divisi Cso PT.Hajar Aswad Mubaroq Surakarta pada tanggal 29 Desember 2023 pukul 14.00 WIB

Wijaya, Hengki, et al. Analisis Data Kualitatif: sebuah tinjauan teori & praktik. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.

Yessy Agustry, Yessy. Pengaruh Minat Terhadap Calon Jamaah Dalam Memilih Biro Perjalanan Umroh di Kecamatan Tampan. Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

Lampiran 1

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Mas Ali Rosidi

Jabatan : Divisi Marketing

Peneliti : Bagaimana sejarah berdirinya PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta?

Narasumber : Biro Hajar Aswad Mubaroq merupakan pelopor biro perjalanan umum berbasis Solo dan Semarang. Didirikan pada tanggal 12 Oktober 2012, biro ini menawarkan berbagai paket perjalanan umroh dan haji plus kepada jamaah. Setiap bulan Biro ini terkadang memberangkatkan jamaah 4 kali pemberangkatan. Biro ini berdiri awalnya ketika Ibu Retno Anugerah Andriyani, yang saat ini menjabat sebagai direktur utama, merasa perlu mendirikan sebuah lembaga perjalanan umroh. Motivasi untuk mendirikan biro ini muncul saat ia dan keluarganya menjalankan ibadah umroh dan mengalami pengalaman pelayanan yang kurang memuaskan dari biro yang mereka gunakan. Kejadian ini menjadi dorongan untuk menciptakan sebuah biro dengan layanan yang unggul bagi para jama'ah.

Peneliti : Segala sesuatu yang dibangun pasti memiliki tujuan, lantas apa tujuan berdirinya PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta?

Narasumber : Agar calon jama'ah yang berkeinginan untuk menziarahi batu Hajar Aswad dapat menggunakan biro ini untuk perjalanan ibadah umroh mereka.

Peneliti : Apakah sarana dan prasarana yang disediakan oleh PT. Hajar Aswad itu sudah mendukung dalam pelayanan jama'ah?

Narasumber : Sarana dan Prasarana yang disediakan oleh PT. Hajar Aswad itu sudah mendukung sekali mulai dari akomodasi yang nyaman, transportasi aman, panduan keagamaan, serta layanan yang memenuhi kebutuhan jamaah. Penting juga memiliki fasilitas

kesehatan dan keamanan yang memadai untuk menjamin kesejahteraan jamaah selama perjalanan haji dan umroh. Di PT. Hajar Aswad itu sendiri sarana dan prasarannya sudah cukup memadai dengan kelengkapan yang sudah tersedia disana.

Peneliti : Apa kebijakan dan strategi utama yang telah Anda terapkan untuk memajukan kinerja dan tujuan biro?

Narasumber : Kebijakannya itu sesuai dengan pelayanannya. Adapun strategi utamanya yaitu dari karyawannya jadi mereka itu harus ngasih service excellent apalagi Ketika ada jama'ah yang komplek.

Peneliti : Apa tantangan terbesar yang dihadapi biro ini saat ini, dan bagaimana Anda merencanakan untuk mengatasinya?

Narasumber : Yaitu Adanya perubahan regulasi dari Saudi sendiri yang mana Saudi itu Sekarang membuka pintu lebar-lebar untuk siapapun untuk mengentry Via Umroh, Jadi nantinya akan ada umroh model bag baker (umroh tanpa biro) aplikasi nusuk (di playstore / App store) jadi pengunjung dari Saudi bisa memberikan Visa umroh tanpa melalui biro travel. Kedepannya banyak genzi Umroh tanpa travel, Jadi bisa beli tiket sendiri. Cara mengatasinya tetap optimis bahwa yang namanya umroh tidak sekedar kita dolan, tapi yg dibutuhkan pendampingan, pembimbingan dan pelayanan.

Peneliti : Bagaimana Anda mengambil keputusan strategis dalam menghadapi tantangan tersebut?

Narasumber : Mungkin dari segi layanan dari segala sisi mulai dari pendaftaran, manasik dan selama di Makkah dan Madinah hingga kepulangan atau penjemputan.

