

**STRATEGI PENINGKATAN LAYANAN JEMAAH PADA TRAVEL HAJI  
DAN UMROH PT ASSHOFWAH CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**



Oleh :

Rifki Maulana Faqih

NIM : D20194027

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
JULI 2025**

**STRATEGI PENINGKATAN LAYANAN JEMAAH PADA TRAVEL HAJI  
DAN UMROH PT ASSHOFWAH CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Manajemen Dakwah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

Oleh :

Rifki Maulana Faqih  
NIM : D20194027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
JUNI 2025**

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

**STRATEGI PENINGKATAN LAYANAN JEMAAH PADA TRAVEL HAJI  
DAN UMROH PT ASSHOFWAH CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri  
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Manajemen Dakwah

Oleh :

Rifki Maulana Faqih  
NIM : D20194027

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Disetujui oleh Pembimbing :



**Zayyinah Haririn, S.Sos.I.,M.Pd.I.**  
**198103012023212017**

**STRATEGI PENINGKATAN LAYANAN JEMAAH PADA TRAVEL HAJI  
DAN UMROH PT ASSHOFWAH CABANG JEMBER**

**SKRIPSI**

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos)  
Fakultas Dakwah  
Program Studi Manajemen Dakwah

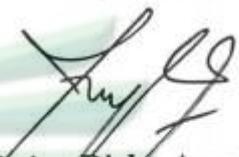
Hari: Rabu  
Tanggal: 25 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua

  
**Aprilya Fitriani, M.M.**  
NIP. 99104232018012002

Sekretaris

  
**Febrina Rizky Agustina, M.Pd**  
NIP. 199502212019032011

Anggota:

1. Dr. H. Sofyan Hadi, M.Pd.

2. Zayyinah Haririn, S.Sos.I., M.Pd.I

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Dakwah

  
**Prof. Dr. Fawazul Umam, M.Ag**  
NIP. 19730227 200003 1 001

## MOTTO

بِهِمَا يَطَّوَّفُ أَنْ عَلَيْهِ جُنَاحٌ فَلَا اِغْتَمَرَ أَوْ الْبَيْتِ حَجَّ فَمَنْ ۖ اللَّهُ شَعَائِرٍ مِنَ وَالْمَرْوَةَ الصَّفَا إِنَّ  
عَلَيْهِمْ شَاكِرٌ اللَّهُ فَإِنَّ خَيْرًا تَطَّوَعٌ وَمَنْ

Artinya : ‘ Sesungguhnya Safa dan Marwah merupakan sebagian syi‘ar (agama) Allah. Maka barangsiapa beribadah haji ke Baitullah atau berumrah, tidak ada dosa baginya mengerjakan sa‘i antara keduanya. Dan barangsiapa dengan kerelaan hati mengerjakan kebajikan, maka Allah Maha Mensyukuri, Maha Mengetahui.. ( QS. Al-Baqarah: 158 ).\*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

---

\* Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Al-Baqarah ayat 158. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

## **PERSEMBAHAN**

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Setiap proses dalam menyelesaikan tugas ini juga berjalan dengan lancar dan mudah berkat kemudahan yang diberikan-Nya. Dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang, skripsi ini dipersembahkan kepada kedua orang tua penulis, Bapak Muhles Rozaki dan Ibu Elfia yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, mendoakan, memberikan dukungan dengan tulus dan penuh kasih sayang. Serta seluruh keluarga besar yang terlibat dalam perjalanan penelitian unuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis juga persembahkan kepada seluruh Keluarga dan para sahabat yang selalu memberikan arti perjuangan dari awal kuliah hingga saat ini dan seluruh masyayikh ashahibul bait Pondok Pesantren Nurul Islam Jember, pengasuh KH. Muhyiddin Abdushomad dan Nyai. Hj. Hodaifah yang mengajarkan ilmu, akhlak dan akidah kepada peneliti selama di pesantren.

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER**

## KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag, M.M selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Prof. Dr. Fawaizul Umam, M.Ag., selaku dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr Imam turmudi, S.Pd.,M.M., selaku kepala jurusan prodi Manajemen Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam
4. Aprilya Fitriani, M.M. selaku Kaprodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Zayyinah Haririn S,Sos.i., M.Pd.,. selaku Dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmunya terhadap penulis dari semester awal hingga semester akhir ini.

