Asian Journal of
Islamic Studies and Da'wah

e-ISSN : 3025-4493
p-ISSN : 3025-5252

Index : Harvard, Boston, Sydney University, Dimensions, Lens, Scilit, Semantic, Google, etc

https://doi.org/10.58578/AJISD.v4i3.10209

ANALISIS IMPLEMENTASI PELAYANAN JAMAAH UMRAH PADA ARABIA NUSANTAMA RAYA TRAVEL PADANG MENURUT PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH

Analysis of the Implementation of Umrah Pilgrim Services at Arabia Nusantama Raya Travel Padang from a Sharia Business Perspective

Al Rozali & Andis Febrian
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
rojali0212@gmail.com

Article Info:

Submitted:	Revised:	Accepted:	Published:
Apr 6, 2026	May 4, 2026	May 16, 2026	May 21, 2026

Abstract

Although the service quality of Umrah travel agencies has received attention in various previous studies, studies that specifically discuss the implementation of services based on the RATER dimensions in certified Umrah travel agencies in West Sumatra remain limited. This study aims to analyze the implementation of Umrah pilgrim services at PT Arabia Nusantama Raya Travel Padang from the perspective of Sharia business. This study used a qualitative approach with field research techniques. The research informants consisted of the management and personnel of PT Arabia Nusantama Raya Travel Padang. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation and were then analyzed qualitatively. The results show that service implementation overall has been carried out fairly well across the five service quality dimensions, namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The services provided encouraged pilgrims to feel safer and to have greater trust in the company. However, continuous improvement is still needed, particularly in the effectiveness of the Umrah ritual guidance schedule and the formalization of the post-return evaluation system. The conclusion of this study emphasizes that Umrah pilgrim

AJISD Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

services based on the RATER dimensions from the perspective of Sharia business need to be managed consistently through strengthening service quality, pilgrim trust, and a more systematic service evaluation.

Keywords: Service Implementation; Umrah Pilgrims; Umrah Travel; Sharia Business; RATER Dimensions

Abstrak: Meskipun kualitas pelayanan biro perjalanan umrah telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian sebelumnya, kajian yang secara khusus membahas implementasi pelayanan berbasis dimensi RATER pada biro perjalanan umrah tersertifikasi di Sumatera Barat masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi pelayanan jamaah umrah pada PT Arabia Nusantama Raya Travel Padang menurut perspektif bisnis syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik penelitian lapangan. Informan penelitian terdiri atas manajemen dan personel PT Arabia Nusantama Raya Travel Padang. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi pelayanan secara keseluruhan telah berjalan cukup baik pada lima dimensi kualitas layanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Pelayanan yang diberikan mendorong jamaah merasa lebih aman dan percaya terhadap perusahaan. Namun, peningkatan berkelanjutan masih diperlukan, terutama pada efektivitas jadwal manasik dan formalisasi sistem evaluasi pascakepulangan. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa pelayanan jamaah umrah berbasis dimensi RATER dalam perspektif bisnis syariah perlu dikelola secara konsisten melalui penguatan kualitas layanan, kepercayaan jamaah, dan evaluasi layanan yang lebih sistematis.

Kata Kunci: Implementasi Pelayanan; Jamaah Umrah; Travel Umrah; Bisnis Syariah; Dimensi RATER

PENDAHULUAN

Islam merupakan agama dakwah, yaitu agama yang mengamanahkan kepada pemeluknya kewajiban untuk menyampaikan dan menyebarluaskan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia. Para penganut Islam berkewajiban untuk menyebarkan ajaran Islam ke setiap penjuru dunia. Jika ajaran Islam, yang mencakup setiap aspek kehidupan, dipatuhi secara konsisten, maka ajaran tersebut berpotensi membantu umat manusia mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan. Oleh karena itu, umat Islam berkewajiban untuk terlibat dalam dakwah, yaitu penyebaran ajaran Islam, dalam situasi apa pun (Asmuni, 2004).

