

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Umrah merupakan bentuk kunjungan spiritual ke Ka'bah dengan tujuan melaksanakan rangkaian ibadah seperti tawaf, sa'i, dan tahallul yang dilakukan di Tanah Suci, yaitu Mekkah dan Madinah.¹ Diriwayatkan dari Abu Hurairah, bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam pernah bersabda,

الْعُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَفَّارَةٌ لِمَا بَيْنَهُمَا وَالْحَجُّ الْمَبْرُورُ لَيْسَ لَهُ جَزَاءٌ إِلَّا الْجَنَّةُ

Artinya “Antara umrah yang satu dan umrah lainnya, itu akan menghapuskan dosa di antara keduanya. Dan haji mabrur tidak ada balasannya melainkan surga.” (HR. Bukhari no. 1773 dan Muslim no. 1349)

Ibadah umrah merupakan salah satu bentuk perjalanan spiritual yang memiliki nilai penting bagi umat Islam di berbagai belahan dunia. Sebagai ibadah yang tidak terikat waktu tertentu seperti haji, umrah memberikan fleksibilitas bagi para jemaah untuk melaksanakannya sepanjang tahun. Meningkatnya kesadaran beragama, kemudahan akses informasi, serta peningkatan ekonomi masyarakat telah menyebabkan lonjakan jumlah jemaah umrah setiap tahunnya. kondisi ini mendorong pertumbuhan signifikan industri perjalanan umrah secara global, termasuk di Kalimantan Selatan. Hal ini menyebabkan persaingan travel yang

¹ Ahmad Kartono, *Solusi Hukum Manasik Dalam Permasalahan Ibadah Haji* (Jakarta: Pustaka Cendikia Muda, 2018).

cukup ketat, travel-travel ini bersaing satu sama lain dan berlomba-lomba menawarkan pelayanan terbaik serta fasilitas dan keunggulan berbeda untuk menarik minat masyarakat.²

Dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, pelayanan kepada pelanggan menjadi faktor yang sangat penting. Dengan demikian, pihak penyedia layanan dituntut untuk mampu memenuhi kepuasan pelanggan, salah satunya melalui penyediaan produk yang berkualitas tinggi, harga yang lebih kompetitif, serta peningkatan mutu pelayanan.³ Menurut Gronroos dalam Ratminto dan Atik dalam Yusri Kurniawati, Nina Widowati, dan Maesaroh, pelayanan adalah serangkaian tindakan yang tidak berwujud fisik, yang terjadi karena adanya interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan atau elemen-elemen lain yang disediakan oleh perusahaan, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mengatasi masalah pelanggan.⁴

Pelayanan prima atau *service excellence* merupakan bentuk upaya nyata dari pelaku usaha dalam menyajikan layanan dengan kualitas unggul sebagai wujud kepedulian serta komitmen perusahaan dalam merespons kebutuhan konsumennya.⁵ Kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan memegang peran penting dalam meminimalisir keluhan jangka panjang yang berpotensi memberikan dampak buruk terhadap citra maupun kinerja perusahaan. Ketika pelayanan yang

² Herwidi Yatmo Ortega and Juhdi Amin, "Strategi Pelayanan Ibadah Umrah Terhadap Jemaah Disabilitas," *Jurnal Manajemen Dakwah* 1, no. 1 (2023): 33–46, <https://doi.org/10.22515/jmd.v1i1.7520>.

³ J Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Rineka Citra, 2011).

⁴ Y Kurniawati, N Widowati, and Maesaroh, "Kualitas Pelayanan Perijinan Reklame Di Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Semarang," *Journal Undip*, 2015, 1–10.

⁵ Adya Atep Barat, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, ed. L Rayendra Toruan (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2003).

diberikan mengutamakan kepentingan pelanggan, mereka akan merasa bahwa kebutuhan mereka diperhatikan. Pelayanan yang baik kepada jemaah akan meningkatkan kepuasan mereka, yang pada akhirnya dapat membangun loyalitas jemaah terhadap pengelola travel tersebut, asalkan pelayanan tersebut dianggap memuaskan dan berkualitas. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima tidak memenuhi harapan, maka kualitas yang dirasakan akan dianggap buruk.⁶

PT. Al-Taif Saudi Wisata, yang beralamat di Jl. A. Yani No. 21 KM 39,5, Kelurahan Jawa, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan, merupakan salah satu biro perjalanan ibadah haji dan umrah yang berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik dalam mendampingi jemaah ke Tanah Suci. Pelayanan yang diberikan juga disesuaikan dengan standar yang ditetapkan dalam regulasi resmi terkait penyelenggaraan haji dan umrah. Mengacu pada Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, serta berdasarkan izin resmi dari Kementerian Agama dengan nomor PHU/HK. 3333/IV/2017, PT. Al-Taif Saudi Wisata telah ditetapkan sebagai biro penyelenggara ibadah haji khusus dan umrah.