7. Bapak dan Ibu Staf TU Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmunya terhadap penulis dari semester awal hingga semester akhir ini.
8. Semua teman-teman MD yang penulis kenal, khususnya orang terdekat penulis yang telah memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Almamater penulis Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
10. Semua pengarang buku dan referensi yang telah penulis gunakan dalam penyusunan serta penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, kritik dan saran diharapkan dari berbagai pihak untuk melengkapi kekurangan-kekurangan skripsi ini. Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah diberikan oleh semua pihak berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah SWT.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 28 Mei 2025

Penulis

## ABSTRAK

Rifki Maulana Faqih,2025 : *Strategi Peningkatan Layanan Jemaah Pada Travel Haji Dan Umroh PT Asshofwah Cabang Jember.*

**Kata Kunci :** Strategi, Layanan Jemaah, Travel Haji dan Umroh

Strategi peningkatan layanan jemaah di travel haji dan umroh idealnya tidak sekadar mengandalkan dimensi fisik dan teknis pelayanan, tetapi juga melibatkan pendekatan *spiritual service excellence*. Oleh karena itu di perlukan pemahaman tentang bagaimana seharusnya pelayanan yang tepat dalam menangani jemaah.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: 1). Bagaimana perencanaan, layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh?2). Bagaimana implementasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh?3) Bagaimana evaluasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh?4)Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi peningkatan layanan jemaah di PT Asshofwah ?

Tujuan penelitian ini adalah: 1). Untuk mengetahui perencanaan, implementasi, evaluasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh 2). Untuk mengetahui evaluasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh 3) Untuk mengetahui evaluasi layanan jemaah yang 4)diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi peningkatan layanan jemaah di PT Asshofwah

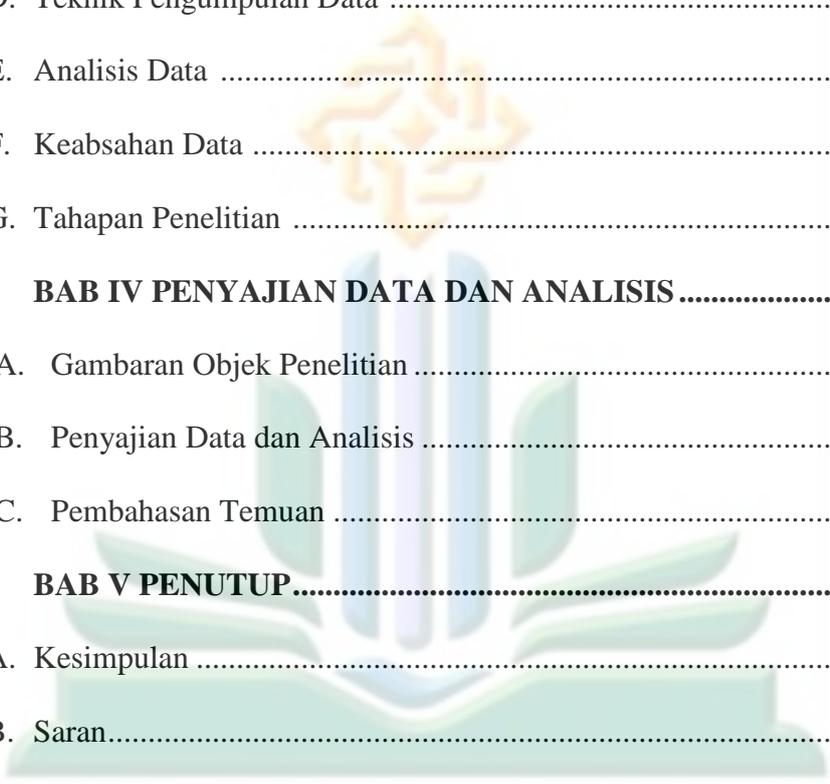
Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini ditentukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk menunjang keberhasilan proses penelitian, adapun teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi dokumen. Keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber.