Sistem manajemen yang tepat dan efektif untuk berbagai komponen dakwah diperlukan agar tujuannya dapat tercapai secara efisien. Salah satu aspek terpenting dakwah adalah menyebarkan ilmu melalui media, terutama selama ibadah umrah. Setiap Muslim berusaha mencapai kesempurnaan ibadah dengan mengikuti perintah Allah SWT dan

menghindari larangan-Nya. Al-Qur'an dan Hadits adalah pedoman utama umat Islam. Lima rukun Islam mencakup ibadah umrah sebagai salah satu upacara terpentingnya.

Allah berfirman pada surat Al-Baqarah ayat 196:

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلّٰهِ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ وَلَا تَحْلِقُوْا رُءُوسَكُمْ حَتّٰى يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحِلَّهٗ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَّرِيْضًا أَوْ بِهٖٓ أَذًى مِّنْ رَّأْسِهٖ فَفِدْيَةٌ مِّنْ صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ فَإِذَآ أَمِنتُمْ فَمَنْ تَمَتَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ فَمَنْ لَّمْ يَجِدْ فَصِيَامُ ثَلٰثَةِ أَيَّامٍ فِى الْحَجِّ وَسَبْعَةٍ إِذَا رَجَعْتُمْ تِلْكَ عَشَرَةٌ كَامِلَةٌ ذٰلِكَ لِمَنْ لَّمْ يَكُنْ أَهْلُهٗ حَاضِرِى الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَاتَّقُوا اللّٰهَ وَاعْلَمُوٓا أَنَّ اللّٰهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ١٩٦

Artinya: *"Sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah. Akan tetapi, jika kamu terkepung (oleh musuh), (sembelihlah) hadyu yang mudah didapat dan jangan mencukur (rambut) kepalamu sebelum hadyu sampai di tempat penyembelihannya. Jika ada di antara kamu yang sakit atau ada gangguan di kepala (lalu ia bercukur), dia wajib berfidyah, yaitu berpuasa, bersedekah, atau berkurban. Apabila kamu dalam keadaan aman, siapa yang mengerjakan umrah sebelum haji (tamatu'), dia (wajib menyembelih) hadyu yang mudah didapat. Akan tetapi, jika tidak mendapatkannya, dia (wajib) berpuasa tiga hari dalam (masa) haji dan tujuh hari setelah kamu kembali. Itulah sepuluh hari yang sempurna. Ketentuan itu berlaku bagi orang yang keluarganya tidak menetap di sekitar Masjidil Haram. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Keras hukuman-Nya."* (Q.S. Al-Baqarah: 196).

Ibadah umrah dilakukan di seluruh Arab Saudi, khususnya di Mekah. Mekah dan Madinah adalah dua destinasi yang dikunjungi oleh jamaah umrah. Banyak umat Islam ingin melaksanakan ibadah umrah, yang tidak hanya mahal tetapi juga membutuhkan perhatian pribadi. Secara terminologi, umrah adalah istilah yang berarti "ziarah." Untuk memenuhi persyaratan umrah, seseorang harus mengunjungi Ka'bah, melakukan *tawaf* di sekelilingnya, melakukan *tawaf* di antara Bukit Safa dan Marwah, dan mencukur atau mengurangi rambut sesuai dengan peraturan yang berlaku. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Pelaksanaan Ibadah Haji dan Umrah serta Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2018 mengatur ibadah Umrah di Indonesia (REFFENZA, 2019).

Untuk mendapatkan keuntungan tersebut, para jamaah haji dan umrah perlu mendapatkan pelayanan sebaik mungkin. Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan bahwa pelayanan adalah upaya yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain

(Penyusun, 1990). Layanan yang lebih baik membantu perusahaan tetap bertahan dalam bisnis dengan menawarkan nilai. Layanan yang baik dapat membuat konsumen senang dan bersemangat untuk membeli lagi. Pengiriman layanan dapat mengubah emosi konsumen dan membuat bisnis terlihat lebih kuat di benak mereka (Thorik G, 2006).

