



SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah
Volume 10 Nomor 2, Desember 2025
p-ISSN 2654-3923
e-ISSN 2621-6051

Manajemen Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Haji dan Umrah (Pada Travel Holiday Angkasa Wisata Kota Bengkulu)

Billy Dwi Putra¹, Romi Adetio Setiawan², Kustin Hartini³

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

e-mail: billy.putra@uinfas.ac.id

Abstract : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi manajemen pelayanan dalam meningkatkan kepuasan jamaah pada PT. Holiday Angkasa Wisata cabang Kota Bengkulu. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pelayanan yang dilakukan meliputi pelayanan administrasi, bimbingan manasik secara daring dan langsung, akomodasi, konsumsi, transportasi, serta layanan kesehatan yang terpadu. Faktor pendukung meliputi izin resmi dan promosi aktif, sedangkan faktor penghambat mencakup kendala teknis dan kurangnya pemahaman jamaah. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan jamaah.

Kata Kunci: Manajemen pelayanan, Kepuasan Jamaah, Umrah, Haji, Biro Perjalanan

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara penyumbang jamaah haji dan umrah terbanyak setiap tahunnya. Kegiatan ibadah haji dan umrah bukan hanya merupakan kewajiban spiritual, tetapi juga telah menjadi sektor strategis dalam industri jasa keagamaan yang terus berkembang pesat. Seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, serta adanya antrian panjang untuk ibadah haji reguler, maka kebutuhan akan jasa layanan umrah semakin meningkat dari tahun ke tahun (Wulandari *et al.*, 2023) Berdasarkan data dari Kementerian Agama RI, tren keberangkatan jamaah umrah terus meningkat signifikan, dari ratusan ribu menjadi jutaan jamaah dalam kurun waktu lima tahun terakhir.

Haji merupakan salah satu dari lima rukun Islam, di mana seseorang yang mampu menunaikannya belum dianggap sempurna dalam menjalankan ajaran Islam sampai ia melaksanakan ibadah haji. Pada dasarnya, haji adalah Ibadah suci yang diwajibkan oleh Allah SWT, kepada semua umat Islam yang telah memenuhi syarat kemampuan, dan seluruh rangkaian kegiatannya dianggap sebagai ibadah (AL HAD, 2019).

Sedangkan umrah adalah kunjungan ke Ka'bah yang melibatkan tawaf (mengelilingi Ka'bah) dan *Sa'i* (berjalan antara Shafa dan Marwah), diakhiri dengan *thallul* (mencukur rambut), tanpa ada wukuf di Arafah. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan bahwa perbedaan antara haji dan umrah terletak pada jenis amalan yang dilakukan. Secara khusus, ibadah umrah tidak mencakup mabit di Mina wukuf di Arafah, dan melempar jumrah, sehingga umrah lebih fokus pada amalan yang dilakukan di Mekkah saja (Adellia, 2023).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 mengenai tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, sebuah kewajiban nasional yang harus ditangani oleh pemerintah Indonesia, Dalam hal ini pemerintah Indonesia bertugas dan bertanggung jawab untuk berkoordinasi dengan masyarakat, lembaga terkait, dan pemerintah Arab Saudi. Pelaksanaan ibadah haji harus didasarkan pada prinsip keadilan, professional dan akuntabilitas. Tujuannya adalah untuk memberikan bimbingan, pelayanan, dan perlindungan yang terbaik kepada jama'ah haji dan umrah (Mufraini, 2021).

Dalam konteks ini, keberadaan biro perjalanan haji dan umrah memiliki peran vital dalam memastikan pelayanan yang berkualitas tinggi agar jamaah dapat melaksanakan ibadah dengan khusyuk dan nyaman. Manajemen pelayanan menjadi aspek penting yang menentukan keberhasilan sebuah biro perjalanan. Manajemen pelayanan mencakup berbagai dimensi seperti keandalan, daya tanggap, empati, jaminan, dan bukti fisik yang semuanya bermuara pada peningkatan kepuasan jamaah (Naad *et al.*, 2024).

