ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN JEMAAH: STUDI KASUS PADA PT AL MALIK AMANAH HARAMAIN KOTA PADANG

Cyndi Ardita[1], Habibatur Ridhah [2]

[1,2]Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi
E-mail : cyndiardita@gmail.com[1], habibaturridhah@uinbukittinggi.ac.id[2]

ABSTRAK

Latar Belakang Masalah dari Penelitian ini ialah banyaknya biro perjalanan umrah baru yang bermunculan menyebabkan persaingan yang semakin ketat dalam menarik minat dan kepercayaan jemaah. Kepercayaan dan kepuasan jemaah menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan dan keberlansungan biro perjalanan umrah. Salah satu faktor yang dapat membangun kepercayaan dan kepuasan jemaah adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh biro perjalanan umrah kepada para jemaahnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan jemaah umrah dengan studi kasus pada travel Al Malik Amanah Haramain Kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Tekni pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa travel Al Malik Amanah Haramain meningkatkan kepercayaan dan kepuasan jemaah melalui peningkatan kualitas pelayanan yang mencakup aspek bukti fisik, keandalan pelayanan, daya tanggap, jaminan, dan empati, disertai dengan penyampaian informasi yang transparans, peningkatan kualitas pelayanan sejak tahap pendafataran, pembinaan sumber daya manusia yang berlandaskan nilai kejujuran dan tanggung jawab, serta pendampingan intensif kepada jemaah. Temuan ini menunjukkan pentingnya konsistensi kualitas pelayanan dan penguatan nilai kepercayaan sebagai dasar dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan biro perjalanan umrah di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan, Jemaah*

PENDAHULUAN

Ibadah umrah merupakan salah satu ibadah yang dilakukan oleh umat Islam. Secara bahasa, *umrah* berarti ziarah atau kunjungan, sedangkam secara istilah berarti ibadah yang meliputi tawaf, sai, mencukur atau merapikan rambut, dan ihram. Ibadah ini memiliki nilai spiritual yang tinggi karena menjadi salah satu bentuk penyempurnaan ketaatan seorang muslim kepada Allah SWT. Oleh karena itu, pelaksanaan ibadah umrah memerlukan standar pelayanan tertentu, baik di dalam negri maupun di tanah suci. Setiap penyelenggaraan haji dan umrah harus dilaksanakan secara ideal dan profesional agar tidak terjadi permasalahan, karena perencanaan yang kurang matang dapat mengakibatkan pelayanan yang kurang optimal bagi jamaah. Semakin kompleksnya tantangan penyelenggaraan haji dan umrah dari tahun ke tahun menuntut adanya strategi yang mampu mengubah layanan operasional menjadi pembelajaran berharga yang pada akhirnya dapat memberikan kepuasan bagi jamaah.

Dalam beberapa tahun terakhir, minat masyarakat Indonesia untuk menunaikan ibadah umrah terus mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Kondisi ini mendorong munculnya banyak biro perjalanan umrah baru di berbagai daerah. Fenomena ini di satu sisi menunjukkan peluang besar dalam industri jasa perjalanan religi, namun di sisi lain juga menciptakan persaingan yang semakin ketat antar biro untuk menarik minat dan kepercayaan jamaah.[1] Banyaknya biro baru yang bermunculan juga menimbulkan tantangan tersendiri. Biro perjalanan umrah baru, sering kali menghadapi kesulitan dalam membangun kepercayaan masyarakat, karena mereka belum memiliki reputasi dan pengalaman panjang sebagaimana biro yang sudah lama berdiri. Di tengah meningkatnya kasus penipuan dan kegagalan keberangkatan umrah yang terjadi di berbagai daerah, masyarakat menjadi semakin selektif dalam memilih biro perjalanan. Hal ini menuntut biro umrah baru untuk berupaya lebih keras dalam menunjukkan profesionalisme, transparansi, serta pelayanan yang dapat menumbuhkan kepercayaan jamaah.[2]

Kepercayaan jemaah menjadi faktor kunci dalam memilih biro perjalanan umrah. Calon jemaah akan memilih biro yang mereka yakini aman, profesional, dan dapat dipercaya dalam mengatur keberangkatan serta pelaksanaan ibadah. Hal ini sangat penting, mengingat banyaknya kasus penipuan atau kegagalan keberangkatan umrah di masa lalu yang membuat masyarakat semakin selektif. Penelitian oleh Kurniawan menunjukan bahwa kepercayaan jemaah terhadap biro perjalanan umrah sangat dipengaruhi oleh transparansi informasi, reputasi, perusahaan, dan kredibilitas pemimpin biro. Biro perjalanan baru seringkali menghadapi kesulitan dalam memperoleh kepercayaan tersebut karena belum memiliki rekam jejak atau reputasi yang kuat di mata publik.

Selain kepercayaan, kepuasan jemaah juga menjadi indikator penting dalam keberhasilan suatu biro umrah. Kepuasan muncul ketika pelayanan yang diterima jemaah mampu memenuhi bahkan melampaui harapan mereka. Penelitian oleh Rahmawati menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan komunikasi interpersonal petugas biro memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah umrah, di mana dimensi *responsiveness* dan *assurance* menjadi faktor yang

[1] Syifa Arisetiawati, Acep Nurlaeli, and Roni Ma, "Indonesian Research Journal on Education Implementasi Manajemen Pelayanan Kepuasan Calon Jamaah Haji Dan Umrah Di PT Utama Al-Fathimiyah Tour Dan Travel Karawang-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4 (2024): 348–52.

