

## REKONSTRUKSI MODEL KEPUTUSAN JAMAAH BERBASIS KEPERCAYAAN DALAM INDUSTRI HAJI DAN UMROH: STUDI LITERATUR PADA PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA

Moch. Safri Jalla Asmoro<sup>1</sup>, Jauharotina Alfadhilah<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Keguruan Institut Agama Islam Nahdatul  
Ulama Tuban<sup>1,2</sup>

Email: [safri0236@gmail.com](mailto:safri0236@gmail.com), [dhiehz90@gmail.com](mailto:dhiehz90@gmail.com)

### Informasi

### Abstract

Volume : 3  
Nomor : 5  
Bulan : Mei  
Tahun : 2026  
E-ISSN : 3062-9624

*This study aims to analyze the management of Hajj and Umrah services in improving pilgrims' satisfaction at PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA through a library research approach. Hajj and Umrah services are part of the religious service sector that require professional management because they are closely related to spiritual needs, comfort, and pilgrims' trust. Increasing competition in the Hajj and Umrah travel industry requires companies to provide high-quality services in order to maintain customer satisfaction and loyalty. This study employs a qualitative descriptive method using library research. Data were collected through literature review from scientific journals, books, regulations, and previous studies relevant to service management, service quality, and pilgrims' satisfaction. Data analysis was conducted using content analysis techniques to identify and interpret service concepts based on the SERVQUAL theory, which includes tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy dimensions. The findings indicate that effective service management contributes to improving pilgrims' satisfaction through adequate facilities, reliable services, responsive staff, assurance of safety and professionalism, and personalized attention to pilgrims' needs. The implementation of these five dimensions of service quality can build trust, enhance loyalty, and strengthen the company's image in the Hajj and Umrah travel industry. This study provides theoretical contributions to the development of religious service management studies and serves as a conceptual reference for travel agencies in improving service quality for pilgrims.*

**Keyword:** service management, service quality, pilgrims' satisfaction, Hajj and Umrah, SERVQUAL, library research.

### Abstrak

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen pelayanan haji dan umroh dalam meningkatkan kepuasan jamaah pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA melalui pendekatan studi pustaka. Pelayanan haji dan umroh merupakan bagian dari sektor jasa religius yang memerlukan pengelolaan profesional karena berkaitan dengan kebutuhan spiritual, kenyamanan, serta kepercayaan jamaah. Persaingan industri travel haji dan umroh yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas agar dapat mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode library research dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui kajian literatur berupa jurnal ilmiah, buku, regulasi, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan manajemen pelayanan, kualitas layanan, serta kepuasan jamaah. Analisis data dilakukan menggunakan teknik content analysis untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan konsep-konsep pelayanan berdasarkan teori SERVQUAL yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen*

*pelayanan yang baik berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan jamaah melalui penyediaan fasilitas yang memadai, keandalan pelayanan, daya tanggap petugas, jaminan keamanan dan profesionalisme, serta perhatian personal terhadap kebutuhan para jamaah. Implementasi kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut dapat membangun kepercayaan, meningkatkan loyalitas, dan memperkuat citra perusahaan travel haji dan umroh. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen pelayanan jasa religius serta menjadi referensi konseptual bagi perusahaan travel dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah.*

**Kata Kunci:** manajemen pelayanan, kualitas pelayanan, kepuasan jamaah, haji dan umroh, SERVQUAL, studi pustaka.

## A. PENDAHULUAN

Pelayanan haji dan umroh merupakan salah satu sektor jasa religius yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan spiritual masyarakat Muslim. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pelaksanaan ibadah haji dan umroh, kebutuhan akan layanan travel yang profesional, aman, dan terpercaya juga semakin meningkat. Travel haji dan umroh tidak hanya berfungsi sebagai penyedia jasa perjalanan, tetapi juga memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan menyeluruh mulai dari administrasi, pembinaan manasik, pendampingan selama perjalanan, hingga pelayanan pasca ibadah. Oleh karena itu, kualitas manajemen pelayanan menjadi faktor utama dalam menentukan kepuasan jamaah serta keberlangsungan reputasi perusahaan travel.