Pelayanan yang optimal tidak hanya mendorong loyalitas jamaah, yang tercermin dalam kecenderungan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pengalaman spiritual jamaah selama menjalankan ibadah Haji dan Umrah, tetapi juga membentuk keterikatan emosional dan kepercayaan yang lebih kuat terhadap biro perjalanan (Setiawan, 2023). Hal ini pada akhirnya mendorong jamaah untuk menggunakan kembali layanan yang sama serta merekomendasikannya kepada pihak lain, sehingga menciptakan efek promosi dari mulut ke mulut (*Word of mouth*) yang positif dan berkelanjutan.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan pada PT. Holiday

Angkasa Wisata Kota Bengkulu, maka diketahui bahwa manajemen pelayanan yang dilakukan pada perusahaan tersebut sudah cukup baik, hal ini terlihat dari pelayanan yang diberikan mulai dari administrasi, ticketing, akomodasi hotel/penginapan, pembuatan pasport yang dibantu oleh salah satu karyawan perusahaan, perlengkapan umrah dan haji, transportasi baik untuk perjalanan darat maupun udara. Dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah dan haji PT. Holiday Angkasa Wisata juga memberikan bimbingan dan pembinaan kepada jamaah baik secara online maupun secara langsung, selain itu, permasalahan yang kerap terjadi dalam pelayanan, contohnya permasalahan pada data jamaah yang berbeda ataupun tidak sama ketika mendaftar, kemudian, dari beberapa pengamatan awal dilapangan masih terdapat kurangnya pemahaman dan pendalaman jamaah terhadap fiqh dan spiritual haji dan umrah ketika pembinaan dan manasik. Selain itu faktor penghambat lainnya, jamaah susah untuk dihubungi dikarenakan jaringan yang tidak stabil dan no yg sering berubah.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang penyelenggaraan ibadah umrah dan haji. Travel Holiday Angkasa Wisata merupakan salah satu Biro perjalanan haji dan umrah yang berada di kota Bengkulu, telah menyiapkan diri sebagai penyedia serta prantara dalam penyelenggaraan perjalanan haji dan umroh, memberikan bimbingan dan pelayanan kepada jamaah untuk mencapai kesempurnaan ibadah umroh dan haji. Sebagai usaha perjalanan ibadah haji dan umrah, travel holiday angkasa wisata tour dan travel telah memperoleh izin panitia penyelenggara ibadah haji dan umrah, Izin SK PPIU U.354 tahun 2021. Selain penyelenggaraan perjalanan ibadah

umrah dan haji, travel holiday angkasa wisata juga memiliki program perjalanan kebeberapa tempat wisata yang sudah di rencanakan dan ditentukan, agen biro jasa perjalanan juga menawarkan umrah plus turki, umrah plus dubai, umrah arbain, haji furoda dan haji khusus.

Namun demikian, dalam praktiknya, masih ditemukan berbagai tantangan di lapangan. Mulai dari kurangnya informasi yang disampaikan kepada jamaah, ketidaksesuaian layanan dengan yang dijanjikan, hingga keluhan terhadap fasilitas akomodasi dan konsumsi. Oleh karena itu, penting bagi biro perjalanan untuk terus meningkatkan mutu pelayanan melalui penerapan prinsip-prinsip manajemen modern yang berbasis pada nilai-nilai syariah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana penerapan manajemen pelayanan yang diterapkan oleh PT. Holiday Angkasa Wisata cabang Kota Bengkulu dalam rangka meningkatkan kepuasan jamaahnya. Melalui studi ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis maupun praktis dalam pengembangan sistem pelayanan biro haji dan umrah di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen pelayanan merupakan bagian dari manajemen operasional yang berfokus pada bagaimana organisasi atau perusahaan dapat memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Dalam konteks haji dan umrah, pelayanan mencakup segala bentuk dukungan yang diberikan kepada

jamaah selama proses ibadah berlangsung (Putra *et al.*, 2023).

Teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) memperkenalkan lima dimensi utama kualitas layanan: *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). Model ini telah banyak digunakan dalam penelitian kepuasan pelanggan, termasuk dalam sektor layanan keagamaan (Sarjono & Natalia, 2024).

Selain itu, kepuasan jamaah dalam konteks ibadah haji dan umrah sangat dipengaruhi oleh pelayanan manasik, kualitas akomodasi, transportasi, serta ketepatan informasi yang disampaikan. Menurut Grönroos, kualitas layanan terdiri dari kualitas teknis (apa yang diberikan) dan kualitas fungsional (bagaimana layanan itu diberikan). Penerapan manajemen berbasis syariah juga menjadi elemen penting dalam pengelolaan biro perjalanan ibadah.