PT. Al-Taif Saudi Wisata mempunyai slogan yaitu “harga kampung layanan bintang” dengan slogan tersebut PT. Al-Taif Saudi Wisata ingin menunjukkan bahwa mereka menawarkan paket umrah yang ideal, yaitu harga terjangkau namun tetap memberikan layanan terbaik bagi pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan maskapai penerbangan yaitu menggunakan PT. Garuda Indonesia,

⁶ Imelda Aprileny, Windha Trisetya Wati, and Jayanti Apri Emarawati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan The Media Hotel & Towers Jakarta,” *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 17, no. 02 (2020): 39–47, <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.330>.

hotel berbintang 3 sampai 4, dan mereka juga tidak memungut biaya tambahan untuk bagasi. Ada hal yang membedakan PT. Al-Taif Saudi Wisata dengan travel lainnya yaitu staf yang bekerja semuanya lelaki, karena ini merupakan aturan yang sudah ditetapkan dari komisaris mereka yang merupakan orang Arab Saudi. Aturan ini ditetapkan agar saat melakukan pelayanan kepada jemaah tidak terkendala apapun, seperti tidak ada cuti atau libur yang lama dan selalu hadir tepat waktu ke kantor. PT. Al-Taif Saudi Wisata sangat peduli terhadap jemaah, dengan aktif memberikan edukasi dan informasi mengenai ibadah umrah, merawat hubungan baik bersama staff dan jemaah umrah dengan pelayanan yang memuaskan. Sehingga banyak dari mereka jika ingin umrah, maka akan kembali melalui travel ini.

Hasil observasi awal peneliti dengan salah satu karyawan PT. Al-Taif Saudi Wisata, travel ini setiap tahunnya telah memberangkatkan 1.500 sampai 2.000 jemaah. Terbilang sangat baik perkembangannya, dalam satu bulan PT. Al-Taif Saudi Wisata dapat memberangkatkan jemaah umrah 2 sampai 3 kali keberangkatan. Pencapaian tersebut tidak lepas dari upaya berkelanjutan yang dilakukan oleh pihak travel dalam memberikan pelayanan optimal kepada jemaah, yang dimulai sejak proses pendaftaran, pengurusan dokumen administrasi, hingga pelaksanaan bimbingan manasik baik sebelum keberangkatan maupun selama menjalankan ibadah umrah.⁷

Dalam mewujudkan pelayanan yang unggul dan berkualitas, diperlukan penerapan strategi yang tepat. Strategi tersebut dirancang sebagai upaya untuk

⁷ Observasi awal di PT. Al-Taif Saudi Wisata 10 Mei 2024.

mencapai mutu layanan yang tinggi, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta menarik minat calon jemaah. Selain itu, strategi juga berperan sebagai indikator dalam menilai keberhasilan suatu lembaga. Tanpa adanya perencanaan strategis yang matang, sebuah organisasi atau perusahaan akan mengalami kesulitan dalam merealisasikan tujuan dan visi yang telah ditetapkan. Persaingan yang semakin ketat di antara biro perjalanan umrah menjadi tantangan tersendiri bagi PT. Al-Taif Saudi Wisata. Oleh karena itu, perusahaan ini dituntut untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas layanan agar dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan serta meningkatkan jumlah jemaah yang menggunakan jasanya.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji lebih lanjut melalui sebuah penelitian yang berjudul **"Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jemaah Umrah pada PT. Al-Taif Saudi Wisata."**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diambil rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana strategi PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan kualitas pelayanan jemaah umrah?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat pada PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan kualitas pelayanan ibadah jemaah?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada latar belakang dan perumusan masalah yang sudah dinyatakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan kualitas pelayanan jemaah umrah.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pada PT. Al-Taif Saudi Wisata dalam meningkatkan kualitas pelayanan jemaah umrah.

D. Signifikansi Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu di bidang manajemen dakwah, khususnya dalam ranah manajemen haji dan umrah, serta dapat dijadikan sebagai referensi atau landasan bagi penelitian ilmiah selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan, khususnya yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan dalam sektor pariwisata, sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja serta upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan yang optimal guna memenuhi kebutuhan pelanggan.