Pelayanan berkualitas membantu klien mempersiapkan dan mengelola kebutuhan dasar mereka, sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan. Agen perjalanan Umrah berfokus pada administrasi, ritual *(manasik)*, transportasi, hotel, makanan, dan masalah medis. Kesempatan ini menarik perhatian pemerintah dan mendorong penyedia perjalanan Umrah untuk bersaing memberikan pelayanan terbaik guna mendapatkan kepercayaan dan simpati para jamaah (Raya, 2018).

Penulis memilih PT. Arabia Nusantama Raya Tour & Travel Kota Padang sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut menerapkan manajemen yang berorientasi pada peningkatan mutu pelayanan. Pemilihan objek ini didasari oleh maraknya biro perjalanan umrah yang belum terdaftar secara resmi di Kementerian Agama, sehingga penyelenggaraan pelayanan haji dan umrah sering kali tidak berjalan secara optimal akibat adanya biro-biro yang tidak bertanggung jawab.

Adapun data keberangkatan jamaah umrah PT. Arabia Nusantama Raya Tour & Travel Kota Padang selama dua tahun terakhir disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Data Jumlah Jamaah Umrah di PT Arabia Nusantama Raya Padang

No	Bulan	2023	2024	Selisih	Persentase
1	Januari	89	134	45	0,45
2	Februari	32	93	61	0,61
3	Maret	19	115	96	0,96
4	April	89	85	4	0,4
5	Mei	-	-	-	-
6	Juni	-	-	-	-
7	Juli	41	-	41	0,41
8	Agustus	175	48	127	0,127
9	September	77	162	85	0,85
10	Oktober	190	142	48	0,48
11	November	22	-	22	0,22
12	Desember	140	-	140	0,140
Jumlah		874	779	95	0,95

Sumber: PT Arabia Nusantama Raya, 2024

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2023, terdapat 874 jamaah umrah, sedangkan pada tahun 2024, jumlahnya mencapai 779. PT. Arabia Nusantama Raya Tour & Travel adalah penyelenggara Umrah dan Haji Plus yang terdaftar di Kementerian Agama Indonesia. Status resmi ini menjamin keselamatan, kenyamanan, dan pelayanan jamaah. Sesuai dengan mottonya, "Arabia Umrah, Mudah dan Berkah," Arabia Tour & Travel berperan sebagai duta Umrah di Sumatera Barat.

Dengan demikian, kualitas pelayanan penyedia wisata Umrah menentukan kenyamanan dan pengabdian jamaah di Tanah Suci. Pada kenyataannya, beberapa kendala masih memengaruhi kebahagiaan jamaah. Perubahan hotel yang tidak terduga sering terjadi selama musim puncak Umrah. Situasi ini menekankan fleksibilitas dan komunikasi dari sudut pandang pelayanan kepada penyelenggara (Rizki, 2025).

Para jemaah haji sering menghadapi penyesuaian waktu keberangkatan dan akomodasi. Maskapai penerbangan dan penyelenggara perjalanan dapat mempercepat jadwal keberangkatan karena masalah teknis seperti *slot* penerbangan di bandara internasional, ketersediaan pesawat, dan peraturan penerbangan Saudi (Illahi & Amin, 2022).

Selama pertemuan tersebut, beberapa jemaah mengeluhkan para pemimpin tur, yang mereka rasa tidak profesional dan tidak memihak. Pemimpin tur bertanggung jawab untuk menjaga persatuan jemaah, mengkomunikasikan informasi yang akurat dan adil, dan mengoordinasikan interaksi jemaah dengan perusahaan perjalanan dan penyedia layanan di Tanah Suci (Sirin & Soleha, 2024).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam implementasi pelayanan jamaah umrah pada PT. Arabia Nusantama Raya Travel Padang. Penelitian ini difokuskan untuk menjawab tiga pokok permasalahan, yaitu bagaimana implementasi pelayanan jamaah umrah, bagaimana dampak dari implementasi pelayanan tersebut terhadap jamaah, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapannya.