Loyalitas pelanggan juga dapat diartikan sebagai perilaku pembelian berulang dari penyedia produk atau jasa, disertai dengan kecenderungan sikap positif terhadap penyedia tersebut, serta hanya mempertimbangkan untuk menggunakan jasa tersebut ketika kebutuhan muncul. Dengan demikian, loyalitas konsumen dapat disimpulkan sebagai bentuk kesetiaan konsumen yang ditunjukkan melalui pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa dalam jangka waktu tertentu, serta adanya sikap positif untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain.

Penelitian sebelumnya seperti (Firdaus *et al.*, 2023). Hasil penelitian ini yaitu bahwa tahun 2021 menambahkan kebijakan prosedur baru dimasa pandemik, meningkatkan pelayanan sarana dan prasarana sesuai dengan

kebijakan pemerintah, dan juga mempersingkat dan mempercepat dalam hal waktu transaksi guna mencapai suatu tujuan dengan menaati aturan yang berlaku di masa pandemik, Persamaan penelitian terletak pada objek yang diteliti, yaitu sama-sama membahas pelayanan dan meningkatkan kepuasan jamaah haji dan umrah, perbedaan penelitian terletak pada subjek penelitian serta pembahasan mengenai pelayanan dan kepuasan jamaah. menunjukkan bahwa kualitas layanan berbanding lurus dengan tingkat kepuasan jamaah. Namun demikian, setiap biro memiliki pendekatan manajemen yang berbeda, tergantung pada sumber daya, strategi pemasaran, dan nilai-nilai yang mereka pegang.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di PT. Holiday Angkasa Wisata Cabang Kota Bengkulu. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung ke lokasi, wawancara mendalam dengan pimpinan, staf, serta beberapa jamaah yang pernah menggunakan jasa Travel ini, serta dokumentasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jamaah dan staf di PT. Holiday Angkasa Wisata. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu memilih responden yang dianggap mampu memberikan informasi secara lengkap dan relevan. Jumlah informan sebanyak 20 orang, terdiri dari 10 staf dan 10 jamaah. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan panduan wawancara dan daftar pertanyaan.

Prosedur analisis data dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu:

1. Reduksi data,

2. Penyajian data, dan
3. Penarikan kesimpulan.

Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi penting dari hasil wawancara dan observasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang menggambarkan kondisi di lapangan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan makna dari informasi yang telah dianalisis dan dibandingkan dengan teori-teori yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi manajemen pelayanan di PT. Holiday Angkasa Wisata Bengkulu sudah berjalan cukup baik. Pelayanan administrasi dilakukan secara cepat dan ramah, memudahkan calon jamaah dalam proses pendaftaran. Calon jamaah dapat memilih paket sesuai kemampuan finansial dan kebutuhan ibadah. Informasi layanan disampaikan dengan jelas melalui berbagai media, termasuk brosur, sosial media, dan pertemuan tatap muka.

1. Pelayanan Adminitrasi

Pelayanan administrasi merupakan tahap awal yang menentukan kepuasan jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Holiday Angkasa Wisata mampu memberikan pelayanan administrasi secara cepat, ramah, dan transparan. Calon jamaah dapat mendaftar secara langsung di kantor cabang maupun melalui layanan online. Informasi terkait paket haji dan umrah, persyaratan pendaftaran, fasilitas yang akan diterima, hingga tata cara pembayaran disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami.

Keandalan dalam pelayanan administrasi ini sejalan dengan konsep *reliability* pada teori SERVQUAL (Parasuraman *et al.*, 1988), di mana perusahaan mampu

memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan dan konsisten. Hal ini juga sejalan dengan temuan (Fitri & Nurani, 2023) yang menyatakan bahwa pelayanan administrasi yang efektif dapat meningkatkan rasa percaya jamaah terhadap biro perjalanan.

2. Pelayanan Bimbingan Manasik

Bimbingan manasik menjadi salah satu aspek penting dalam persiapan jamaah. PT. Holiday Angkasa Wisata melaksanakan bimbingan manasik dengan metode *online* (webinar melalui aplikasi Zoom) dan *offline* (tatap muka). Materi yang diberikan meliputi pemahaman tentang rukun dan wajib haji, tata cara pelaksanaan umrah, doa-doa, serta larangan yang harus dihindari jamaah (Fitri, 2023).