E. Definisi Istilah

Untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas terkait judul yang telah dikemukakan serta menghindari adanya penafsiran yang keliru, peneliti akan

menguraikan beberapa istilah penting yang berkaitan dengan judul penelitian sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya PT. Al-Taif Saudi Wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan jemaah umrah secara berkelanjutan, membangun posisi unik, dan bernilai dalam industri travel umrah dengan menawarkan layanan ibadah umrah yang berkualitas tinggi dan berbeda dari pesaing. Posisi unik tersebut tercermin melalui pendekatan pelayanan yang mengutamakan kepuasan jemaah secara personal, inovasi dalam pengelolaan layanan yang terintegrasi, serta fokus pada peningkatan kualitas layanan yang berkelanjutan. Keunggulan kompetitif ini diwujudkan dengan menerapkan lima dimensi kualitas layanan menurut model *Service Quality* (ServQual), yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

2. Peningkatan

Peningkatan yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada upaya PT. Al-Taif Saudi Wisata untuk secara berkelanjutan memperbaiki dan menyempurnakan kualitas pelayanan jemaah umrah. Fokus peningkatan ini mencakup seluruh aspek layanan, khususnya pada tahapan sebelum keberangkatan jemaah, seperti proses administrasi, konsultasi, manasik, hingga pendampingan menjelang keberangkatan ke Tanah Suci. Strategi peningkatan dilakukan melalui penerapan *standar operasional prosedur* (SOP) yang disusun secara sistematis dan terintegrasi, dengan mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan model

ServQual, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Tujuan akhirnya adalah tercapainya peningkatan mutu pelayanan yang dapat dirasakan langsung oleh jemaah, sehingga memberikan pengalaman ibadah yang lebih nyaman, aman, dan memuaskan, sekaligus memperkuat reputasi dan daya saing perusahaan dalam industri travel umrah.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam penelitian ini lebih difokuskan pada bagaimana PT. Al-Taif Saudi Wisata meningkatkan kepuasan jemaah melalui pelayanan yang diberikan selama di tanah air, mulai dari proses pendaftaran, konsultasi, manasik, hingga keberangkatan. Penelitian ini menyoroti bagaimana staf PT. Al-Taif Saudi Wisata memberikan pelayanan terbaik sebelum jemaah tiba di tanah suci, dengan menggunakan pendekatan model kualitas pelayanan ServQual (*Service Quality*) yang mencakup lima dimensi: bukti fisik (*Tangible*), keandalan (*Reability*), daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*).

4. PT. Al-Taif Saudi Wisata

PT. Al-Taif Saudi Wisata adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah dan haji khusus yang beralamat di Jl. A. Yani No. 21 Km. 39,5, Kelurahan Jawa, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan sebagai kantor pusat. Perusahaan ini memberikan layanan kepada jemaah secara menyeluruh, mulai dari pendaftaran, bimbingan, pengurusan dokumen perjalanan hingga pelaksanaan ibadah di Tanah Suci. Dalam

konteks penelitian ini, PT. Al-Taif Saudi Wisata dipahami sebagai lembaga jasa yang menjadi objek utama untuk menganalisis strategi peningkatan kualitas pelayanan jemaah umrah.

F. Penelitian Terdahulu

1. Karya Ully Mawaddah dengan judul **“Strategi peningkatan kualitas pelayanan jemaah umrah Pada PT. Taibah Wisata II Cabang Kalimantan Selatan”**. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin pada tahun 2019.⁸ Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, strategi yang diterapkan oleh PT. Taibah Semesta Wisata II dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan ibadah umrah antara lain: pertama, memberikan layanan terbaik kepada calon jemaah sejak tahap pendaftaran dengan sikap ramah serta penjelasan yang rinci mengenai berbagai pilihan paket, bahkan kepada mereka yang hanya datang untuk bertanya; kedua, melakukan perekrutan pegawai yang memiliki kemampuan interpersonal dan pelayanan yang baik; dan ketiga, menyelenggarakan pelatihan intensif bagi karyawan yang mencakup pemahaman dasar-dasar pelayanan serta informasi lengkap mengenai paket umrah yang ditawarkan, keempat memberikan perhatian khusus pada jemaah ataupun calon jemaah dari hanya sekedar bertanya, mendaftar,

⁸ Mawaddah Ully, *“Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Ibadah Umrah Pada PT.Taibah Semesta Wisata II Cabang Kalimantan Selatan”*, Skripsi (Banjarmasin, 2019), <https://idr.uin-antasari.ac.id/11342/>.

sampai berangkat ke tanah suci dengan muthowif/ pembimbing yang terus menerus memberikan perhatian pada jemaah, kelima berkoordinasi dengan pihak lain seperti pihak Amphuri, Asita, akomodasi, pelayanan kesehatan, konsumsi, dan transportasi demi kenyamanan pada jemaah agar pelayanan dapat dilaksanakan dengan optimal, keenam berkoordinasi dengan travel lain agar meminimalisir kesalahan yang terjadi, ketujuh memberi informasi pada calon jemaah melalui brosur, spanduk, email, sms, telepon, dan mempromosikan dari mulut ke mulut dengan ustadz yang sudah dipercaya banyak masyarakat.