Kajian Pustaka

Pelayanan dan Kualitas Layanan

Pelayanan secara umum merupakan representasi dari setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan guna memenuhi kebutuhan serta keinginan

mereka (Kasmir, 2010). Dalam perspektif linguistik, pelayanan dimaknai sebagai upaya membantu menyiapkan apa yang diperlukan oleh orang lain. Menurut R.A. Supriyono, pelayanan yang diselenggarakan organisasi memiliki peran krusial dalam menciptakan kesan tertentu yang berujung pada kepuasan konsumen (Hasibuan, 2025). Lebih lanjut, Munir menegaskan bahwa pelayanan umum harus didasarkan pada faktor material, sistem, dan prosedur yang terstandar agar hasilnya dapat diukur dan dievaluasi demi mencapai kepuasan maksimal pihak penerima layanan (Munir, 2006).

Untuk mengukur kualitas tersebut, salah satu kerangka konseptual yang sering digunakan adalah RATER Model, yang mencakup lima dimensi utama (Kotler, P & Keller, 2012): (1) *Reliability* (Keandalan): kemampuan menyediakan layanan secara akurat dan tepat waktu sesuai janji; (2) *Assurance* (Jaminan): pengetahuan dan kesopanan karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan serta rasa aman; (3) *Tangibles* (Bukti Fisik): penampilan fasilitas fisik, kelengkapan peralatan, dan kenyamanan lingkungan; (4) *Empathy* (Empati): perhatian tulus secara personal dengan memahami kebutuhan spesifik pelanggan; (5) *Responsiveness* (Daya Tanggap): kebijakan untuk memberikan layanan dan informasi secara cepat serta tanggap terhadap keluhan pelanggan.

Jamaah dan Ketentuan Ibadah

Jamaah umrah merupakan sekelompok orang yang memiliki niat suci untuk mengunjungi Baitullah guna melaksanakan rangkaian ibadah yang meliputi *ihram*, *tawaf*, *sa'i*, dan *tahallul* (Safitri, 2021). Di Indonesia, karakteristik jamaah sangat heterogen, mulai dari latar belakang sosial, budaya, hingga usia, di mana sebagian besar jamaah didominasi oleh kelompok lanjut usia yang memerlukan perhatian khusus karena penurunan daya tahan tubuh (Karmila et al., 2021). Secara terminologi fikih, umrah adalah berkunjung ke Masjidil Haram untuk melakukan serangkaian ritual tertentu yang dapat dilaksanakan kapan saja sepanjang tahun, berbeda dengan haji yang memiliki waktu khusus.

METODE

Penelitian kualitatif ini menggunakan observasi dan investigasi lapangan untuk menyelidiki latar, kondisi, dan interaksi yang mendasari kejadian di tempat tersebut (Ratnaningtyas et al., 2023). Investigasi dilakukan di PT. Arabia Nusantama Raya, Jl. Prof. Dr. Hamka No. 363, Parupuk Tabing, Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data sekunder berasal dari

referensi buku dan publikasi yang relevan, sedangkan data primer berasal dari observasi dan percakapan dengan orang-orang yang relevan tentang kegiatan dan tantangan lembaga tersebut.

Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Waruwu, 2024). Observasi dilakukan untuk mengungkap perilaku manusia dan karakteristik penyampaian layanan. Pengelolaan akomodasi selama relokasi hotel yang cepat, kesiapan administratif untuk jadwal keberangkatan yang dipercepat, profesionalisme pemimpin tur dalam menyelesaikan keluhan, dan nasihat manasik Umrah diamati secara langsung. Wawancara langsung dengan direktur kantor, pemimpin tur, dan staf dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang kebijakan manajemen lapangan dan masalah operasional.

Selanjutnya, prosedur kualitatif seperti reduksi data, presentasi, dan penyusunan kesimpulan sistematis digunakan untuk menilai data (Hidayat et al., 2025). Meringkas dan mengurangi data mentah yang sulit membantu mengidentifikasi bagian-bagian kunci. Langkah selanjutnya adalah presentasi data menggunakan deskripsi naratif deskriptif untuk menunjukkan kategori dan tren hasil lapangan. Akhirnya, kesimpulan dibentuk untuk menemukan makna dan korelasi data.