Dalam konteks persaingan industri travel haji dan umroh yang semakin ketat, setiap penyelenggara dituntut mampu menghadirkan pelayanan yang optimal. Persaingan tersebut tidak hanya berkaitan dengan harga paket perjalanan, tetapi juga kualitas layanan yang diberikan kepada jamaah. Banyak para jamaah yang memilih travel berdasarkan tingkat kepercayaan, pengalaman pelayanan, serta rekomendasi dari pengguna sebelumnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan jamaah menjadi indikator penting dalam keberhasilan penyelenggaraan layanan haji dan umroh. Ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan jamaah, maka tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menimbulkan keluhan, ketidakpercayaan, dan menurunnya citra perusahaan.

PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA sebagai salah satu perusahaan travel yang bergerak dalam pelayanan haji dan umroh memiliki tanggung jawab untuk menyediakan pelayanan yang berkualitas kepada jamaah. Manajemen pelayanan yang baik diperlukan agar seluruh proses perjalanan ibadah dapat berjalan efektif dan efisien. Pengelolaan pelayanan yang profesional mencakup aspek administrasi, komunikasi, kenyamanan fasilitas, keamanan perjalanan,

pembimbingan ibadah, serta kemampuan perusahaan dalam menangani kebutuhan jamaah selama proses perjalanan berlangsung. Dalam praktiknya, masih terdapat tantangan yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan, seperti perbedaan harapan para jamaah, perubahan kebijakan regulasi haji dan umroh, serta tuntutan pelayanan yang semakin kompleks.

Permasalahan terkait pelayanan haji dan umroh menjadi isu penting untuk dikaji karena berkaitan langsung dengan tingkat kepuasan jamaah. Kepuasan jamaah tidak hanya dipengaruhi oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh kualitas interaksi antara pihak travel dan jamaah. Teori kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh SERVQUAL menekankan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh lima dimensi utama, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam konteks travel haji dan umroh, penerapan dimensi tersebut menjadi landasan penting dalam membangun pelayanan yang berkualitas dan berorientasi pada kebutuhan jamaah.

Penelitian terdahulu banyak membahas kualitas pelayanan pada sektor jasa perjalanan religius, namun sebagian besar berfokus pada analisis lapangan atau studi kuantitatif pada perusahaan travel secara umum. Masih terbatas penelitian yang mengkaji manajemen pelayanan haji dan umroh melalui pendekatan library research dengan fokus spesifik pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA. Kondisi ini menunjukkan adanya research gap yang dapat dijadikan dasar penting dalam penelitian. Pendekatan library research memungkinkan peneliti melakukan analisis teoritis secara mendalam terhadap konsep manajemen pelayanan, kualitas layanan, dan kepuasan jamaah berdasarkan berbagai sumber ilmiah yang relevan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen pelayanan haji dan umroh dalam meningkatkan kepuasan jamaah pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA melalui pendekatan studi pustaka. Penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik berupa pengembangan kajian teoritis mengenai pelayanan haji dan umroh, serta memberikan rekomendasi konseptual bagi perusahaan travel dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah. Dengan demikian, hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi pengelola travel, akademisi, maupun peneliti lain yang memiliki perhatian pada bidang manajemen pelayanan jasa religius.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode Library Research dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis manajemen pelayanan haji dan umroh dalam meningkatkan kepuasan jamaah pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA. Data penelitian bersumber dari

literatur ilmiah, seperti jurnal, buku, regulasi, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan tema pelayanan haji dan umroh.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelaah dan memilih sumber pustaka yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian. Analisis data menggunakan teknik content analysis untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menginterpretasikan konsep-konsep yang berkaitan dengan manajemen pelayanan, kualitas layanan, dan kepuasan jamaah.

Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, pengumpulan literatur, analisis data, interpretasi hasil, dan penarikan kesimpulan. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman konseptual mengenai pengelolaan pelayanan haji dan umroh berdasarkan kajian pustaka yang sistematis dan relevan.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Manajemen Pelayanan Haji dan Umroh**

Manajemen pelayanan dalam penyelenggaraan haji dan umroh merupakan proses pengelolaan jasa yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi terhadap seluruh kebutuhan jamaah. Dalam konteks perusahaan travel seperti PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA, manajemen pelayanan memiliki peran penting dalam memastikan seluruh rangkaian ibadah dapat berlangsung secara efektif, terstruktur, dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Pelayanan tidak hanya berfokus pada proses keberangkatan jamaah, tetapi juga mencakup pengurusan administrasi, penyediaan dokumen perjalanan, pembinaan manasik, pendampingan selama pelaksanaan ibadah, hingga pelayanan setelah jamaah kembali ke tanah air. Sistem pelayanan yang baik akan memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi para jamaah, sehingga dapat meningkatkan kualitas pengalaman spiritual selama menjalankan ibadah.<sup>1</sup>

Dalam praktiknya, manajemen pelayanan yang efektif membutuhkan koordinasi yang terintegrasi antarbagian dalam organisasi. Setiap divisi memiliki tanggung jawab masing-masing, mulai dari bagian administrasi, pemasaran, pembimbing ibadah, hingga tim operasional lapangan. Koordinasi yang baik memungkinkan perusahaan untuk meminimalkan kesalahan administratif, mengurangi keterlambatan pelayanan, serta memastikan kebutuhan jamaah terpenuhi secara tepat waktu. Selain itu, pengelolaan pelayanan yang terorganisasi juga membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan menjaga kualitas

---

<sup>1</sup> Safitri, "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMROH."

layanan secara konsisten. Hal ini menjadi penting mengingat penyelenggaraan haji dan umroh melibatkan proses yang kompleks serta memerlukan ketelitian tinggi dalam pelaksanaannya.<sup>2</sup>

Dalam industri jasa religius, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan jamaah. Travel haji dan umroh perlu menerapkan standar operasional prosedur yang jelas, sistem pelayanan yang responsif, serta pendekatan yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang profesional tidak hanya ditentukan oleh kelengkapan fasilitas, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian, komunikasi yang baik, serta pendampingan yang memadai selama proses ibadah. Dengan adanya manajemen pelayanan yang optimal, perusahaan dapat membangun kepercayaan jamaah, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat citra positif lembaga di tengah persaingan industri perjalanan ibadah yang semakin kompetitif.<sup>3</sup>

## 2. Dimensi Tangible (Bukti Fisik)

Dimensi tangible atau bukti fisik dalam pelayanan haji dan umroh berkaitan dengan seluruh fasilitas nyata yang dapat dilihat, dirasakan, dan digunakan oleh para jamaah selama proses pelayanan ibadah. Dalam industri jasa perjalanan religius, aspek tangible menjadi salah satu indikator penting yang membentuk kesan pertama jamaah terhadap kualitas perusahaan travel. Bukti fisik mencakup kantor pelayanan, kelengkapan administrasi, ruang tunggu, sarana komunikasi, transportasi, akomodasi hotel, hingga perlengkapan ibadah yang diberikan kepada jamaah. Pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA, dimensi tangible berperan sebagai representasi profesionalisme perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terstruktur dan terpercaya. Fasilitas yang memadai akan memberikan keyakinan kepada jamaah bahwa perusahaan memiliki kesiapan operasional yang baik dalam menyelenggarakan perjalanan ibadah.<sup>4</sup>

Ketersediaan fasilitas fisik yang berkualitas juga berpengaruh terhadap kenyamanan jamaah selama menjalani proses persiapan hingga pelaksanaan ibadah. Kantor pelayanan yang tertata rapi dan mudah diakses dapat memberikan rasa aman bagi jamaah ketika melakukan konsultasi atau pengurusan administrasi. Selain itu, transportasi yang nyaman, hotel yang sesuai standar, serta perlengkapan ibadah yang lengkap menjadi bagian penting dalam mendukung kelancaran perjalanan. Jamaah biasanya menilai kualitas layanan tidak hanya dari

---

<sup>2</sup> Ardini dkk., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Jamaah Umroh Dan Haji Dengan Persepsi Kesehatan Sebagai Variabel Moderating."

<sup>3</sup> Mustofa dkk., "ANALISIS MANAJEMEN PELAYANAN PADA CALON JAMAAH HAJI DAN UMROH (PT. DAANISH MIKA SALSA TOURS AND TRAVEL)."