Peneliti ini memperoleh kesimpulan dalam strategi peningkatan layanan jemaah travel haji dan umroh PT Asshofwah Cabang Jember. Strategi pelayanan yang digunakan oleh PT Asshofwah Cabang Jember yaitu menggunakan strategi pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai spiritual, di mana pelayanan dianggap sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Mengenai analisis SWOT di PT Asshofwah Cabang Jember yaitu: kekuatan (*strength*) Nilai ibadah dan empati sebagai dasar pelayanan, Komunikasi internal yang terbangun melalui forum informal dan koordinasi reguler, Program sosial seperti subsidi voucher umrah yang meningkatkan kepercayaan public dan yang terakhir adalah promosi, kelemahan (*weakness*) meliputi kantor dan pelatihan staf, peluang (*opportunity*) mencakup lokasi yang *strategis* dan pesaing yang minim, hambatan (*treats*) struktur manajemen

## DAFTAR ISI

|   | Hal. |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....              | i    |
| <b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....     | ii   |
| <b>PENGESAHAN TIM PENGUJI</b> .....     | iii  |
| <b>MOTTO</b> .....                      | iv   |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                | v    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....             | vi   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                    | viii |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                 | ix   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....               | xii  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....              | xi   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....          | 1    |
| A. Konteks Penelitian .....             | 1    |
| B. Fokus Penelitian .....               | 5    |
| C. Tujuan Penelitian .....              | 5    |
| D. Manfaat Penelitian .....             | 6    |
| E. Definisi Istilah .....               | 7    |
| F. Sistematika Pembahasan .....         | 8    |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....      | 11   |
| A. Penelitian Terdahulu .....           | 11   |
| B. Kajian Teori .....                   | 22   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....  | 33   |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 33   |

|   |           |
|---|-----------|
| B. Lokasi Penelitian .....                      | 34        |
| C. Subyek Penelitian .....                      | 35        |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                | 36        |
| E. Analisis Data .....                          | 39        |
| F. Keabsahan Data .....                         | 40        |
| G. Tahapan Penelitian .....                     | 41        |
| <b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b> | <b>43</b> |
| A. Gambaran Objek Penelitian .....              | 43        |
| B. Penyajian Data dan Analisis .....            | 51        |
| C. Pembahasan Temuan .....                      | 65        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                      | <b>73</b> |
| A. Kesimpulan .....                             | 73        |
| B. Saran.....                                   | 74        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                     | <b>75</b> |


  
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 JEMBER

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| 1.2 Tabel Perbedaan dan Persamaan ..... | 20 |
| 4.1 Tabel Struktur Organisasi .....     | 47 |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| 4.1 Lokasi PT Asshofwah Cabang Jember .....         | 43 |
| 4.2 Koordinator PT Asshofwah Cabang Jember.....     | 47 |
| 4.3 Kegiatan Jamaah PT Asshofwah Cabang Jember..... | 48 |
| 4.4 Wawancara Bersama Ibu Khodijah.....             | 53 |
| 4.5 Wawancara Bersama Ustad Mascung.....            | 56 |
| 4.6 Wawancara Bersama Ustadah Muawwanah .....       | 58 |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR LAMPIRAN

|                  |    |
|------------------|----|
| Lampiran 1 ..... | 78 |
| Lampiran 2 ..... | 82 |
| Lampiran 3 ..... | 83 |