[2] Maharani, "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah Dan Haji Khusus Di PT. Al-Anshor Madinah Barokah Yogyakarta," *Jurnal Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga* 6, no. 2 (2020): 257–73.

paling dominan. Layanan yang memuaskan tidak hanya menciptakan pengalaman positif, tetapi juga mendorong loyalitas serta promosi dari mulut ke mulut yang sangat berpengaruh dalam perkembangan biro umrah. Kepuasan dan kepercayaan pelanggan terbentuk melalui perbandingan anatra harapan pelanggan dengan layanan yang benar-benarbditerima. Ketika layanan yang diperoleh mampu memenuhi bahakan melampaui harapan, pelanggan akan merasakan kepuasan yang kemudian berkembang menjadi kepercayaan. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima berada dibawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas dan berpotensi menimbulkan sikap kurang percaya. Oleh karena itu, pelaku industri dituntut untuk terus meningkatkan tingat kepuasan pelanggan agar mereka tidak beralih ke penyedia layanan lain dalam memenuhi kebutuhan.[3]

Pelayanan yang berkualitas merupakan faktor penting dalam keberhasilan penyelenggaraan layanan publik, termasuk dalam konteks pelayanan haji dan umrah. Pelayanan yang responsif, tepat waktu, dan berstandar tinggi sangat penting untuk menjamin kepuasan jamaah. Untuk mencapai pelayanan prima, penyelenggara harus memperhatikan berbagai aspek manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Selain itu, etika pelayanan dan kepemimpinan yang baik menjadi landasan penting yang membantu membangun kepercayaan dan meningkatkan pengalaman jamaah dalam menjalankan ibadah. Pengelolaan pelayanan haji dan umrah membutuhkan pendekatan yang komprehensif dan inovatif, melibatkan sumber daya manusia yang kompeten, teknologi yang canggih, serta prosedur operasional yang terstandarisasi. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dicapai melalui pelatihan yang berkelanjutan dan pengembangan sistem yang mempermudah interaksi antara jamaah dan penyelenggara.[4] Beberapa penelitian terdahulu mendukung pentingnya faktor pelayanan dalam membangun kepercayaan dan kepuasan jamaah. Penelitian oleh Safitri menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah umrah pada PT Saudi Patria Wisata Metro. Jamaah merasa puas ketika pelayanan biro dilakukan dengan cepat, ramah, dan sesuai prosedur.[5]

Penelitian di Ebad Wisata Tour & Travel Surabaya juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan jamaah. Hasil serupa juga ditemukan pada penelitian di PT Aditia Al Tahir, yang menegaskan pentingnya evaluasi pelayanan dan komunikasi yang baik untuk menjaga loyalitas jamaah.[6] Jadi dapat disimpulkan bahwa upaya biro perjalanan umrah baru dalam membangun kepercayaan dan kepuasan jamaah tidak hanya bergantung pada promosi, tetapi juga pada kualitas pelayanan, integritas, dan profesionalisme dalam setiap aspek penyelenggaraan. Dengan pelayanan yang baik dan berlandaskan nilai-nilai Islam, biro perjalanan dapat memperoleh kepercayaan jamaah dan memberikan pengalaman ibadah yang berkesan serta bermakna.

[3] A'rasy Fahrullah Rizki Habibah, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Nilai Islami" 3 (2020): 64–70.

[4] Nur Saimona et al., "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Di Hajar Aswad Mubaroq," *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah* 2, no. 1 (2024): 53–64.

[5] Diana Safitri, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keouasan Jamaah Umroh (Studi Kasus PT Saudi Patria Wisata Metro) Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah," *MULTAZAM : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah* 1, no. 2 (2021): 80–89.

[6] Kamila Nisrina, "Multidimensional Phenomena of Hajj: Study of Javanese Pilgrims," Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies 5, no. 1 (2015): 135.

Tabel 1. Jumlah Jemaah Mendaftar PT. Al Malik Amanah Haramain 2025

No.	Bulan	Jumlah
1	April	19
2	Mei	27
3	Juni	14
4	Juli	11
5	Agustus	22
6	September	11

Travel Al Malik Haramain sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) yang baru berdiri pada tahun 2025, hadir dengan semangat memberikan layanan ibadah terbaik bagi masyarakat yang ingin menunaikan perjalanan suci ke Tanah Haram. Berbasis di Padang, Travel Al Malik Haramain berkomitmen menjadi mitra terpercaya dalam menghadirkan pengalaman umrah yang nyaman, aman, dan penuh makna. Sebagai travel yang baru berkembang, Seperti terlihat pada tabel 1 Al Malik Haramain mulai membuka pendaftaran jamaah sejak April hingga September 2025, dengan *animo* masyarakat yang menunjukkan tren positif. Gelombang keberangkatan berikutnya telah direncanakan pada November 2025 dengan jumlah jamaah sebanyak 75 orang, menunjukkan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Meskipun masih tergolong baru, Travel Al Malik Haramain menunjukkan potensi pertumbuhan yang menjanjikan. Antusiasme masyarakat dalam mendaftar, meski di tengah banyaknya penyedia jasa perjalanan umrah yang lebih dahulu berdiri, menjadi indikator bahwa pendekatan pelayanan personal, bimbingan spiritual yang berkualitas, serta komitmen terhadap kenyamanan jamaah mampu membangun kepercayaan sejak awal.