Selain penyampaian materi, jamaah juga diberikan simulasi langsung menggunakan replika Ka'bah. Simulasi ini membantu jamaah untuk merasakan suasana ibadah sebagaimana yang akan mereka hadapi di tanah suci. Dengan demikian, jamaah merasa lebih siap secara mental, spiritual, dan teknis. Hal ini sesuai dengan dimensi *assurance* dalam SERVQUAL, yakni adanya rasa aman dan keyakinan yang diberikan oleh penyelenggara melalui pembimbing yang berpengalaman. Namun demikian, terdapat hambatan pada aspek ini, yakni sebagian jamaah kesulitan mengakses aplikasi Zoom karena keterbatasan pemahaman teknologi. Hambatan ini menjadi catatan penting bagi perusahaan untuk meningkatkan literasi digital jamaah.

3. Pelayanan di Tana Suci

Pelayanan di tanah suci mencakup berbagai aspek, mulai dari akomodasi, konsumsi, transportasi, hingga kesehatan. Berdasarkan hasil wawancara, jamaah memberikan

penilaian positif terhadap layanan yang diterima. Hotel tempat menginap bersih, nyaman, dan berlokasi dekat dengan Masjidil Haram maupun Masjid Nabawi. Menu konsumsi disesuaikan dengan selera nusantara sehingga jamaah tidak kesulitan beradaptasi dengan makanan local (Aini, 2026).

Selain itu, jamaah juga mendapatkan pendampingan penuh dari mutawwif dan tour leader. Mutawwif bertugas membimbing ibadah sesuai tuntunan syariat, sedangkan tour leader memastikan kenyamanan jamaah selama perjalanan. Kehadiran mereka memberikan rasa aman sekaligus mengurangi kekhawatiran jamaah ketika menghadapi situasi yang tidak familiar. Pelayanan kesehatan juga menjadi perhatian penting. Jamaah mendapatkan pemeriksaan kesehatan sebelum keberangkatan, vaksinasi, serta perlengkapan P3K. Selama berada di tanah suci, jamaah dipantau kesehatannya dan mendapatkan bantuan medis jika diperlukan (Fakhrudin *et al.*, 2025). Hal ini sesuai dengan dimensi *empathy* pada SERVQUAL, yaitu kepedulian penyelenggara terhadap kondisi jamaah.

4. Faktor Pendukung dan Penghambat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung utama keberhasilan pelayanan adalah:

- a) Legalitas resmi berupa izin PPIU dari Kementerian Agama yang meningkatkan kredibilitas biro.
- b) Promosi aktif melalui media sosial, brosur, dan event marketing yang memperluas jangkauan pasar.
- c) Komitmen manajemen dalam menjaga kualitas pelayanan serta dukungan fasilitas kantor yang memadai.

Sementara itu, faktor penghambat yang masih ditemukan antara lain:

- a) Kurangnya pemahaman jamaah dalam menggunakan aplikasi digital untuk manasik online.
- b) Keterlambatan jamaah dalam melengkapi dokumen pribadi, yang dapat menghambat proses administrasi.
- c) Sebagian jamaah masih kurang memahami tata cara ibadah, meskipun sudah diberikan pembekalan.

Faktor-faktor penghambat ini menegaskan bahwa meskipun pelayanan biro sudah baik, masih diperlukan strategi tambahan dalam edukasi jamaah, terutama dalam aspek literasi digital dan pemahaman ibadah.

5. Analisis Ketrkaitan dengan Teori dan Penelitian Terdahulu

Jika ditinjau dari teori SERVQUAL, implementasi pelayanan di PT. Holiday Angkasa Wisata telah mencakup lima dimensi utama:

- a) *Reliability* (Keandalan): Pelayanan administrasi berjalan sesuai prosedur dan janji biro.
- b) *Responsiveness* (Daya Tanggap): Staf biro cepat dalam merespons kebutuhan jamaah.
- c) *Assurance* (Jaminan): Adanya izin resmi dan pendampingan mutawwif yang berpengalaman.
- d) *Empathy* (Empati): Perhatian pada kesehatan dan konsumsi jamaah.
- e) *Tangibles* (Bukti Fisik): Tersedianya hotel berbintang, perlengkapan ibadah, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ningsih *et al.*, 2024). yang menegaskan bahwa kualitas layanan menjadi faktor penting dalam menentukan loyalitas jamaah. Penelitian ini juga mendukung temuan Kesy (2022) yang menyatakan bahwa

pelayanan yang profesional dan informasi yang jelas mampu meningkatkan kepercayaan jamaah terhadap biro penyelenggara. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan jamaah dalam jangka pendek, tetapi juga membangun loyalitas jangka panjang melalui promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif.