HASIL

Penelitian ini menganalisis implementasi pelayanan pada PT. Arabia Nusantama Raya melalui lima dimensi kualitas pelayanan (RATER) sebagai kerangka evaluatif. Pada dimensi keandalan (*reliability*), pihak manajemen perusahaan berupaya memastikan bahwa seluruh layanan yang dijanjikan dapat direalisasikan secara konsisten dan sesuai dengan kesepakatan awal. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Manager PT. Arabia Nusantama Raya, Derry Alindra, yang menegaskan bahwa perusahaan menyusun paket layanan secara rinci sejak tahap awal pendaftaran, meliputi jadwal keberangkatan, akomodasi, konsumsi, transportasi, hingga bimbingan ibadah selama di Tanah Suci. Perusahaan menerapkan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang terstruktur dan ketat pada setiap tahapan pelayanan (Bakhri & Ifan, 2021), mulai dari proses administrasi, pembekalan manasik, hingga pelaksanaan ibadah umrah.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pada aspek keandalan masih ditemukan beberapa kendala, di antaranya pelaksanaan manasik umrah yang dinilai kurang efektif karena hanya dilakukan satu kali dalam sebulan, serta adanya perubahan

jadwal penerbangan yang berada di luar kendali pihak travel. Menyikapi kendala tersebut, Derry Alindra menjelaskan bahwa perusahaan menyediakan alternatif solusi berupa manasik tambahan yang dilaksanakan secara mandiri bagi jamaah yang membutuhkan pendalaman materi ibadah secara lebih intensif. Sementara itu, terkait perubahan jadwal keberangkatan, Indah Sri Rezki selaku staf divisi *ticketing* menegaskan bahwa perusahaan senantiasa mengedepankan komunikasi yang cepat, terbuka, dan akurat kepada jamaah (Maharani, 2020).

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*), sikap karyawan terhadap pertanyaan dan keluhan jamaah dinilai sangat baik dan komunikatif. Clara Ayudia Niken selaku *Front Office* menjelaskan bahwa staf selalu berupaya memberikan penjelasan dengan bahasa yang sopan dan mudah dipahami secara langsung agar jamaah tidak bingung. Meskipun evaluasi rutin pasca-kepulangan belum bersifat formal, setiap keluhan yang masuk melalui grup *WhatsApp* atau kantor akan langsung ditanggapi oleh CEO dan divisi strategi untuk dilakukan perbaikan seketika.

Dimensi jaminan (*assurance*) diwujudkan melalui profesionalitas karyawan dan kejelasan legalitas perusahaan. Rasa aman jamaah semakin diperkuat dengan status PT. Arabia Nusantama Raya sebagai PPIU resmi yang terdaftar di Kementerian Agama, sehingga seluruh proses administrasi dijalankan secara transparan dan sesuai regulasi pemerintah (Memilih et al., 2022).

Untuk menunjukkan empati (*empathy*), penting untuk memberikan perhatian pribadi yang besar kepada jemaah yang sakit atau lanjut usia. Menurut pengamatan di lapangan, anggota staf bersikap sopan kepada jemaah yang membutuhkan bantuan fisik dan memberikan kursi roda sebagai bagian dari layanan dukungan yang ditawarkan organisasi. Admin Umrah Reynanda Adilla mencatat bahwa cara perusahaan menangani logistik bagasi merupakan indikasi tingkat sensitivitas yang dimiliki organisasi. Hingga bagasi diantarkan ke kamar hotel jemaah, staf perjalanan bertanggung jawab untuk menangani semua detail bagasi (Irawati et al., 2024).

Pada dimensi bukti fisik (*tangibles*), bukti fisik mencakup semua hal nyata yang dapat dilihat, dirasakan, dan diakses oleh jamaah sebagai representasi layanan. Kendati fasilitas kantor PT. Arabia Nusantama Raya telah dinilai cukup memadai dan tertata rapi, masih ditemukan tantangan pada aspek fisik akomodasi, seperti perpindahan hotel mendadak saat musim *crowded* yang berada di luar kendali perusahaan (Purnomo & Susanto, 2011). Indah

Sri Rezki menegaskan bahwa dalam kondisi tersebut perusahaan tetap berkomitmen menyediakan penginapan sesuai dengan kelas paket yang dipilih, sekaligus memberikan penjelasan yang transparan dan komunikatif kepada jamaah (Kamalina & Sumarni, 2022).