Peneliti : Apa yang menjadi peluang bagi biro ini dalam proses pelayanan kepada Jama'ah?

Narasumber : Kita bisa masuk di sisi pendampingan dan pembimbingan ke jama'ah. Karena biro ini tidak berlandaskan hanya membantu mengantarkan, tetapi kita memiliki nilai yang berbeda dengan biro lain yaitu kita ingin jama'ah seperti merasakan semacam pesantren

kilat, nah kita ada programnya yaitu pesantren Haromain (nilai peluang yang akan kita ambil untuk memberikan semacam pesan mendalam kepada jama'ah). Nyamannya di Hajar Aswad itu kemana mana didampingi, kan ada biro lain yang hanya TL itu berangkat ke tanah suci kayak dilepas. contoh monggo bapak/ibu ke masjid, nah kalau dikami berusaha hamper mengajak jama'ah untuk thawaf sunnah, soalnya harike 2 itu free jadi thawaf sunnah daripada di hotel ga ngapa ngapain. Bisa jadi jamaah itu tidak hanya pengen umroh tetapi kadang berdo'a di depan multazam, karna agak susah nah kita ngasih servise untuk bisa berdo'a disana

Peneliti : Apa yang menjadi tantangan/ancaman bagi biro ini dalam pelayanan?

Narasumber : Kalau tantangan/ancaman itu mungkin perang harga dengan biro lain atau disebut dengan rivalitas atau persaingan. Selain itu juga perang produk yaitu dari segi akomodasi, transportasi dan lain-lain. Konflik gaza, jadi umroh plus aqsha ditunda terlebih dahulu.

Peneliti : Apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari internal biro ini?

Narasumber : Kalau kekuatan itu banyak sekali mba mulai dari pelayanannya itu sendiri, menghadirkan ustadz-ustadz terkenal dll. Intinya itu kita harus saling happy dan memiliki relasi punya koneksi tangan dalam harga. Sedangkan kelemahannya yaitu waktu yang sangat padat.

Peneliti : Apakah ada strategi khusus dalam pelayanan kepada jama'ah?

Narasumber : Ada, yaitu strategi Humanisme (Kekeluargaan) jadi kita tidak menonjolkan figure ustadz siapa. Jadi kit aitu ada alumni terus mereka itu mereferensikan ke jama'ah baru.

Peneliti : Bagaimana Strategi pemasaran untuk menarik perhatian calon jama'ah haji dan umroh?

Narasumber : Cara PT. Hajar Aswad dalam menarik jama'ah itu ada yang offline atau online. Jika yang offline jamaah tersebut langsung

datang ke kantor. Sedangkan untuk yang online bisa melalui Wa ataupun website. Karena sekarang kita dalam strategi pemasaran itu lagi Running gencar di medos yaitu ig, fb, google dan tidak menutup informasi melalui pengajian-pengajian juga, mengikuti beberapa penawaran di kampeni (Kumpulan kepala-kepala cabang BSI, melalui Direct Selling, jalur kemitraan (Agen), Web, aplikasi dan tiktok itu sendiri

Peneliti : Bagaimana cara mengukur kesuksesan kampanye pemasaran?

Narasumber : Kita berhasil Ketika iklan kit aitu diterima dengan baik dan dealnya mereka bisa daftar lewat kami.

Peneliti : Apa upaya khusus dalam menjangkau segmen pasar?

Narasumber : Ada yaitu di medsos di segmen baru wilayah nasional seperti sumatera selatan, Kalimantan bahkan dari batam.

Peneliti : Jenis konten apa yang paling efektif dalam menarik minat calon jama'ah?

Narasumber : Menurut saya konten edukasi itu sangat membantu untuk menarik calon jamaah dan paling efektif juga. Jadi Ketika membuat konten edukasi itu di tiktok nantinya calon jamaah itu akan tertarik dikarenakan nantinya kan konten edukasi itu berisi kegiatan kita selama di tanah suci. Intinya hal-hal yang kita jalankan disana. Jadi strategi edukasi itu sangat penting untuk menarik jamaah daripada kita membuat konten jualan produk. Soalnya Ketika kita membuat konten tentang produk orang tuh kurang suka soalnya udah banyak sih berseliweran. Nah makanya mending kita buat strategi konten edukasi yang lebih positif.