Peningkatan jumlah jemaah tersebut tentu tidak terjadi secara kebetulan. Ada berbagai faktor yang mendukung keberhasilan PT Al Malik Amanah Haramain dalam menarik kepercayaan masyarakat, seperti kualitas pelayanan yang berbeda dengan travel pada umumnya, komunikasi yang intensif, reputasi yang mulai terbangun melalui testimoni positif, serta komitmen perusahaan untuk memberikan pengalaman ibadah yang amanah dan berkesan. Fenomena ini menjadi menarik untuk diteliti, karena dapat memberikan gambaran nyata mengenai strategi dan upaya biro umrah baru dalam membangun kepercayaan serta kepuasan jemaah di tengah persaingan yang padat. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada kajian terhadap biro perjalanan umrah yang baru berdiri, di mana penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti biro yang telah berpengalaman. Selain itu, penelitian ini menggabungkan dua aspek penting yaitu kepercayaan dan kepuasan jamaah sebagai indikator keberhasilan layanan biro umrah baru. Penelitian ini juga relevan dengan konteks meningkatnya minat masyarakat untuk berumrah pasca-pandemi, yang menuntut biro-biro baru untuk lebih inovatif dan profesional dalam membangun reputasi di tengah persaingan industri perjalanan religi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sebagaimana dikemukakan oleh Sugiono, dengan penelitian sebagai instrumen utama yang meneliti fenomena pada kondisi alamiah. Pengumpulan data dilakukan dengan analisis bersifat induktif, yang menekankan pemahaman makna dibandingkan pengukuran angka. Penelitian bertujuan untuk menggambarkan analisis Al Malik Amanah Haramain dalam meningkatkan kepercayaan dan meningkatan

kepuasan jemaah melalui strategi pelayanan yang diterapkan. Penelitian dilaksanakan di PT Al Malik Amanah Haramain, Kota Padang, Sumatera Barat. Sumber data terdiri atas data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan pimpinan, staf, dan jemaah yang pernah berangkat umrah, serta data sekunder berupa brosur, profil perusahaan, dan media sosial. Informan ditentukan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman melalui tahap reduksi data, penyajian data secara naratif, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi untuk menjawab permasalahan penelitian terkait upaya peningkatan kepercayaan dan kepuasan jemaah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. **Kualitas Pelayanan yang diberikan PT Al Malik Amanah Haramain Kepada Jemaah Umrah**
   a. Keandalan (*Reliability*) Keandalan berkaitan dengan kemampuan biro umrah dalam memberikan pelayanan sesuai informasi dan janji yang telah disampaikan kepada jemaah, aspek ini penting untuk membangun kepercayaan biro baru. Pelayanan pada PT Al Malik Amanah Haramain berbeda dengan biro lain dan pelayanan diberikan sesuai dengan informasi yang di sampaikan. Wawancara dengan Direktur Utama ustadz Adrianto, menyatakan Kami buat program yang tidak di miliki travel lain, dan di laksanakan sesuai janji informasi, dan layanan yang maksimal. Di perkuat oleh jemaah ibu Zai Maglena merasakan perjalanan umrah sesuai dijanjikan dan sangat baik. Jamaah juga merasakan intens sesuai kebutuhan informasi awal jelas sesuai kenyataan ibadah umrah. Pelayanan sesuai harapan menumbhkan rasa puas serta tumbuh percaya terhadap PT Al Malik Amanah Haramain.
   b. Daya Tanggap (*Responsiveness*) Indikator kedua signifikan Responsiveness daya tanggap kemampuan biro umrah untuk merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan secara cepat dan efektif. Al Malik Amanah Haramain membangun daya tanggap layanan untuk menghadapi permintaan keluhan jemaah. Wawancara Direktur Utama ustadz Adrianto menjelaskan Kami memiliki sistem pelaporan keluhan cepat dan efisien, fokus penyelesaian masalah perjalanan dan melakukan evaluasi setelah perjalanan. Wawancara dengan jemaah bapak Burhan Kami merasakan diperhatikan dengan pelayanan umrah jika ada kesalahan langsung di perbaikan saat itu juga. Al Malik Amanah Haramain menunjukan dedikasi tinggi Responsiveness integral pelayanan sistem edukasi keluhan perbaiki pelayanan keluhan jemaah dan untuk keberangkatan selanjutnya agar tidak ada kesalahan yang sama, ini alan menciptakan kepercayaan kepuasan jemaah.
   c. Jaminan (*Assurance*) Jaminan berkaitan dengan kemampuan biro dalam berikan rasa aman dan keyakinan kepada jemaah melalui profesionalitas, pengetahuan dan sikap pelayanan. Travel Al Malik Amanah Haramain jelaskan legalitas izin operasional kerja sama dengan mitra hotel maskapai dan memilih pembimbing ysng berpengalaman. Direktur Utama ustadz Adrianto tegaskan Kami memiliki izin PPIU dan langsung bekerjasama dengan manajemen hotel tidak lewat agen ploker. Wawancara dengan jemaah Ibu Zai Maglena Kami merasa tenang karena travel jelas izinnya, pembimbing ustadz juga berpengalaman.