PEMBAHASAN

Dalam bagian pembahasan ini, peneliti mengaitkan temuan lapangan dengan konsep teori kualitas pelayanan menggunakan *RATER Model* untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan sistematis. Pada dimensi keandalan (*reliability*), kemampuan perusahaan dalam merealisasikan paket layanan sesuai dengan janji yang telah disepakati sejak awal pendaftaran menjadi faktor fundamental dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan jamaah. Temuan ini sejalan dengan teori kualitas pelayanan yang menyatakan bahwa *reliability* berkaitan erat dengan kemampuan penyedia jasa dalam memberikan layanan yang akurat, dapat dipercaya, dan konsisten sesuai dengan standar yang telah ditetapkan (Mahmudin, 2022).

Meskipun terdapat hambatan pada jadwal manasik, langkah perusahaan menyediakan manasik mandiri merupakan bentuk adaptasi terhadap dimensi *reliability* agar kualitas materi tetap terjaga. Kajian empiris tentang pengaruh kualitas pelayanan pada dimensi *reliability* menunjukkan bahwa keandalan pelayanan memberikan kontribusi terhadap persepsi kepuasan pelanggan melalui penyampaian layanan yang sesuai dengan ekspektasi awal konsumen dan efektif dalam membangun kepercayaan (Efendi et al., 2023).

Penelitian lain yang menguji hubungan antara kualitas pelayanan secara keseluruhan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen menemukan bahwa dimensi-dimensi kualitas pelayanan termasuk *reliability* dan *tangibles* memengaruhi persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diterima sehingga berdampak pada loyalitas pelanggan dalam jangka panjang (Imran et al., 2023).

Dalam konteks *responsiveness*, kecepatan dan ketepatan staf dalam membantu jamaah merupakan salah satu indikator penting dari kualitas jasa perjalanan yang dirasakan langsung oleh pengguna layanan. Perilaku staf yang responsif, seperti cepatnya *Front Office* dan manajemen menanggapi pertanyaan serta keluhan jamaah melalui saluran komunikasi seperti grup *WhatsApp*, menunjukkan adanya komitmen layanan yang proaktif (Anugrah et al., 2024). Temuan dalam penelitian tentang kualitas pelayanan jasa wisata menunjukkan

bahwa respons yang cepat terhadap permintaan pelanggan berkontribusi pada persepsi positif terhadap layanan yang diterima.

Secara keseluruhan, hasil implementasi pelayanan di PT. Arabia Nusantama Raya menunjukkan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kepuasan dan kepercayaan jamaah terhadap reputasi biro travel di Kota Padang. Pelayanan yang terencana dan responsif terbukti mampu meminimalkan keluhan serta membangun hubungan positif yang berkelanjutan antara jamaah dan manajemen perusahaan. Meskipun terdapat kendala internal seperti keterbatasan SDM pada waktu tertentu dan kendala eksternal seperti kebijakan pemerintah Arab Saudi atau perubahan jadwal maskapai, koordinasi intensif antar divisi serta komitmen transparansi informasi memastikan pelayanan tetap berjalan optimal (Gustawinata et al., 2021).

Selain keunggulan pada aspek daya tanggap, keberhasilan pelayanan juga sangat ditentukan oleh integrasi yang harmonis antara standar operasional prosedur dengan pendekatan persuasif yang dilakukan oleh para pembimbing ibadah di lapangan. Sinergi ini memastikan bahwa setiap jamaah, terlepas dari latar belakang usia dan tingkat pemahaman agamanya, mendapatkan pendampingan yang setara dan bermartabat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam industri travel umrah tidak dapat dipandang secara parsial, melainkan sebagai satu kesatuan ekosistem layanan yang saling mendukung untuk meminimalisir kesenjangan antara harapan jamaah dengan kenyataan yang diterima di Tanah Suci.