Peneliti : Berapa jumlah jama'ah umroh dari tahun 2021, 2022, dan 2023

Narasumber : Jama'ah umroh tahun 2021 berjumlah 2.500 jama'ah, 2022 3.600 jama'ah dan 2023 kurang lebih 5.000 jama'ah. Dan 4 kali pemberangkatan dalam sebulan.

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Mas Wila Nur Setiaji

- Jabatan : Divisi Humas dan Haji
- Peneliti : Bagaimana Biro ini memahami dan memenuhi kebutuhan khusus jama'ah haji dan umroh dalam pelayanan mereka?
- Narasumber : Jadi dulu HA itu Door to door jadi dulunya terkenal karena mereka pengajian ke pengajian, dari presentasi ke presentasi, mengumpulkan ibu-ibu PKK dan komunitas pengajian / majelis talim, Jadi HA itu mengumpulkan Semua kalangan tersebut. ditahun 11, tidak mempunyai marketing Lapangan Jadi Jamaah yang sudah berangkat atau melaksanakan Ibadah haji mereka akan menceritakan pengalamannya ke orang lain
- Peneliti : Apa saja Langkah-langkah yang konkret yang diambil untuk memastikan kenyamanan, keamanan dan kualitas layanan yang optimal selama perjalanan jama'ah haji dan umroh?
- Narasumber : Yaitu yang pertama dengan mendidik TL, jadi Ketika mengantarkan jama'ah para TL itu di didik selalu tidak pernah membuat sekat antara pembimbing dan jama'ah jadi kita seperti teman. Kedua, memastikan fasilitasnya, harga yang mereka bayarkan itu sudah real dan tidak nambah lagi.
- Peneliti : Apakah ada program pelatihan khusus untuk staff dalam meningkatkan pelayanan kepada jama'ah haji dan umroh?
- Narasumber : Ada, yaitu melakukan pelatihan khusus untuk TL itu sendiri, seperti adanya Sharing season atau kumpul-kumpul untuk menjaga kesamaan pelayanan. Karena setiap TL itu punya karakter tersendiri. Tapi Ketika mereka berangkat bareng tidak diperkenankan untuk membuat ciri khas yang berbeda kecuali mereka berangkatnya sendiri. Selain itu juga ada pelayihan atau sharing season dengan cara mengundang motivator upgrading untuk karyawan.
- Peneliti : Berapa jumlah jama'ah haji dari tahun 2021, 2022, dan 2023
- Narasumber : Jama'ah haji tahun 2021 berjumlah 85 jama'ah, 2022 32 jama'ah dan 2023 120 jama'ah.

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Mba Putri

Jabatan : Divisi CSO

Peneliti : Bagaimana proses komunikasi antara *customer service officier (cso)* dan jama'ah yang di atur dalam pelayanan biro haji dan umroh ini?

Narasumber : Kemampuan komunikasi itu sangat penting Ketika kita melayani calon jama'ah. Apalagi CSO itu sendiri berhadapan langsung dengan jama'ah. Biasanya untuk calon jama'ah ditanya terlebih dahulu apakah sudah mendaftar atau belum, nanti bagian CSO itu sendiri meminta kontak HPnya. Dan untuk yang sudah daftar mungkin dishare hal-hal penting terkait kapan berangkatnya, visanya dsb. Sedangkan komunikasi di Arab Saudi itu biasanya nanti jama'ah langsung tanya ke Tour Leader (TL) disana. Disana juga disediakan alat AGS (Indra buat dengar) tetapi alat itu dikhususkan buat yang VIP. Tetapi jika alatnya longgar bisa di pake oleh jama'ah namun tidak semuanya, dikarenakan alatnya sangat terbatas, ya mungkin kita cuman punya 100.