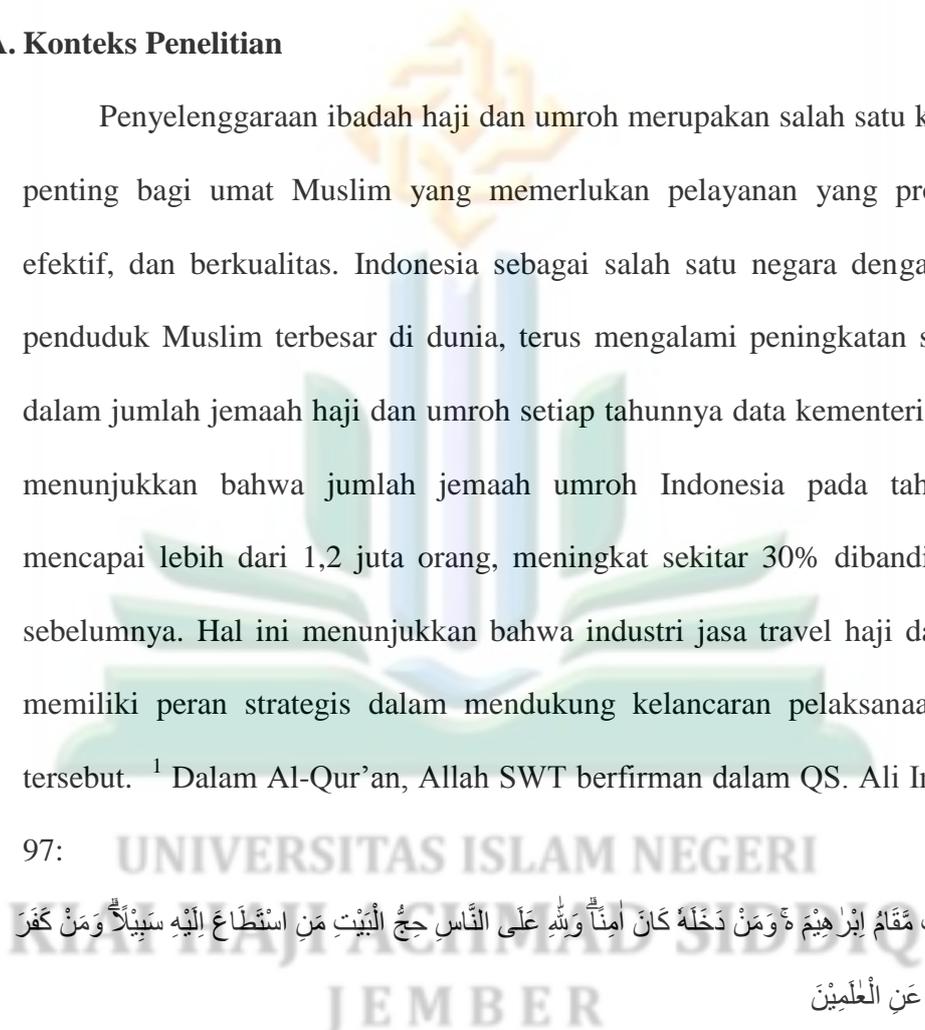
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Penyelenggaraan ibadah haji dan umroh merupakan salah satu kebutuhan penting bagi umat Muslim yang memerlukan pelayanan yang profesional, efektif, dan berkualitas. Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, terus mengalami peningkatan signifikan dalam jumlah jemaah haji dan umroh setiap tahunnya data kementerian agama menunjukkan bahwa jumlah jemaah umroh Indonesia pada tahun 2023 mencapai lebih dari 1,2 juta orang, meningkat sekitar 30% dibanding tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa industri jasa travel haji dan umroh memiliki peran strategis dalam mendukung kelancaran pelaksanaan ibadah tersebut. <sup>1</sup> Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman dalam QS. Ali Imran ayat

97:  فِيهِ آيَةٌ بَيِّنَةٌ مِّمَّا إِبْرَاهِيمَ ؑ وَ مِمَّنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ

فَإِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ عَلِيمٌ

“Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah.”<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia. "Lebih Setahun Dirawat di RS Saudi, Kemenag Kawal Kepulangan Jemaah Umrah ke Tanah Air." Diakses 25 April 2025. <https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/lebih-setahun-dirawat-di-rs-saudi-kemenag-kawal-kepulangan-jemaah-umrah-ke-tanah-air>.

<sup>2</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Ali Imran ayat 97.

Pernyataan ini menegaskan bahwa ibadah haji menempati posisi istimewa dalam ajaran Islam, sehingga proses penyelenggaraannya harus dilakukan secara amanah, profesional, dan mengutamakan kenyamanan jemaah. Untuk menjamin mutu layanan, pemerintah mengatur standar minimal pelayanan melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umroh. Namun demikian, di balik regulasi dan pertumbuhan industri layanan ibadah tersebut, terdapat tanggung jawab moral dan spiritual yang jauh lebih besar, khususnya bagi para penyelenggara jasa haji dan umroh.<sup>3</sup>

Dalam hal ini, sabda Nabi Muhammad menjadi pengingat yang sangat penting akan amanah dalam pelayanan terhadap umat:

“Ya Allah, barangsiapa yang diberi tanggung jawab untuk menangani urusan umatku, lalu ia mempersulit mereka, maka persulitlah hidupnya. Dan barangsiapa yang diberi tanggung jawab untuk mengurus umatku, lalu ia memudahkan urusan mereka, maka mudahkanlah hidupnya.” (HR. Muslim)<sup>4</sup>