d. Empati (*Empathy*) Empati berkaitan dengan perhatian dan kepedulian biro terhadap kebutuhan individual jemaah. Pelayanan yang empati mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat antara biro dan jemaah. Travel Al Malik Amanah Haramain berupaya menunjukan pelayanan personal dengan memahami kebutuhan kondisi jemaah terutama yang lanjut usia dan yang pertama kali melakukan umrah. Pendampingan intensif selama manasik hingga keberangkatan ibadah ke Tanah Suci serta komunikasi yang kekeluargaan untuk bangun kedekatan emosional. Wawancara dengan ustadz Adrianto Kami sangat memperhatikan kondisi jemaah dari manasik sampai keberangkatan ke Tanah Suci supaya tenang dan tidak bingung. Wawancara dengan bapak Burhan Kami diperhatikan dan pembimbing membantu menjelaskan ibadah dengan sabar dan nyaman. Empati travel akan meningkatkan kenyamanan.

e. Bukti Fisik (*Tangible*) Bukti fisik fasilitas berkaitan dengan sarana pendukung pelayanan daoat dilihat dan dirasakan langsung oleh jemaah, seperti akomodasi, transportasi, serta penampilan staf. Travel menyediakan kantor represenstatif dan nyaman, materi promosi yang informatif, serta perlengkapan umrah, penampilan petugas yang rapi, profesional akan menajdi kesan positif, fasilitas pendukung seperti perlengkapan manasik, dokumentasi akan meningkatkan kualitas pelayanan. Wawancara dengan staf administrasi Kakak Cece Wulandari Kami menyediakan fasilitas memadai untuk jemaah seperti kantor yang nyaman agar konsultasi berjalan dengan baik dan perlengkapan umrah seperti koper, seragam materi, dan manasik. Wawancara dengan jemaah ibu Maryulis Fasilitas juga menilai perlengkapan umrah telah disiapkan dengan lengkap dan kantor juga nyaman. Bukti fisik PT Al Malik Amanah Haramain dengan fasilitas kantor, perlengkapan umrah serta penampilan staf yang profesional mampu meningkatkan kepercayaan jemaah terhadap profesionalisnya sebagai penyelenggara perjalanan baru.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Jemaah Umrah pada PT Al Malik Amanah Haramain

a. Faktor Pendukung

1) Tingginya Minat/Antusiasme Umat: Tingginya minat dan antusiasme masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah mendorong travel untuk tingkatkan kualitas pelayanan. Kondisi ini menuntuk travel Al Malik Amanah Haramain untuk menjaga kepercayaan dan pastikan kepuasan jemaah dari mulai pendaftaran, persiapan keberangkatan, hingga pelaksanaan umrah. Pimpinan ustadz Adrianto menyampaikan Minat masyarakat umrah yang tinggi mendorong pihak travel untuk memberikan pelayanan yang maksimal.

2) Pelayanan yang Prima: Pihak travel berupaya memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan transparan. Al Malik Amanah Haramain berusaha menghadirkan pelayanan yang berbeda dengan travel lain, jamaah sangat diperhatikan dari awal pendaftaran, persiapan keberangkatan, hingga pelaksanaan ibadah di Tanah Suci. Bimbing yang maksimal agar selama beribadah secara khusyuk dan terarah. Staf administrasi Kakak Cece Wulandari menyampaikan Kami berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk jemaah dari pendaftaran, manasik, hingga kepulangan. Jamaah juga menilai Pelayanan travel sangat baik, cepat, aman dan nyaman. Pelayanan prima berkontribusi bangun kepercayaan pelayanan Al Malik Amanah Haramain.

3) Pembimbing/Muthawwif yang Kompeten: Al Malik Amanah Haramain pilih pembimbing ibadah yang berpengalaman dan yaang berpengetahuan sesuai dengan kompetensi agar berikan rasa aman kepada jemaah terutama jemaah yang pertama kali melaksanakan ibadah umrah, memberikan bimbingan yang terarah sesuai dengan rangkaian ibadah. Direktur Utama Ustadz Adrianto menyampaikan Kami selektif memilih pembimbing Muthawwif yang berpengalaman agar jemaah meahami manasik umrah dengan baik. Travel berikan pembekalan ibadah sesuai syariat dan kebutuhan jemaah kompetensi pembimbing menjadi faktor penting untuk bangun kepercayaan, pembimbing yang berpengetahuan dan memadai dan perngalaman dilapangan sangat tepat untuk jemaah agar tenang dalam melaksanakan umrah.
4) Letak geografis yang strategis: Tempat merupakan faktor pendukung, dalam mengebangan. PT Al Malik Amanah Haramain memiliki lokasi kantor yang strategis dekat dengan masjid, sehingga akan mudahkan konsultasi pendaftaran, melaksankan manasik umrah, ini akan menciptakan suasana religius untuk medukung citra travel yang aman dan terpercaya. Staf Administrasi Kakak Cece Wulandari menyampaikan Tempat travel sangat strategis dekat dengan masjid banyak masyarakat shalat tertarik tanya tentaang umrah. Lokasi dekat pusat keagamaan mudah dikenali dan akan meningkatkan interaksi calon jemaah karena letak yang geografis dan strategi akan memudahan akses informasi layanan umrah suasana yang religius juga menguatkan persepsi kredibilitas integritas travel.