Peneliti : Apakah terdapat pelatihan khusus yang diberikan kepada CSO untuk memahami dengan baik tata cara perjalanan haji dan umroh serta kebutuhan jama'ah?

Narasumber : Tidak ada, adanya standar pelayanan dan pelatihan tentang Tour leader

Peneliti : Bagaimana CSO mengelola komunikasi dan hubungan dengan jama'ah haji dan umroh terutama mengatasi masalah atau permintaan khusus?

Narasumber : Mengatasinya yaitu yang pertama, apapun yang diminta jama'ah itu selalu dipenuhi. Kedua meen time, mereka akan dikumpulkan berapa bulan sekali. Ketiga, intens komunikasi di WA kalau ditravel lain terkadang admin slow respon jadi di Hajar Aswad itu sendiri langsung ke marketing dan nanti marketing langsung mengasih keputusan secepatnya.

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Mas Habibi

Jabatan : Jama'ah

Peneliti : Apa yang membuat mas itu memilih biro perjalanan wisata ini untuk perjalanan umroh?

Narasumber : Alasannya yaitu Pertama, rambu-rambu dari kemenag, mulai dari pasti izinnya, pasti hotelnya, berangkatnya dan pasti jadwalnya. Kedua, adanya kantor pusat yang sangat strategis. Dan ketiga karena banyak testimoni dari jama'ah lainnya.

Peneliti : Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hajar Aswad itu sendiri?

Narasumber : Kualitas pelayanan sudah berjalan dengan baik, hal ini terlihat dari karyawan yang sudah berkomunikasi secara langsung dengan jama'ah mereka juga memberikan perhatian khusus terhadap jama'ah yang mendaftar disana. Jika ada kesulitan dari jama'ah karyawan sana langsung memberi tahu dengan jelas dan detail.

Peneliti : Apakah mas itu merasa perjalanan ini memberikan informasi yang cukup?

Narasumber : Sangat informatif sekali, detail sampai urusan real, paket data, ke pasporan yang rumit disampaikan.

Peneliti : Apakah agen perjalanan ini direkomendasikan kepada orang lain?

Narasumber : Sangat di rekomendasikan ke yang lain karena dari segi pelayanannya yang sangat luar biasa.

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Bapak Hamzah

Jabatan : Jama'ah

Peneliti : Kenapa bapak memilih biro ini?

Narasumber : Karena biro ini sangat wow sekali yang membuat saya merasa nyaman dan diprioritaskan oleh PT. Hajar Aswad Mubaroq yaitu dari kepastian jadwalnya serta staff/karyawannya sangat humanis, dalam arti menyenangkan dan aktif.

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Ibu Hamidah

Jabatan : Jama'ah

Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Hajar Aswad?

Narasumber : Pelayanan dari PT. Hajar Aswad Mubaroq sangat baik mulai dari pendaftaran hingga kepulangan serta sangat memudahkan proses pelaksanaan haji

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Mba Yayah dan Mba Fuji

Jabatan : Calon Jama'ah

Peneliti : Apakah sarana dan prasarana yang disediakan oleh Hajar Aswad itu sudah baik

Narasumber : Adapun sarana dan prasarana yang disediakan oleh Hajar Aswad itu sudah baik yang biasanya melibatkan pelayanan yang efisien, informasinya sudah jelas sekali, dan kenyamanan selama perjalanan. Dan yang terakhir juga fasilitas transportasi yang aman dan akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan juga menjadi faktor penting.

Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Hajar Aswad?

Narasumber : Pelayanannya cepat, pegawainya sangat ramah apalagi sekarang bisa dilayani melalui online jadi tidak datang langsung ke kantornya jadi tinggal nunggu saja info selanjutnya dari pihak sana".