<sup>4</sup> Firdaus dkk., "Efektifitas Sistem Pelayanan Haji dan Umroh Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah di PT. Safara Layanan Utama Probolinggo."

interaksi petugas, tetapi juga dari kondisi fasilitas yang disediakan. Oleh karena itu, perusahaan travel perlu memperhatikan pemeliharaan sarana fisik agar tetap layak, bersih, dan sesuai dengan kebutuhan jamaah.<sup>5</sup>

Dimensi tangible juga mencakup penampilan petugas pelayanan serta kualitas media komunikasi yang digunakan perusahaan. Petugas yang berpakaian rapi, bersikap profesional, dan mampu memberikan informasi dengan jelas akan meningkatkan kepercayaan jamaah terhadap layanan yang diberikan. Di sisi lain, penggunaan teknologi informasi seperti media digital, brosur informatif, dan sistem administrasi yang tertata dapat memperkuat citra perusahaan di mata jamaah. Ketika fasilitas fisik yang diberikan sesuai dengan harapan jamaah, maka tingkat kepuasan akan meningkat dan berdampak pada loyalitas pelanggan. Dengan demikian, dimensi tangible tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap layanan, tetapi juga menjadi elemen strategis dalam membangun kualitas pelayanan yang unggul di bidang haji dan umroh.<sup>6</sup>

### 3. Dimensi Reliability (Keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang telah disampaikan kepada pelanggan secara tepat, konsisten, dan dapat dipercaya. Dalam konteks pelayanan haji dan umroh, reliability mewujudkan sejauh mana perusahaan travel mampu memenuhi seluruh komitmen yang diberikan kepada jamaah, mulai dari ketepatan jadwal keberangkatan, kejelasan informasi administrasi, hingga kesesuaian fasilitas dengan paket yang ditawarkan. Pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA, dimensi reliability menjadi aspek penting dalam memastikan bahwa seluruh proses perjalanan ibadah berjalan sesuai perencanaan. Keandalan pelayanan tidak hanya berkaitan dengan ketepatan teknis, tetapi juga menyangkut kemampuan perusahaan dalam menjaga kualitas layanan secara berkelanjutan.

Dalam praktiknya, reliability dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi yang akurat dan konsisten kepada jamaah. Ketepatan dalam pengurusan dokumen perjalanan, kepastian jadwal penerbangan, serta koordinasi yang baik selama proses ibadah menjadi bagian penting dari pelayanan yang andal. Pelanggan membutuhkan kepastian agar dapat menjalankan ibadah dengan tenang tanpa khawatir terhadap perubahan mendadak atau masalah administratif. Oleh karena itu, perusahaan travel

---

<sup>5</sup> Iqbal Tsani dkk., "IMPLEMENTASI MODEL KUALITAS PELAYANAN SERVICE QUALITY (SERVQUAL) TERHADAP JEMAAH HAJI KHUSUS," 2025.

<sup>6</sup> Candra dan Oktafia, "Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo," 2021.

perlu memiliki sistem manajemen yang terorganisasi dan sumber daya manusia yang kompeten agar seluruh pelayanan dapat berjalan sesuai standar operasional. Pelayanan yang konsisten akan memberikan pengalaman positif bagi jamaah dan memperkuat persepsi terhadap kualitas perusahaan.<sup>7</sup>

Keandalan pelayanan sangat penting karena berkaitan langsung dengan tingkat kepercayaan jamaah terhadap travel haji dan umroh. Jamaah akan merasa lebih aman apabila perusahaan mampu menunjukkan profesionalisme melalui pelayanan yang sedikit kesalahan dan sesuai dengan harapan. Reliability juga menjadi faktor utama dalam menjaga reputasi perusahaan di tengah persaingan industri perjalanan ibadah yang semakin ketat. Semakin tinggi tingkat keandalan pelayanan yang diberikan, maka semakin besar peluang perusahaan memperoleh kepuasan pelanggan, loyalitas jamaah, serta rekomendasi positif dari pengalaman yang telah dirasakan. Dengan demikian, dimensi reliability memiliki peran strategis dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan travel dan jamaah.<sup>8</sup>