b. Faktor Penghambat
1) Kurangnya Reputasi Awal: Kurang reputasi awal travel baru berdiri menyebabkan calon jemaah belum percaya Al Malik Amanah Haramain, calon jemaah akan membandingan dengan travel lama yang pengalaman dan dikenal masyarakat. Direktur Utama Ustadz Adrianto menyampaikan Tantangan travel baru, masyarakat awal ragu dan membandingkan dengan travel yang sudah lama berdiri. Staf administrasi juga menambahkan awal berdiri banyak calon jemaah memastikan keamanan. Kurang reputasi awal menghambat untuk membangun kepercayaan travel, karena belum memiliki rekam jejak panjang jadi calon jemaah berhati-hati dan menunjukan keraguan, reputasi pengalaman operasional penting bentuk kepercayaan konsumen.
2) Persaingan Usaha yang Ketat: Persaingan yang ketat menyebabkan PT Al Malik Amanah Haramain bersaing untuk menarik perhatian kepercayaan calon jemaah banyak travel yang tawarkan paket, harga, fasilitas yang beragam, calon jemaah menjadi selektif untuk memilih travel, kondisi ini menuntut Al Malik Amanah Haramain menunjjukan keunggulan seperti pelayanan yang baik, strategi pemasaran yang efektif agar bisa bersaing dengan travel lain. Staf administrasi menyampaikan travel umrah yang banyak menuntut kami harus bisa menarik perhatian calon jemaah seperti menunjukkan keunggulan pelayanan, program yang unik. Persaingan ketat akan menghambat membangun kepercayaan.
3) Faktor Yang Berhubungan dengan Jemaah Umrah: Faktor penghambat dari jemaah umrah akan mempengaruhi kelancaran ibadah, di travel Al Malik Amanah Haramain memiliki keberagaman seperti karakter, usia, kondisi fisik, latar belakang yang akan menjadi tantangan dalam proses perjalanan umrah. Tidak semua jemaah dapat beradaptasi dengan mudah, lingkungan yang baru berbeda cuaca hingga

makanan yang berbeda. Faktor yang berhubungan dengan jemaah ini akan menghambat pelayanan, perbedaan adaptasi, kedisiplinan, karakter individu akan mempengaruh kepada kelancaran ibadah dan bisa meganggu kenyamanan jemaah lain. PT Al Malik Amanah Haramain atasi dengan pembinaan manasik, pendampingan muthawwif, pendekatan persuasif yang sabar, disiplin dan saling hormati selama perjalanan agar menjaga kenyamanan kelancaran rangkaian ibadah umrah.

B. Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan yang diberikan PT Al Malik Amanah Haramain Kepada Jemaah

a. Keandalan (*Reliability*) Hasil penelitian menunjukkan PT Al Malik Amanah Haramain memiliki tingkat keandalan pelayanan yang baik dalam bangun kepercayaan dan kepuasan jemaah. Keandalan tercermin dari kemampuan merealisasikan program layanan yang dijanjikan, mulai pendaftaran hingga pelaksanaan umrah, konsistensi antara informasi dengan pelayanan yang diberikan meunjukan komitmen akurat dan terpercaya. Temuan juga menawarkan program unik yang berbeda dengan biro umrah lainya dan mampu realisasikan sesuai dengan yang dijanjikan ini sejalan dengan pendapat Cronin dan Taylor keandalan pelayanan yang berikan yang sesuai dengan yang dijanjikan akan berpengaruh dengan kepuasan pelanggan. Jamaah menilai informasi jelas dan mudah dipahami, sengingga meminimalkan kesenjangan harapan dan kenyataan. Dampaknya kepuasan akan meingkat, sehingga keandalan layanan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan jemaah.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*) PT Al Malik Amanah Haramain memiliki tingkat daya tanggap pelayanan yang baik pelayanan, daya tanggap tercermin dari kemampuan travel dakam respons kebutuhan, permintaan dan keluhan secara cepat dan tepat dari pendaftaran sampai pelaksanaan ibadah umrah. Temuan juga menunjukkan penanganan keluhan terstruktur, melakukan evaluasi setelah perjalanan umrah agar bisa perbaiki kekurangan untuk keberangkatan berikutnya. Jemaah nyatakan travel memberikan perhatian yang tinggi terhadap kebutuhan jemaah, segera melakukan perbaikan apabila ada kesalahan atau kendala selama perjalanan. Respons yang cepat dari travel membuat jemaah merasakan diperhatikan dan layani dengan baik, ini akan menimbulkan rasa nyaman selama beribadah umrah. Daya tanggap pelayanan pada travel Al Malik Amanah Haramain memiliki kontribusi untuk membentuk kepercayaan dan kepuasan jemaah biro umrah.

c. Jaminan (*Assurance*) Hasil penelitian menunjukkan PT Al Malik Amanah Haramain memberikan jaminan pelayanan yang kuat untuk bangun kepercayaan dan kepuasan jemaah, jaminan tercermin pada upaya kepastian legalitas usaha serta kerja sama dengan mitra, layanan pembimbing ibadah kompeten kejelasan izin operasional transparansi, informasi fasilitas perjalanan menumbuhkan rasa aman jemaah untuk memilih biro umrah. Temuan langsung juga menukkan travel berkerja sama lansung dengan manajemen hotel, maskapai penerbangan tanpa perantara ini akan menunjukkan profesionalitas pengelolaan layanan umrah dan menguatkan kredibilitas, travel juga memilih pembimbing yang pengalaman, ini sejalan dengan pendapat Gronroos kepercayaan pelanggan mengatur kompetensi kredibilitas yang profesionalitas untuk pelayanan. Jamaah nyatakan kejelasan legalitas kompetensi dan pembimbing menciptakan rasa tenang dan keyakinan selama perjalanan umrah, rasa

aman ini berkontribusi untuk membentuk kepercayaan, jaminan pelayanan faktor penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan jemaah.