Hadis tersebut menegaskan bahwa setiap bentuk pelayanan kepada umat, terlebih lagi dalam konteks ibadah yang agung seperti haji dan umroh, menuntut keikhlasan, tanggung jawab, serta komitmen untuk memberikan kemudahan. Para penyelenggara tidak hanya dituntut untuk mematuhi aturan dan prosedur, namun juga harus menjaga nilai-nilai etik dan spiritual dalam melayani jemaah. Dengan demikian, pelayanan yang baik bukan hanya akan mendatangkan kepuasan dan kelancaran ibadah, tetapi juga mengundang

<sup>3</sup> Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, Lembaran Negara RI Tahun 2019, No. 62.

<sup>4</sup> Muslim ibn al-Hajjaj al-Naysaburi, *Sahih Muslim*, Kitab al-Imarah, Bab: Doa Nabi terhadap orang yang mengurus urusan umat dengan mempersulit atau memudahkan, Hadis no.

keberkahan dan kemudahan dari Allah SWT bagi mereka yang mengemban tugas tersebut dengan amanah.

Dalam Pasal 85 UU tersebut, ditegaskan bahwa penyelenggara perjalanan haji dan umroh (PPIU dan PIHK) wajib memberikan layanan yang aman, nyaman, tertib, dan sesuai prinsip syariat Islam. Dalam teori manajemen pelayanan, kualitas layanan yang optimal dijelaskan melalui model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model ini merumuskan lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).<sup>5</sup>

Konsep *SERVQUAL* menekankan pentingnya konsistensi dan keandalan dalam memberikan layanan yang sesuai harapan pelanggan.<sup>6</sup> Dalam konteks travel haji dan umroh, dimensi *assurance* dan *empathy* memegang peranan penting mengingat mayoritas jemaah berusia lanjut dan membutuhkan pendampingan intensif selama proses ibadah.<sup>7</sup>

Banyak PT Travel Haji dan Umroh yang ada di Indonesia, Khusus nya Di Kabupaten Jember, Peneliti memilih PT Asshofwah Travel Haji Dan Umroh karena Travel yang besar dan sudah lama berdiri, yang memiliki banyak cabang, khususnya di Kabupaten Jember. Namun, dalam praktiknya, PT Asshofwah sebagai salah satu penyelenggara perjalanan haji dan umroh masih

<sup>5</sup> Valarie A. Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (New York: The Free Press, 1990), 23-24.

<sup>6</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 60-62.

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Jakarta: Erlangga, 2012), 498.

menghadapi beberapa tantangan kualitas layanan. Beberapa keluhan jemaah antara lain menyangkut keterlambatan informasi keberangkatan, ketidakpastian jadwal, serta minimnya pembinaan ibadah yang mendalam. Hal ini mengindikasikan perlunya evaluasi menyeluruh dan penerapan strategi peningkatan layanan yang berbasis pada pengelolaan *feedback* secara berkesinambungan.<sup>8</sup> Selain itu, adaptasi terhadap teknologi digital yang masih terbatas di PT Asshofwah juga menjadi kendala dalam menghadirkan layanan yang lebih responsif dan transparan.<sup>9</sup>

Strategi peningkatan layanan jemaah di travel haji dan umroh idealnya tidak sekadar mengandalkan dimensi fisik dan teknis pelayanan, tetapi juga melibatkan pendekatan *spiritual service excellence*. Dalam pendekatan ini, penyelenggara tidak hanya memahami aspek teknis perjalanan, tetapi juga memberikan bimbingan keagamaan yang solutif dan ramah sesuai kebutuhan masing-masing jemaah.<sup>10</sup>

Pendekatan berbasis teknologi menjadi peluang besar, mengingat digitalisasi layanan mampu meningkatkan transparansi, mempercepat akses informasi, serta memperkuat kepercayaan jemaah terhadap penyelenggara.<sup>11</sup> Dengan menggabungkan pendekatan *SERVQUAL* klasik, *spiritual service excellence*, dan *digital service quality*, diharapkan kualitas layanan PT

---

<sup>8</sup> Endang Sugiarto, *Kualitas Pelayanan dalam Industri Jasa Pariwisata* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018), 87.

<sup>9</sup> Sugiarto, *Kualitas Pelayanan dalam Industri Jasa Pariwisata*, 90.