Adapun kesamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada pendekatan yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta membahas mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan fokus pembahasannya, dimana penelitian tersebut turut mengkaji faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam upaya peningkatan pelayanan ibadah umrah.

2. Karya Dipo Khairul Islami dengan judul **“Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji dan Umrah PT. Margi Suci Minarfa Jakarta Pusat”**.

Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2014.⁹

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil

⁹ Dipo khairul Islami, *“Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Haji Dan Umrah Pt. Margi Suci Minarfa Jakarta Pusat,” Skripsi* (Jakarta, 2014), https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/27128/1/DIPO_KHAIRUL_ISLAMI-FDK.pdf.

penelitian, strategi peningkatan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Margi Suci Minarfa dinilai telah berjalan dengan baik. Strategi tersebut diwujudkan melalui pembukaan layanan informasi di beberapa wilayah provinsi, menjalin kemitraan dengan usaha sejenis, serta peningkatan jumlah jemaah dari tahun ke tahun. Meskipun masih terdapat kendala dan tantangan dalam proses pelayanan, hambatan tersebut relatif mudah diatasi apabila pihak manajemen mampu merumuskan strategi peningkatan yang tepat, terutama dengan memperkuat manajemen pelayanan internal serta menjalin kerja sama yang lebih solid dengan pihak-pihak terkait.

Adapun persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada pendekatan yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif serta membahas mengenai strategi peningkatan kualitas pelayanan. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, fokus pembahasannya yang mencakup faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan pelayanan ibadah umrah, serta tidak membahas mengenai penyelenggaraan ibadah haji.

3. Karya Fatimah dengan judul **“Kualitas Pelayanan Terhadap Jemaah Umrah Pada PT. Salfany Safanusa”**. Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2020.¹⁰ Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara,

¹⁰ Fatimah, *“Kualitas Pelayanan Terhadap Jemaah Umrah Pada PT. Salfany Safanusa” Skripsi* (Banjarmasin, 2020).

angket, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. Salfany Safanusa telah berjalan secara profesional dan berkualitas, yang terlihat dari aspek bukti fisik seperti fasilitas dan perlengkapan, keandalan, daya tanggap petugas, jaminan pelayanan, serta sikap empati terhadap jemaah. Tingkat kepuasan jemaah pun cukup tinggi, dibuktikan dengan adanya jemaah yang kembali menggunakan jasa dari perusahaan tersebut pada kesempatan umrah berikutnya. Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kelemahan, antara lain harga paket umrah yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan penyedia layanan lainnya, terbatasnya opsi jadwal keberangkatan, serta kurangnya variasi dalam paket umrah yang ditawarkan. Adapun persamaannya dengan yang peneliti teliti adalah sama-sama membahas mengenai kualitas pelayanan serta mengkaji faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan ibadah umrah. Sementara perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan ruang lingkup pembahasannya, dimana penelitian terdahulu lebih berfokus pada penyelenggaraan pelayanan umrah secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus mengkaji strategi peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan dimensi ServQual.

G. Sistematika Penelitian

Hasil penelitian yang akan dilaksanakan nantinya akan disusun dan dituangkan dalam bentuk karya ilmiah berupa skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ini disusun sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, berisi uraian mengenai persoalan yang menjadi fokus penelitian sebagai gambaran umum dari topik yang dikaji. Dalam bab ini akan dibahas beberapa komponen penting, yaitu: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Signifikansi Penelitian, Definisi Operasional, serta Sistematika Penulisan.

Bab II: Kajian Teori, dalam bab ini memuat permasalahan yang diangkat oleh peneliti, serta teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini.

Bab III: Metode Penelitian, membahas secara rinci mengenai metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian. Bab ini mencakup pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta langkah-langkah untuk mengecek keabsahan data yang diperoleh.

Bab IV: Hasil Penelitian, dalam bab ini memuat hasil dari penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran lokasi penelitian, hasil penelitian dan pembahasan atau analisis.

Bab V: Penutup, dalam bab ini memuat simpulan dan saran-saran.