Komitmen manajemen dalam melakukan perbaikan berkelanjutan, meskipun masih bersifat informal, mencerminkan adanya budaya organisasi yang adaptif terhadap dinamika pasar jasa perjalanan religi yang semakin kompetitif. Formalisasi sistem evaluasi pasca-kepulangan di masa depan akan menjadi langkah strategis untuk mengubah data keluhan menjadi instrumen inovasi layanan yang lebih terukur (Gustawinata et al., 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai implementasi pelayanan jamaah umrah pada PT. Arabia Nusantama Raya Travel Padang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan utama. Pertama, implementasi pelayanan yang dilakukan melalui pendekatan lima dimensi kualitas jasa (*Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*, dan *Tangibles*) secara umum telah berjalan dengan cukup baik dan memenuhi standar

operasional penyelenggaraan ibadah umrah. Perusahaan telah berhasil membangun sistem manajerial yang transparan, mulai dari kepastian legalitas sebagai PPIU resmi, keterbukaan informasi paket layanan, hingga pengorganisasian logistik jamaah yang intensif guna menciptakan rasa aman dan kepercayaan.

Kedua, dampak dari implementasi pelayanan tersebut terlihat pada tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas jamaah, yang dibuktikan dengan hubungan kekeluargaan yang tetap terjaga melalui media komunikasi digital. Pelayanan yang berorientasi pada aspek kemanusiaan, khususnya empati terhadap jamaah lansia dan respons cepat terhadap keluhan lapangan, menjadi nilai tambah yang memperkuat reputasi perusahaan di tengah persaingan biro perjalanan di Kota Padang.

Ketiga, penelitian ini juga mengidentifikasi adanya beberapa kendala signifikan yang memerlukan langkah evaluasi teknis. Hambatan tersebut meliputi faktor eksternal berupa perubahan kebijakan maskapai dan akomodasi di Tanah Suci yang berada di luar kendali perusahaan, serta faktor internal terkait efektivitas bimbingan manasik yang masih bersifat terbatas secara frekuensi. Secara keseluruhan, keberhasilan PT. Arabia Nusantama Raya dalam memitigasi kendala tersebut melalui solusi alternatif dan komunikasi yang transparan menunjukkan komitmen pelayanan yang berkelanjutan demi menjamin kekhusyukan ibadah para jamaah.

DAFTAR PUSTAKA

Albadiah, I., & Syukur, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Qudwah Mart di Lebak. *Aksioma Al-Musaqoh: Journal of Islamic Economics and Business Studies, 5*(1), 22–41. https://ejurnal.latansamashiro.ac.id/index.php/JAM/article/view/666

Asmuni, Y. (2004). *Dakwah Islam dalam Perspektif Al-Qur'an dan Sunnah*. PT Raja Grafindo Persada.

Bakhri, A. I. (2025). Kualitas Pelayanan dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada Travel Haji dan Umroh Badur Tour Sampang. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah, 6*(4), 1101–1109. https://doi.org/10.24252/iqtishaduna.v6i4.57460

Efendi, A., Rahman, A., & Agustina, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty terhadap Kepuasan Pelanggan Patria Plaza Hotel Blitar. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen, 1*(2), 462–471. https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.33

Gunara, T., & Sudibyo, U. H. (2007). *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Madani Prima.

Hasibuan, M. S. P. (2005). *Dasar-Dasar Perbankan* (Cet. ke-4). PT Bumi Aksara.

Hidayat, R., Fitri, R. A., & Hermina, D. (2025). Langkah Penelitian Manajemen Pendidikan: Penemuan Masalah, Telaah Pustaka, Persiapan Penelitian, Pengumpulan Data, Analisis Data dan Penyimpulan/Pemaknaan, serta Pelaporan dan Evaluasi Penelitian. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi, 2*(6), 509–523. https://doi.org/10.71282/jurmie.v2i6.509

Illahi, T., & Akkas, M. A. (2022). Sistem Penyediaan Transportasi Udara dalam Pengoptimalan Pelayanan Jemaah Haji pada Penyelenggaraan Haji Indonesia. *Jurnal Manajemen Dakwah, 10*(2), 183–203. https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd/article/view/28083