<sup>10</sup> Hasan Iqbal, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 45.

<sup>11</sup> Tjiptono dan Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, 64.

Asshofwah dapat semakin optimal dan menjawab ekspektasi jemaah.<sup>12</sup> Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan layanan jemaah pada PT Asshofwah, dengan fokus pada tiga aspek utama: evaluasi sistem manajemen layanan jemaah, pengukuran tingkat kepuasan jemaah, serta identifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi peningkatan layanan tersebut. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh rekomendasi strategis yang dapat mendukung peningkatan kualitas layanan PT Asshofwah di masa depan, sekaligus meningkatkan kepuasan dan loyalitas jemaah.

#### **B. Fokus Penelitian**

1. Bagaimana perencanaan layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh?
2. Bagaimana implementasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh?
3. Bagaimana evaluasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh?
4. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi peningkatan layanan jemaah di PT Asshofwah?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana perencanaan, implementasi, evaluasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh

2. Untuk mengetahui bagaimana implementasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh
3. Untuk mengetahui bagaimana evaluasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh
4. Untuk mengetahui Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi peningkatan layanan jemaah di PT Asshofwah

### **C. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pelayanan jasa dan manajemen pariwisata religi. Kajian ini dapat memperkaya referensi mengenai penerapan model *SERVQUAL*, *spiritual service excellence*, serta *digital service quality* dalam konteks industri travel haji dan umroh di Indonesia. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pengembangan konsep *quality improvement* yang relevan untuk diterapkan pada sektor jasa keagamaan lainnya.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi PT Asshofwah**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran nyata mengenai kondisi layanan jemaah yang telah diterapkan oleh PT Asshofwah. Melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan

ancaman dalam pelaksanaan layanan, PT Asshofwah dapat menyusun strategi perbaikan dan inovasi layanan yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan dan harapan jemaah.

b. Bagi Pemerintah dan Regulator

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan konstruktif bagi pemerintah, khususnya Kementerian Agama, dalam menyusun kebijakan pembinaan dan pengawasan terhadap PPIU dan PIHK. Temuan terkait tantangan lapangan dan gap kualitas layanan dapat menjadi bahan evaluasi untuk penyempurnaan regulasi atau peningkatan sistem sertifikasi layanan haji dan umroh.

c. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat, khususnya calon jemaah haji dan umroh, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi objektif mengenai pentingnya kualitas layanan travel sebagai salah satu pertimbangan utama dalam memilih penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umroh. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan literasi masyarakat dalam memilih jasa travel yang terpercaya dan berkualitas.

#### **D. Definisi Istilah**

1. Strategi

Strategi adalah suatu tindakan yang sistematis dalam perencanaan kegiatan yang sekarang maupun mendatang. Strategi bisa di anggap berhasil apabila rencana yang sudah di buat , mencapai target sasaran yang sudah di tentukan di awal, maka dari itu strategi dalam suatu organisasi

ataupun suatu Perusahaan sangat lah penting, karena akan mengatur cara kerja yang sesuai dengan visi dan misi.

## 2. Layanan Jemaah

Layanan jemaah adalah seluruh bentuk pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umroh kepada jemaah, mulai dari proses pendaftaran, bimbingan manasik, pengurusan dokumen, pemberangkatan, pelayanan selama di Tanah Suci, hingga kepulangan. Layanan ini mencakup aspek administratif, teknis, spiritual, dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan jemaah.

## 3. Travel Haji dan Umroh

Travel haji dan umroh adalah badan usaha yang secara resmi mendapatkan izin dari Kementerian Agama untuk menyelenggarakan perjalanan ibadah haji khusus (PIHK) dan umroh (PPIU). Dalam penelitian ini, travel yang menjadi fokus kajian adalah PT Asshofwah, salah satu penyelenggara perjalanan haji dan umroh di Indonesia.

## F. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini mengikuti sistematika tertentu yang melibatkan langkah-langkah atau tahapan khusus, yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

### 1. BAB I: Pendahuluan

Isi penelitian ini mencakup konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

## **2. BAB II: Kajian Pustaka**

langkah awal dalam sistematika pembahasan penelitian ini adalah membahas penelitian terdahulu dan kajian teori yang relevan dengan judul skripsi. Pada tahap ini, penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan dan teori-teori yang memiliki kaitan dengan topik skripsi akan dianalisis dan dipresentasikan. Hal ini bertujuan untuk membangun landasan teoritis yang kuat untuk penelitian yang sedang dilakukan, serta menunjukkan kontribusi penelitian terhadap pemahaman dan pengembangan dalam konteks yang lebih luas.