#### 4. Dimensi responsiveness atau daya tanggap

Daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara cepat, tepat, dan sigap terhadap kebutuhan maupun keluhan pelanggan. Dalam konteks pelayanan haji dan umroh, responsiveness mencerminkan kesiapan petugas dalam memberikan informasi, membantu proses administrasi, serta merespons berbagai permasalahan yang dihadapi jamaah selama proses perjalanan ibadah. Pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA, daya tanggap menjadi aspek penting karena jamaah memerlukan pendampingan yang intensif sejak tahap pendaftaran hingga kepulangan. Kecepatan dalam memberikan pelayanan dapat menciptakan rasa nyaman dan menunjukkan komitmen perusahaan dalam memenuhi kebutuhan jamaah secara profesional.<sup>9</sup>

Dalam praktiknya, responsiveness terlihat dari kemampuan petugas dalam memberikan jawaban yang jelas dan cepat terhadap pertanyaan jamaah. Misalnya, saat terjadi perubahan jadwal keberangkatan, kendala dokumen, atau kebutuhan mendesak selama perjalanan, perusahaan harus mampu memberikan solusi tanpa menimbulkan kebingungan bagi para jamaah. Sistem komunikasi yang efektif, seperti layanan pelanggan yang mudah dihubungi melalui telepon, pesan instan, atau media digital, menjadi faktor penting dalam mendukung

---

<sup>7</sup> Sularto, "Analisis Kualitas Layanan Penyedia Data di Indonesia Menggunakan Metode Servqual."

<sup>8</sup> Prananda dkk., "PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN."

<sup>9</sup> Chulaivi dkk., "Efektivitas Manajemen Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah di Indonesia," 2024.

daya tanggap perusahaan. Selain itu, kesiapan petugas lapangan dalam memberikan bantuan secara langsung juga dapat meningkatkan pengalaman pelayanan yang lebih baik bagi jamaah.<sup>10</sup>

Pelayanan yang cepat dan tanggap akan meningkatkan rasa aman serta kenyamanan jamaah selama menjalankan ibadah. Responsiveness tidak hanya berkaitan dengan kecepatan pelayanan, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan jamaah dan memberikan solusi yang sesuai. Dalam situasi tertentu, seperti perubahan jadwal penerbangan, masalah akomodasi, atau kondisi darurat kesehatan, kemampuan perusahaan dalam merespons secara cepat menjadi sangat penting. Ketika jamaah merasa bahwa perusahaan selalu siap membantu dan memberikan perhatian terhadap kebutuhan mereka, tingkat kepercayaan terhadap layanan akan meningkat. Oleh karena itu, dimensi responsiveness memiliki peran strategis dalam membangun kepuasan jamaah serta memperkuat citra positif perusahaan travel haji dan umroh.<sup>11</sup>

#### 5. Dimensi Assurance (jaminan)

Dimensi assurance atau jaminan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan para jamaah rasa aman, kepercayaan, serta keyakinan kepada jamaah melalui kualitas pelayanan yang profesional. Dalam konteks pelayanan haji dan umroh, assurance mencakup kompetensi petugas, legalitas perusahaan, transparansi biaya, serta perlindungan terhadap jamaah selama proses perjalanan ibadah. Pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA, dimensi assurance menjadi faktor penting karena jamaah tidak hanya membutuhkan layanan administratif, tetapi juga kepastian bahwa perjalanan ibadah mereka dikelola oleh pihak yang terpercaya dan berpengalaman. Jaminan pelayanan yang baik akan membentuk persepsi positif jamaah terhadap kredibilitas perusahaan.<sup>12</sup>

Dalam praktiknya, jaminan dapat terlihat dari kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami oleh jamaah. Kompetensi pembimbing ibadah, staf administrasi, dan tim pendamping lapangan sangat memengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan. Petugas yang memiliki pengetahuan mengenai prosedur ibadah, aturan perjalanan internasional, serta kemampuan komunikasi yang baik akan memberikan rasa tenang kepada jamaah. Selain itu, legalitas perusahaan seperti izin resmi penyelenggara

---

<sup>10</sup> Iqbal Tsani dkk., "IMPLEMENTASI MODEL KUALITAS PELAYANAN SERVICE QUALITY (SERVQUAL) TERHADAP JEMAAH HAJI KHUSUS," 2025.