d. Empati (*Empathy*) PT Al Malik Amanah Haramain memberikan perhatian dan kepedulian yang tinggi terhadap kebutuhan jemaah secara individu, empati dalam pelayanan tercermin dari upaya travel dalam memahami kondisi karakteristik jemaah. Travel memberikan pendampingan intensif dari manasik, keberangkatan, hingga pelaksanaan ibadah Tanah Suci sejalan dengan pendapat Parasuraman Zeithaml Berry empati bentuk perhatian individual dari penyedia jasa pelanggan dalam memahami kebutuhan spesifik pelanggan. Pendampingan yang bersifat personal ini menumbuhkan rasa aman dan akan tingkatkan kenyamanan perjalanan umrah. Empati pelayanan PT Al Malik Amanah Haramain sangat berkontribusi dalam membangun hubungan dekat travel dengan jemaah untuk tingkatkan kepercayaan dan kepuasan jemaah penyelenggara umrah.

e. Bukti Fisik (*Tangible*) PT Al Malik Amanah Haramain menyediakan bukti fisik pelayanan yang memadai untuk mendukung perjalanan ibadah umrah, bukti fisik meliputi fasilitas kantor yang representatif, materi promosi yang informatif dan perlengkapan umrah untuk jemaah. Temuan juga menunjukkan travel berupaya untuk menciptakan lingkungan pelayanan yang nyaman, ruang konsultasi yang layak, perlengkapan manasik dan dokumentasi kegiatan selama perjalnan umrah, ini sejalan dengan pendapat Gronroos kualitas pelayanan pengaruh terhadap kualitas teknis dan fungsional, fasilitas fisik dan sarana pendukung yang diterima.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Umrah pada PT Al Malik Amanah Haramain

a. Faktor Pendukung

1) Tingginya Minat/Antusiasme Umat: Tinggi minat antusiasme masyarakat untuk melaksankan ibadah umrah menjadi faktor pendukung PT Al Malik Amanah Haramain dalam bangun kepercayaan dan kepuasan jemaah, minat tingkat menuntut travel memberikan pelayanan yang berkualitas agar sesuai harapan. Kondisi ini mendorong meningtkatkan kualitas pelayanan menyeluruh dari mulai administrasi, pembinaan manasik dan pendampingan ibadah, ini sejalan dengan teori pemasaran jasa tinggi permintaan haarus diimbangi dengan peningkatan kualitas pelayanan agar menciptakan kepuasan pelanggan jasa ibadah, kualitas pelayanan pemenuhan teknis sarana untuk membangun kepercayaan dan keyakinan jemaah. Tinggi minat masyarakat berpengaruh dalam upaya travel untuk menjaga reputasi kredibilitas pelayanan yang profesional dan amanah, fokus utama merespons kepercayaan jemaah.

2) Pelayanan yang Prima: Hasil penelitian menunjukkan PT Al Malik Amanah Haramain memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan transparan kepada jemaah secara menyeluruh, dari mulai pendaftaran persiapan keberangkatan, dan pelaksanaan ibadah hingga kepulangan. Temuan juga menunjukkan pendampingan bimbingan yang intensif selama di Tanah Suci akan membuat jemaah aman, nyaman dan membantu jalankan ibadah umrah, sejalan dengan pendaapat Kotler pelayanan memenuhi kebutuhan dan harapan yang konsisten akan membentuk kepuasan kepercayaan penyedia jasa. Pelayanan prima menjadi faktor pendukung

dalam pentingnya membangun kepercayaan dan kepuasan jemaah PT Al Malik Amanah Haramain.

3) Pembimbing/Muthawwif yang Kompeten: PT Al Malik Amanah Haramain memilih pembimbing ibadah muthawwif yang berpengalaman dan berpengetahuan yang memadai, pemililan secara selektif ini bertujuan agar muthawwif dapat memahami kebutuhan jemaah dan menguasai tata cara ibadah umrah sesuai dengan tuntunan syariat. Muthawwif yang berpengalaman akan menciptakan rasa aman dan ketenangan terutama bagi jemaah yang pertama kali melaksanakan umrah, jemaah percaya diri untuk menjalankan rangkaian ibadah sesuai dengan yang diarahan dengan jelas, pendampingan yang intensif agar penjelasan mudah pahami. Sejalan dengan teori manajemen pelayanan haji umrah, kompetensi pembimbing pengetahuan pengalaman lapangan sangat penting untuk tingkatkan kenyamanan dan kepercayaan jemaah, muthawwif yang kompeten menjadi faktor pendukung utama dalam bangun kepercayaan jemaah pada PT Al Malik Amanah Haramain.
4) Letak geografis yang strategis: Hasil penelitian menunjukkan PT Al Malik Amanah Haramain memiliki lokasi kantor yang strategis dekat dengan masjid, ini memudahkan jemaah untuk konsultasi, pendaftaran, melaksanakan kegiatan manasik umrah, lokasi ini meemudahkan akses masyarakat untuk mendapatkan informasi terkait layanan perjalanan ibadah umrah. Kedekatan lokasi travel dari pusat aktivitas keagamaan akan mudah dikenali masyarakat dan meningkatkan interaksi calon jemaah, banyak masyarakat masjid tertarik bertanya terkait informasi layanan umrah, ini sejalan dengan pemasaran jasa karena lokasi usaha yang mudah dijangkau dan lingkungan sesuai karakter layanan akan meningkatkan kepercayaan minat konsumen penyedia jasa. Letak geografis strategis merupakan faktor pendukung untuk membangun kepercayaan masyarakat.