Lampiran 2. Dokumentasi



Wawancara dengan Mas Ali dan jama'ah



Wawancara dengan Mba Putri Divisi CSO



Wawancara dengan Mba Fuji Calon Jama'ah



Wawancara dengan Mba Yayah



Wawancara dengan Jama'ah



Proses pengecekan paspor

HAJAR ASWAD
No. Ijin PPK 882225
No. Ijin PPK 882214

UMROH PLUS TURKEY



PRICE +

QUADROOM ✓

29.8Jt

- STARTING**
 - JAKARTA-CGK
- HOTEL/PROGRAM 12 HARI**
 - MADINAH ABRAJ TABA/SETARAF
 - MEKKAH FAJR BADEA 2/SETARAF
- INCLUDE**
 - TIKET EKONOMIS PP
 - VISA BUS
 - HANDLING SAUDI & MUTOWIF
 - AIR ZAM-ZAM (JIKA DIJINKAN)
 - CITYTOUR DI SAUDI (JIKA DIJINKAN)
 - ASURANSI
- EXCLUDE**
 - PENGINAPAN
 - PEMBUATAN PASPOR
 - KELEBIHAN BAGASI
 - TOUR DILUAR PROGRAM
 - PERLENGKAPAN
 - TIPPING GUIDE
 - ADDON

Program Umroh Plus Turkey

HAJAR ASWAD
No. Ijin PPK 882225
No. Ijin PPK 882214

Haji FURODA

TAHUN 2024

STARTING JAKARTA

HOTEL MEKKAH	HOTEL MADINAH	APARTEMEN TRANSIT & MAKTAB	TRANSPORTASI	MAKAM
MAKAM TOWER SETARAF	NOZOL/SETARAF	HEWEL/MAKAM HOTEL (SABU SYSTEM HAJAR HAJI)	BUS/NAQOSBAH	3 KALI SENAR

QUAD	TRIPLE	DOUBLE
25.000 USD	26.500 USD	28.000 USD

INCLUDE

- TIKET INTERNATIONAL ECO PP
- VISA HAJI FURODA
- APARTEMEN TRANSIT
- MAKTAB HAJI FURODA
- PERLENGKAPAN HAJI
- MANASIK HAJI & ASURANSI
- TOUR LEADER
- MUTOWIF

EXCLUDE

- BIAYA UPGRADE BISNIS CLASS
- VAKSIN MENINGITIS
- DAM TAMAHTUF
- TIKET & HOTEL DOMESTIK
- PASPOR
- MEDICAL CHECK UP
- KEPERLUAN PRIBADI

PT. HAJAR ASWAD MUBAROQ
Jl. Ahmad Yani No. 27/8 E Sukakarta
Telp. 0271-731982
ADMIN: 0811 255 4044 | WILA: 0811 2804 002 | NISA: 0857 2762 2009

Hajar Aswad | HajarAswadMubaroq

Program Haji Furoda

HAJJAR ASWAD 2024 | Januari **Februari** | Maret

UMROH SYA'BAN

HEBERANGKATAN **24 FEBRUARI**

PROGRAM **9 HARI**

32 JT

LION AIR DIRECT SOLO-JEDDAH

HOTEL MADINAH SAMA AL MASI / SETARAF

HOTEL MAKKAH RAYYANA / SETARAF

SEGERA DAFTAR

Tiket ekonomi PP, Hotel & makan di Saudi, Visa, bus, asuransi, Handling Saudi & Mutowaf, Air zam-zam, Citytour di Saudi, Perengkapan