## **3. BAB III: Metode Penelitian**

Berikutnya, metode penelitian membahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

## **4. BAB IV: Penyajian Data dan Analisis**

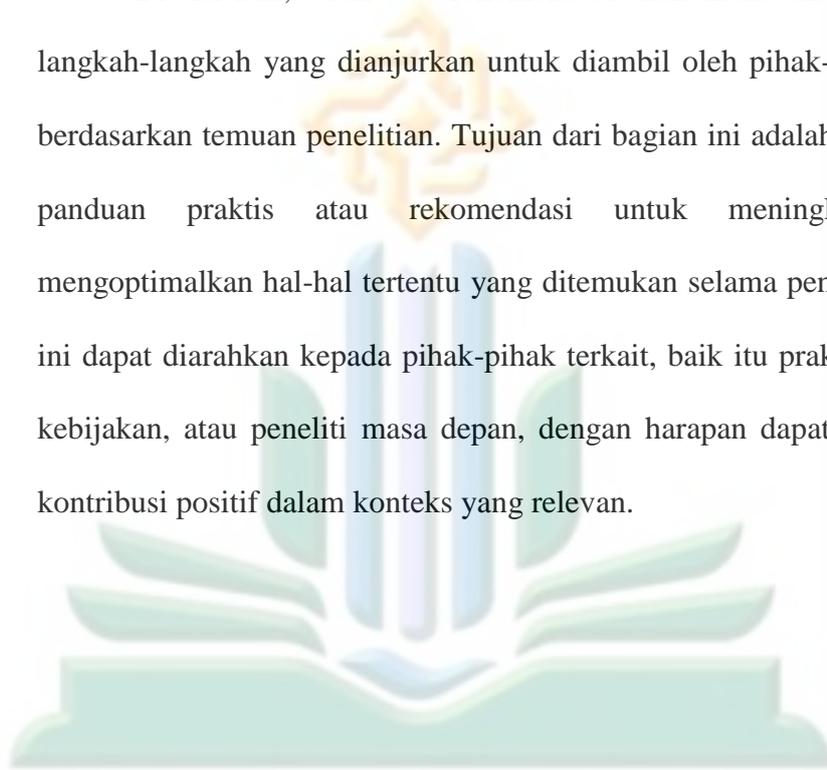
Pada bagian penyajian data dan analisis, terdapat gambaran objek penelitian, presentasi data, analisis data, dan temuan yang ditemukan selama berada di lapangan.

## **5. BAB V: Penutup**

Dalam bab ini, akan disajikan kesimpulan dan saran atau rekomendasi. Kesimpulan akan secara singkat merangkum seluruh temuan penelitian yang relevan dengan fokus penelitian. Kesimpulan ini bertujuan

untuk memberikan gambaran komprehensif tentang hasil-hasil yang ditemukan selama penelitian.

Di sisi lain, saran atau rekomendasi akan melibatkan uraian atau langkah-langkah yang dianjurkan untuk diambil oleh pihak-pihak terkait, berdasarkan temuan penelitian. Tujuan dari bagian ini adalah memberikan panduan praktis atau rekomendasi untuk meningkatkan atau mengoptimalkan hal-hal tertentu yang ditemukan selama penelitian. Saran ini dapat diarahkan kepada pihak-pihak terkait, baik itu praktisi, pembuat kebijakan, atau peneliti masa depan, dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif dalam konteks yang relevan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Tujuan dari adanya penelitian terdahulu adalah untuk digunakan sebagai acuan dan juga agar tidak terjadi plagiasi dalam melaksanakan penelitian. Penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari skripsi dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian. Adapun beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dengan judul "Strategi Pelayanan Biro Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Shafira Tour & Travel Cabang Jember"