b. Faktor Penghambat

1) Kurangnya Reputasi Awal: Hasil penelitian menunjukkan kurangnya reputasi awal travel yang baru berdiri, faktor ini penghambat pembangunan kepercayaan untuk calon jemaah. PT Al Malik Amanah Haramain mengkondisikan yang membuat calon jemaah ragu dan membandingkan biro umrah yang sudah lama beroperasi dan dikenal masyarakat. Temuan juga menunjukkan keraguan calon jemaah terkait keamanan legalitas, pengalaman keberangkatan karena travel belum memiliki rekam jejak yang panjang, ini sejalan dengan teori pemasaran jasa, reputasi pengalaman, operasional merupakan faktor penting untuk membentuk kepercayaan konsumen jasa, risiko tinggi untuk perjalanan ibadah. Kurang reputasi awal menghambat membangun kepercayaan jemaah. PT Al Malik Amanah Haramain perlu upaya berkelanjutan yang transparansi, informasi yang jelas, tunjukan legalitas yang resmi dan sampaikan testimoni jemaah.
2) Persaingan Usaha yang Ketat: Hasil penelitian tunjukkan persaingan yang ketat, ini menjadi faktor penghambat travel harus bisa menarik perhatian untuk membangun kepercayaan calon jemaah, banyak travel menawarkan paket, harga, fasilitas yang beragam sebab calon jemaah banyak pilihan dan harus selektif dalam menentukan travel. Calon jemaah membandingkan travel lain yang harga, fasilitas dan pengalaman keberangkatan yang sudah banyak, kondisi travel baru harus bekerja keras dalam meyakinkan calon jemaah agar percaya menggunakan jasa. Travel

dituntut untuk tunjukan keunggulan nilai tambah yang berbada dari travel lain, ini sejalan dengan pemasaran jasa persaingan tingginya persaingan menuntut travel untuk meiliki keunggulan kompetitif dan kualitas pelayanan dalam bangun kepercayaan konsumen. Persaingan ketat ini menjadi tantangan serius bagi PT Al Malik Amanah Haramain dalam bangun kepercayaan jemaah.

3) Faktor Yang Berhubungan dengan Jemaah Umrah: Hasil penelitian menunjukkan faktor penghambat pelayanan umrah bukan hanya dari travel tapi juga dari jemaah umrah, perbedaan karakter usia, kondisi fisik latar belakang sosial tantangan untuk kelancaran ibadah pelayanan bagi PT Al Malik Amanah Haramain. Tidak semua jemaah dapat beradaptasi cepat dengan lingkungan baru, perbedaan cuaca, pola makanan, kondisi fisik selama di Tanah Suci berpengaruh untuk kenyamanan dan akan berdampak ketidaktertiban pelaksanaan kegiatan ibadah. Perbedaan kedisiplinan karakter individu jemaah timbulkan gangguan kenyamanan jemaah lain, kurang patuh, mementingkan kepentingan pribadi, ini sejalan dengan manajemen pelayanan ibadah keberagaman karakter dan kondisi jemaah perlu pendekatan pembinaan pendampingan intensif dan pelayanan optimal. PT Al Malik Amanah Haramain atasi dengan cara pembinaan manasik, pendampingan muthawwif, pendekatan persuasif jemaah dengan sabar agar disiplin dan saling hormati demi kelancaran dan kenyamanan rangkaian ibadah umrah.

KESIMPULAN

Analisis Kualitas Pelayanan PT Al Malik Amanah Haramain dalam Meningkatkan Kepercayaan dan Kepuasan Jemaah, berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu keandala, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Keandalan pelayanan terlihat dari kesesuaian informasi dengan pelayanan yang diterima jemaah, sedangkan daya tanggap tercermin dari respon cepat terhadap kebutuhan dan keluhan jemaah. Jaminan diberikan melalui legalitas perusahaan dan kompetensi pembimbing ibadah, empati diwujudkan melalui pendampingan personal kepada jemaah, serta bukti fisik ditunjukkan melalui fasilitas dan penampilan staf yang profesional. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan tersebut berperan dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan jemaah terhadap PT Al Malik Amanah Haramain

Faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi PT Al Malik Amanah Haramain dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan jemaah, faktor pendukung dalam membungun kepercayaan dan kepuasan jemaah meliputi tingginya minat masyarakat terhadap ibadah umrah, pelayanan yang prima, kompetensi pembimbing ibadah, serta letak geografis kantor yang strategis. Faktor-faktor tersebut mendorong peningkatatan kualitas pelayanan dan memberikan rasa aman serta nyaman bagi jemaah. Sementara itu, faktor penghambat yang dihadapi antara lain kurangnya reputasi awal sebagai travel yang baru berdiri, persaingan usaha yang ketat, serta faktor yang berasal dari jemaah umrah seperti perbedaan karakter dan kemampuan adaptasi. Untuk mengatasi hambatan tersebut, PT Al Malik Amanah Haramain melakukan berbagai upaya peningkatan pelayanan, transparansi, informasi, serta pembinaan dan pendampingan jemaah agar pelaksanaan ibadah umrah dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

A'rasy Fahrullah Rizki Habibah, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Nilai Islami" 3 (2020): 64–70.