Pembuatan paspor, Kelebihan biaya, Tour di luar program

0811-255-4044 | 0271-731982
hajaraswadmubaroq

Jl. Ahmad Yani No. 278E
Mansion, Banyorison, Surakarta
No. Izin PPIU: 945/2019

Program Umroh Sya'ban

PT. HAJJAR ASWAD MUBAROQ
DAFTAR PAKET UMROH MUSIM 1445 H / 2024
No. Izin PIHK 694/2020 | No. Izin PPIU 945/2019

No.	Tanggal	Hari	Paket	Harga	Maskapai	Hotel Madinah	Hotel Makkah
1.	2 Maret 2024	9 Hari	PROMO** SOC -JED	25,9 Juta	Lion Air	Rawdat al safwa/Setaraf	Fajr Badea 2/Setaraf
2.	9 Maret 2024	9 Hari	REGULER* AWAL RAMADHAN	32 Juta	Garuda Indonesia	Tabah Tower/Setaraf	Fajr Badea 2/Setaraf
3.	28 Maret 2024	17 Hari	REGULER* AKHIR RAMADHAN	49,5 Juta	Emirates/Ethad/Oman	Jawharat Al Rasheed/Setaraf	Fajr Badea 2/Setaraf
4.	7 April 2024	9 Hari	REGULER* LEBARAN MADINAH	33,8 Juta	Saudi Airlines	Sama Al Masi/Setaraf (4N)	Fajr Badea 2/Setaraf (3N)
5.	7 April 2024	9 Hari	VIP* LEBARAN MADINAH	47,5 Juta	Saudi Airlines	Nozol Inn/Setaraf (4N)	Safwah/Setaraf (3N)
6.	13 April 2024	9 Hari	PROMO SOC - JED	27,9 Juta	Lion Air	Rawdat al safwa/Setaraf	Baroka Mawadah /Setaraf
7.	13 April 2024	9 Hari	REGULER SOC - JED	32 Juta	Lion Air	Rua International/Setaraf	Rayyana/Azka /Setaraf
8.	14 April 2024	13 Hari	PROMO PLUS MALAYSIA	29,8 Juta	Lion Malindo	Sama Al Masi/Setaraf (6N)	Snood/Setaraf (4N)
9.	15 April 2024	12 Hari	PROMO PLUS*** TURKI TULIP	29,8 Juta	Emirates/Qatar/Saudia	Abraj Tabay/Setaraf	Fajr Badea 2/Setaraf
10.	18 April 2024	9 Hari	REGULER UMROH SYAWAL	34,5 Juta	Saudi Airlines	Rua International/Setaraf	Rayyana/Setaraf
11.	18 April 2024	9 Hari	VIP Thal & Kereta Cepat	41,5 Juta	Saudi Airlines	Golden Tulip Anshar/Setaraf	Safwah/Setaraf
12.	18 April 2024	9 Hari	PROMO* LIBUR LEBARAN	24,9 Juta	Emirates/Qatar/Oman	Rawdat al safwa/Setaraf	Fajr Badea 2/Setaraf
13.	22 Juli 2024	9 Hari	SUPER PROMO*** READY PASSPORT	22,5 Juta	Emirates/Qatar/Oman	Sama Al Masi/Setaraf	Fajr Badea 2/Setaraf

Note :
 - (*) Starting Jakarta.
 - (***) Tanpa Perlengkapan.
 - (****) Starting Jakarta dan Tanpa Perlengkapan.
 - Harga Tersebut sewaktu-waktu bisa berubah, menyesuaikan kebijakan Arab Saudi dan Indonesia.

Daftar Paket Umroh Tahun 2024



Wawancara dengan Mba Rahayu



Pelaksanaan Manasik di Donodudan



Keberangkatan Jama'ah ke Bandara Adi Soemarmo

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Risnawati
2. NIM : 201103011
3. Tempat/ Tanggal Lahir : Banjar, 27 September 2001
4. Jurusan/ Prodi : Manajemen dan Komunikasi/ Manajemen Dakwah
5. Angkatan Tahun : 2020
6. Alamat Asal : Dsn. Rancakole, Ds. Mulyasari RT.04 RW.01 Kec. Pataruman Kota Banjar
7. Orang Tua
 - a. Nama Ayah : Rosid (Alm)
 - b. Nama Ibu : Juju Juariah

B. Riwayat Pendidikan

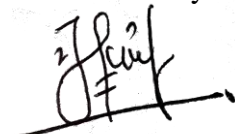
1. MI : MI Panatasan
2. MTs : MTsN Kota Banjar
3. MA : MAN Banjar
4. S1 : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. IRMA (Ikatan Remaja Masjid)
2. PMR (Palang Merah Remaja)
3. EASA (English Arabic Student Association).

Demikian Daftar Riwayat hidup ini saya buat dengan sesungguhnya.

Hormat Saya



Risnawati