SIMPULAN

Manajemen pelayanan di PT. Holiday Angkasa Wisata telah berjalan cukup optimal. Dimulai dari pelayanan administrasi, bimbingan manasik, fasilitas akomodasi dan transportasi, konsumsi, hingga pendampingan selama berada di tanah suci, semua diarahkan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan jamaah. Faktor pendukung seperti legalitas izin resmi dan promosi yang aktif memperkuat kredibilitas perusahaan. Namun demikian, diperlukan evaluasi rutin, terutama dalam aspek teknis seperti edukasi digital dan manajemen keberangkatan agar pelayanan semakin maksimal di masa mendatang.

DAFTAR RUJUKAN

- Adellia, T. (2023). *Strategi pemasaran tour travel haji dan umroh dalam meningkatkan calon jama'ah umroh pada PT. DMS Tours and Travel Bandar Lampung* [Skripsi, UIN Raden Intan Lampung].
- Aini, N. U. R. (2026). *Upaya PT. Niat Suci Kebaitullah dalam memaksimalkan pelayanan kepada jama'ah umroh* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
- Al Had, M. S. (2019). Rekonstruksi pemahaman yang keliru tentang kewajiban dan keutamaan haji dan umroh. *Jurnal Al-Iqtishod*, 3(2), 65–84.
- Fakhrudin, F., Hasanah, N., & Habibi, K. (2025). Manajemen pelayanan kesehatan guna kesiapan jamaah haji Kota Banda Aceh. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, 15(2), 17–30.
- Firdaus, H., Aziz, A., & Ghafur, A. (2023). Efektivitas sistem pelayanan haji dan umroh dalam meningkatkan kepuasan jamaah di PT. Safara Layanan Utama Probolinggo. *Iltizam Journal of Shariah Economics Research*, 7(1), 61–72.
- Fitri, N. A. (2023). *Strategi pembinaan manasik haji terhadap pemahaman calon jamaah haji (Studi kasus pada KBIH Roudlotussholihin Kec. Padang Ratu Kab. Lampung Tengah)* [Skripsi, IAIN Metro].
- Fitri, S. A., & Nurani, K. (2023). Analisis manajemen pelayanan haji dalam meningkatkan kepuasan jamaah pada Kementerian Agama Kabupaten Sijunjung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 229–238.
- Mufraini, M. A. (2021). *Dana haji Indonesia: Harapan dalam paralogisme pengelolaan dan teorisasi keuangan syariah*. Prenada Media.
- Naad, D., Nawaf, A., Ginting, A. F., Sazali, H., Azwar, M., & Utami, T. N. (2024). Efektivitas pelayanan haji dan umroh dalam meningkatkan kepuasan jamaah. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 6(2), 229–242.
- Ningsih, R. N., Hasibuan, A. N., & Cahyani, U. E. (2024). Evaluasi determinan kepuasan jamaah travel umroh: Pendekatan SERVQUAL dan commitment-trust theory. *Oikonomika: Jurnal Kajian*

- Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 5(2), 53–59.
- Putra, C. G. A. K., Fatimah, D. P., & Nugraha, R. N. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan front office terhadap kepuasan pelanggan pada pengelolaan Hotel Horison Bekasi. *Jurnal Daya Saing*, 9(1), 92–104.
- Sarjono, H., & Natalia, N. (2024). SERVQUAL dalam pelayanan kelas pada laboratorium manajemen. *Binus Business Review*, 5(1), 404–417.
- Setiawan, R. A. (2023). *The future of Islamic banking and finance in Indonesia: Performance, risk and regulation*. Routledge.
- Wulandari, S., Azizi, S. D. N., & Hidayat, R. T. (2023). Paradigma ibadah haji dan umroh ditinjau berdasarkan perspektif hukum Islam dan hukum positif di Indonesia. *Komparatif: Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam*, 3(2), 171–188.