Abdul Fikri Ginting Dkk, "Efektivitas Pelayanan Haji Dan Umrah Dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah," 2021, 167–86.

Ayu Khairul Jannah et al., "Analisis Kualitas Pelayanan (Servqual) Pada Sultan Trip Holidays Bukittinggi Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Umrah" 9 (2025): 27056–66.

Chulaifi M, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Konsumen Jasa Travel Umrah Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Di Surabaya," Jurnal Hasil Penelitian LPPM UNTAG Surabaya 03, no. 01 (2018): 40–54.

Dian Suci Rahmadanty, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh PT. Sela Express Tour and Travel Pekanbaru," 2021, 1–102.

Diana Safitri, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keouasan Jamaah Umroh (Studi Kasus PT Saudi Patria Wisata Metro) Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah," MULTAZAM : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah 1, no. 2 (2021): 80–89.

Dika Ayu Gustari and Dewi Manda Angraini, "Pengaruh Kepercayaan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jemaah Umroh Pada PT. Al Shafwah Wisata Mandiri" 4 (2024): 96–106.

Firda Ishlahul Ummah, "Peran Tour Leader Dalam Upaya Peningkatan Pelayanan," Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis 2, no. 01 (2025): 57.

Handayani, Isnaini, and Afrianty, "Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Pada Toko My Lova Kota Bengkulu)."

Ida Astri et al., "MULTAZAM : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah," Desember 1, no. 2 (2021): 89–98.

Kamila Nisrina, "Multidimensional Phenomena of Hajj: Study of Javanese Pilgrims," Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies 5, no. 1 (2015): 135.

Kukuh Cahyono and Iain Metro, "Strategi Pemasaran Biro Umroh Dan Haji Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Pada Biro Umroh Haji Di Kota Metro)," Desember 1, no. 2 (2021): 113–31.

Maharani, "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah Dan Haji Khusus Di PT. Al-Anshor Madinah Barokah Yogyakarta," Jurnal Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga 6, no. 2 (2020): 257–73.

Nasrun Nazaruddin, Rahmat Hidayat, and Ricco Andreas, "Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari'ah (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir Dan Al Madinah)," Nizham Journal of Islamic Studies 8, no. 01 (2020): 1.

Nazaruddin, Hidayat, and Andreas, "Analisis Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Daya Saing Biro Perjalanan Haji Dan Umroh Prospektif Ekonomi Syari'ah (Studi Pada PT. Makkah Multazam Safir Dan Al Madinah)."

Nirwana Sampara et al., "Jurnal Sosio Sains Pengaruh Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Dimediasi Kepuasan Jama'ah Pada PT. Tiga Bugis Wisata Di Kota Parepare," Journal.Lldikti9.Id/Sosiosains 6, no. 1 (2020): 27–39.

Nur Saimona et al., "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Di Hajar Aswad Mubaroq," Pawarta: Journal of Communication and Da'wah 2, no. 1 (2024): 53–64.

Rusli Effendi Damanik Febi Wulandari, Amir Makhmud Zain Nst, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Jamaah Umroh Terhadap Loyalitas Jamaah Di PT. Gadikah Mandiri Islami Travel Medan," Jurnal Ilmu Manajemen 13, no. 1 (2025): 10–11.

Siti Maysyaroh Tarigan and Rahmat Kurniawan, "Pengaruh Kepercayaan, Customer Experience, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pada PT. Nadhira Berkah Haramain," INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research 4, no. 1 (2024): 6092–6110.

Syafiq Fadlu Rahman, Muchsin Saggaff Shihab, and Hammad Hammad, "Membangun Kepuasan Pelanggan Jamaah Umroh Melalui Aktivitas Komunikasi Pemasaran Dan Persepsi Harga," Jurnal Administrasi Dan Manajemen 13, no. 3 (2023): 294–306.

Syamsiyah, "Strategi Pemasaran Produk Umrah Pada Travel Smarts Umrah Kota Palembang."

Syifa Arisetiawati, Acep Nurlaeli, and Roni Ma, "Indonesian Research Journal on Education Implementasi Manajemen Pelayanan Kepuasan Calon Jamaah Haji Dan Umrah Di PT Utama Al-Fathimiyah Tour Dan Travel Karawang-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)," INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research 4 (2024): 348–52.

Ulfa Rosalina and Tamamudin Tamamudin, "Membangun Loyalitas Dengan Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Pelanggan," JIEF: Journal of Islamic Economics and Finance 1, no. 1 (2021): 1–11.

Zulkifli, Muhammad Arif, and Zulfadli Hamzah, "Analisis Pelayanan Ibadah Umroh Pada Perusahaan Jasa," Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah 5, no. 1 (2022): 62–71.