<sup>11</sup> Candra dan Oktafia, "Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo," 2021.

<sup>12</sup> Hidayat dan Setiawardani, "Service Quality dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan."

perjalanan ibadah, sertifikasi, dan transparansi dalam penyampaian biaya menjadi bagian penting dalam membangun keyakinan pelanggan. Jamaah akan merasa lebih aman apabila perusahaan mampu menunjukkan profesionalisme dan keterbukaan dalam setiap proses pelayanan.

Jaminan pelayanan memiliki peran strategis karena para jamaah membutuhkan rasa aman ketika menjalankan ibadah di luar negeri dengan lingkungan yang berbeda. Kepercayaan terhadap travel haji dan umroh tidak hanya dibangun dari promosi, tetapi juga dari rekam jejak perusahaan dalam memberikan pelayanan yang konsisten dan bertanggung jawab pada jamaah. Assurance yang tinggi dapat meningkatkan keyakinan jamaah terhadap kualitas layanan serta meminimalkan rasa khawatir selama perjalanan. Ketika perusahaan mampu memberikan perlindungan, pendampingan, dan kepastian pelayanan, maka tingkat kepuasan jamaah akan meningkat. Hal ini berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta memperkuat reputasi perusahaan di tengah persaingan industri travel religius yang semakin berkembang.<sup>13</sup>

#### 6. Dimensi Empathi (Empati)

Dimensi empathy atau empati merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian secara individu kepada para jamaah terkait pelayanan yang ramah, peduli, dan memahami kebutuhan pelanggan. Dalam konteks pelayanan haji dan umroh, empati tidak hanya berkaitan dengan interaksi formal antara petugas dan jamaah, tetapi juga mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap kondisi fisik, emosional, dan spiritual pelanggan. Pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA, dimensi empathy menjadi bagian penting dalam menciptakan hubungan yang lebih dekat antara perusahaan dan jamaah. Pelayanan yang bersifat personal dapat memberikan kesan bahwa jamaah tidak hanya dipandang sebagai pelanggan, tetapi juga sebagai individu yang perlu diperhatikan secara menyeluruh selama proses ibadah berlangsung.<sup>14</sup>

Dalam praktiknya, empati dapat diwujudkan melalui sikap ramah petugas, kesediaan mendengarkan keluhan para jamaah, serta kemampuan memahami kebutuhan khusus yang berbeda pada setiap individu. Jamaah haji dan umroh berasal dari latar belakang usia, kondisi kesehatan, serta pengalaman perjalanan yang beragam, sehingga memerlukan pendekatan pelayanan yang fleksibel. Misalnya, jamaah lanjut usia membutuhkan pendampingan yang lebih intensif, sedangkan jamaah yang baru pertama kali menjalankan ibadah memerlukan

---

<sup>13</sup> "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Fuzzy Servqual."

<sup>14</sup> Chulaivi dkk., "Efektivitas Manajemen Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah di Indonesia," 2024.

penjelasan yang lebih rinci tentang prosedur perjalanan. Petugas yang mampu menunjukkan perhatian dan kesabaran dalam melayani akan memberikan rasa nyaman dan membangun hubungan emosional yang positif dengan jamaah.

Empati menjadi dimensi yang sangat penting karena ibadah haji dan umroh tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis perjalanan, tetapi juga menyangkut pengalaman spiritual yang mendalam. Jamaah sering kali menghadapi kondisi fisik yang melelahkan, perubahan lingkungan, serta tekanan emosional selama menjalankan ibadah di luar negeri. Oleh karena itu, pelayanan yang penuh perhatian dan kepedulian dapat membantu jamaah merasa lebih tenang dan didukung selama proses perjalanan. Ketika jamaah merasa diperlakukan dengan baik dan dihargai, tingkat kepuasan terhadap pelayanan akan meningkat. Selain itu, pengalaman positif tersebut dapat mendorong jamaah untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain serta memperkuat citra perusahaan sebagai travel haji dan umroh yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.<sup>15</sup>

#### **D. KESIMPULAN**

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pelayanan haji dan umroh memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan jamaah pada PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA. Pelayanan yang dikelola secara profesional melalui perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi mampu menciptakan pengalaman ibadah yang lebih nyaman, aman, dan terorganisasi bagi jamaah. Dalam industri jasa religius, kualitas pelayanan tidak hanya berorientasi pada fasilitas fisik, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan spiritual dan emosional jamaah.