Imran, I., Amelia, D., Adriansyah, Kuliman, & Silvia, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen Studi Kasus Sanjai Rina Kota Payakumbuh. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 9*(2), 473–483. https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i2.1064

Intan, E. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Memilih Biro Perjalanan Umroh dan Haji Khusus. *Jurnal Al-Iqtishad, 18*(2), 305–324. https://doi.org/10.24014/jiq.v18i2.19458

Irawati, N., Sundjoto, & Rahayu, S. (2024). The Influence of Service Quality of the Integrated Hajj and Umrah Service Center (PLHUT) on the Satisfaction of Prospective Hajj Pilgrims in 2023: Study at the Mojokerto Regency Ministry of Religion Office. *JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health, 3*(1), 760–770. https://doi.org/10.57235/jetish.v3i1.2158

Kamalina, S., & Sumarni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dilihat dari Aspek Tangibles terhadap Kepuasan Konsumen pada Intan Tour and Travel Tanjung. *JAPB, 4*(1), 612–623. https://jurnal.stiatabalong.ac.id/index.php/JAPB/article/view/432

Karmila, M., Yusro, N., & Anrial. (2021). *Model Pendekatan Dakwah Penyuluh Agama Islam Non PNS terhadap Jemaah Lanjut Usia Majelis Taklim Al-Muchlisin Kelurahan Kesambe Baru Kecamatan Curup Timur Kabupaten Rejang Lebong* [Skripsi sarjana, IAIN Curup]. https://e-theses.iaincurup.ac.id/1509/

Kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 14). Erlangga.

Maharani. (2020). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah dan Haji Khusus di PT. Al-Anshor Madinah Barokah Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dakwah, 6*(2), 257–273. https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JMD/article/view/1882

Moenir, A. S. (2006). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara.

Niken, C. Y. (2025). *Hasil Wawancara dengan Clara Yudia Niken*. PT Arabia Nusantama Raya Tour & Travel.

PT Arabia Nusantama Raya. (2018). *Tentang Arabia*. Arabia Tour & Travel. https://arabiatour.co.id/tentang-arabia

Purnomo, B., & Susanto, Y. (2011). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Miki Tour and Travel Cabang Kota Solo. *Jurnal Pariwisata*

Indonesia, *6*(2). https://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/177

Ratnaningtyas, E. M., Ramli, Syafruddin, Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Karimuddin, Aminy, M. H., Saputra, N., Khaidir, & Jahja, A. S. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. https://penerbitzaini.com/product/metodologi-penelitian-kualitatif/

Reffenza, R. (2019). *Analisis Implementasi Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji* [Tesis, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu]. https://repository.iainbengkulu.ac.id/6830/

Rizki, I. S. (2025). *Hasil Wawancara dengan Indah Sri Rizki*. PT Arabia Nusantama Raya Tour & Travel.

Safitri, D. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh: Studi Kasus PT Saudi Patria Wisata Metro. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah, 1*(2), 80–89. https://doi.org/10.32332/multazam.v1i2.5372

Satriawan, S., Mursalin, S., & Makmur, H. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Perjalanan Jamaah Umrah pada PT. Anugrah Quba Mandiri Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Edunomika, 8*(4), 1–14. https://doi.org/10.29040/jie.v8i4.15524

Sirin, K., & Soleha, M. (2024). Strategi Pelayanan dalam Peningkatan Kepuasan Jamaah Umrah Disabilitas pada PT. Dhiyaa El Haramain El Mubarakah Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dakwah, 12*(1). https://doi.org/10.15408/jmd.v12i1.39887

Thayib, T. (2024). Service Quality melalui Umrah Coaching pada Jemaah Umrah Khusus di Surabaya. *Jurnal Tana Mana, 5*(3). https://doi.org/10.33648/jtm.v5i3.714

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi ke-2, cet. ke-4). Balai Pustaka.

Wardani, I. (2025). *Hasil Wawancara dengan Ilham Wardani*. Account Executive Kantor Pusat PT Arabia Nusantama Raya.

Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan, 5*(2), 198–211. https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236