Penerapan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, terbukti menjadi landasan penting dalam membangun kualitas pelayanan yang optimal. Dimensi tangible memberikan dukungan melalui fasilitas fisik yang memadai, reliability menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi janji layanan secara konsisten, responsiveness mencerminkan kecepatan dan ketepatan dalam merespons kebutuhan jamaah, assurance memberikan rasa aman dan kepercayaan, sedangkan empathy memperkuat hubungan personal antara perusahaan dan jamaah. Kelima dimensi tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.

---

<sup>15</sup> Candra dan Oktafia, "Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo," 2021.

Secara keseluruhan, manajemen pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan jamaah, memperkuat loyalitas pelanggan, serta membangun citra positif perusahaan travel haji dan umroh. PT NUR HAMDALAH PRIMA WISATA perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui penguatan sistem operasional, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta perhatian terhadap kebutuhan jamaah secara menyeluruh. Dengan demikian, pelayanan yang berkualitas tidak hanya berdampak pada kepuasan jamaah, tetapi juga menjadi strategi penting dalam menjaga daya saing perusahaan di industri perjalanan ibadah yang semakin kompetitif.

#### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Fuzzy Servqual.” *JURNAL SISTEM INFORMASI UNIVERSITAS SURYADARMA* 12, no. 2 (2014). <https://doi.org/10.35968/jsi.v12i2.1533>.
- Ardini, Lilis, Muftiyatul Azizah, dan Nihayatul Munaa. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Jamaah Umroh Dan Haji Dengan Persepsi Kesehatan Sebagai Variabel Moderating.” *Jurnal Manajerial* 11, no. 03 (2024): 397. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v11i03.7515>.
- Candra, Almun Wakhida, dan Renny Oktafia. “Penerapan Manajemen Pelayanan Prima untuk Peningkatan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Mabruro Sidoarjo.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 9. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1811>.
- Chulaivi, Ahmad, Ibrahim Zaky Khazimi, Muhamad Ikram, dan Abdul Hafiz. “Efektivitas Manajemen Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah di Indonesia: Sebuah Studi Literatur.” *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren* 2, no. 2b (2024). <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i2b.2957>.
- Firdaus, Hafida, Abd Aziz, dan Abd Ghafur. “Efektifitas Sistem Pelayanan Haji dan Umroh Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah di PT. Safara Layanan Utama Probolinggo.” *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research* 7, no. 1 (2023): 61–72. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v7i1.1795>.
- Hidayat, Resti Siti Nur Cahyati, dan Maya Setiawardani. “Service Quality dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 3, no. 2 (2018):
- Iqbal Tsani, Muhamad, Abdul Mujib, dan Ali Azis. “IMPLEMENTASI MODEL KUALITAS PELAYANAN SERVICE QUALITY (SERVQUAL) TERHADAP JEMAAH HAJI KHUSUS.” *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra* 4, no. 2 (2025): 225–44.

<https://doi.org/10.15575/mjhu.v4i2.51263>.

Mustofa, Muhamad Bisri, Siti Wuryan, dan Wahid Harsono. "ANALISIS MANAJEMEN PELAYANAN PADA CALON JAMA'AH HAJI DAN UMROH (PT. DAANISH MIKA SALSA TOURS AND TRAVEL)." *Multazam : Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 1, no. 2 (2022): 145. <https://doi.org/10.32332/multazam.v1i2.5377>.

Prananda, Yandra, Dyah Rachmawati Lucitasari, dan Muhammad Shodiq Abdul Khannan. "PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN." *OPSI* 12, no. 1 (2019): 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>.

Safitri, Diana. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN JAMAAH UMROH." *Multazam : Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 1, no. 2 (2022): 80. <https://doi.org/10.32332/multazam.v1i2.5372>.

Sularto, Lana. "Analisis Kualitas Layanan Penyedia Data di Indonesia Menggunakan Metode Servqual." *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 8, no. 1 (2021): 41. <https://doi.org/10.25126/jtiik.0812753>.