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk memahami strategi pelayanan yang digunakan Shafira Tour & Travel Cabang Jember" dalam meningkatkan jumlah jamaah, serta faktor pendukung dan penghambatnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut menerapkan strategi pertumbuhan berdasarkan analisis SWOT untuk meningkatkan jumlah jamaah. <sup>13</sup>Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian ifan lebih berfokus pada strategi peningkatan jumlah konsumen, sedangkan penelitian ini menekankan pada strategi peningkatan layanan jamaah di PT Asshofwah. Dalam penelitian ini,

---

<sup>13</sup> Muhammad Ifan Ubaidillah, "Strategi Pelayanan Biro Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Shafira Tour & Travel Cabang Jember" *Journal of Advanced Da'wah Management Research*, Vol. 2, No. 2 (2023): 139-148. [digilib.uinkhas.ac.id](http://digilib.uinkhas.ac.id)

aspek pelayanan yang lebih baik menjadi kunci untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas jamaah, bukan hanya sekadar strategi rekrutmen.

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, sama-sama membahas strategi dalam industri travel haji dan umroh serta meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan sebuah biro perjalanan dalam mempertahankan dan menarik jamaah.

2. Penelitian dengan judul "Persepsi Konsumen Haji dan Umroh Dalam Memilih PT Ambassador Tour & Travel"

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang mengkaji persepsi konsumen / jamaah secara menyeluruh, seperti penerapan pelayanan yang masih tidak dapat menjangkau kemauan jamaah, dan terfokus dalam peningkatan kualitas layanan sehingga public tidak merasa salah pilih dalam memilih travel.<sup>14</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Eki menitikberatkan pada peningkatan kualitas layanan dalam menjawab persepsi konsumen terhadap PT Ambasadador Tour & Travel.. Sementara itu, penelitian ini lebih luas cakupannya karena tidak hanya membahas pemasaran, tetapi juga strategi peningkatan kualitas layanan jamaah di PT Asshofwah, seperti bimbingan ibadah, kenyamanan perjalanan, dan responsivitas terhadap kebutuhan jamaah.

---

<sup>14</sup>Eki Agustin, "Persepsi Konsumen Haji dan Umroh Dalam Memilih PT Ambassador Tour & Travel" *Jurnal Pendidikan West Science*, Vol 1, No 01 (2023).

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, sama-sama membahas konsep-konsep pelayanan terhadap jamaah

3. Penelitian dengan judul "Analisis Kinerja Pelayanan Ibadah Haji dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif (STUDI KASUS PADA DAQU TRAVEL)".

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif studi kasus yang membahas bagaimana manajemen pelayanan yang diterapkan oleh *DAQU TRAVEL* dapat membangun citra positif terhadap Masyarakat luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan dapat berdampak pada tingkat kepuasan dan loyalitas jamaah dalam memilih destinasi umroh yang ditawarkan.<sup>15</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Hidayah lebih menitikberatkan pada loyalitas jamaah terhadap destinasi umroh tertentu, sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada strategi peningkatan layanan secara menyeluruh di PT Asshofwah, yang mencakup berbagai aspek seperti fasilitas perjalanan, manajemen risiko, serta evaluasi layanan untuk memastikan pengalaman ibadah yang lebih baik bagi jamaah.

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, sama-sama membahas tentang pentingnya pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas jamaah umroh.

4. Penelitian dengan judul "Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Minat jamaah (STUDI PT. AMARA TOUR AND TRAVEL)"

<sup>15</sup> Nurul Hidayah "Analisis Kinerja Pelayanan Ibadah Haji dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif (STUDI KASUS PADA DAQU TRAVEL)", *Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, No. 2 (2022): 180-192

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif studi kasus yang menganalisis strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan minat jamaah yang menggunakan program umroh PT Amara Tour and Travel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Amara Tour and Travel sangat menekankan pendekatan terpadu antara promosi digital dan konvensional. Pada aspek digital, perusahaan memanfaatkan media sosial untuk membangun citra positif, menyampaikan informasi paket, serta membagikan dokumentasi spiritual yang menyentuh sisi emosional calon jamaah..<sup>16</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Rida Tiana, Tamyis & M. Feri Fernadi berfokus pada strategi pemasaran dengan bauran pemasaran dalam peningkatan minat jamaah dengan cara menekankan pendekatan terpadu antara promosi digital dan konvensional

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, sama-sama membahas strategi dalam meningkatkan jumlah jamaah dengan mempertimbangkan aspek pemasaran dan layanan .

5. Penelitian dengan judul " Analisis Strategi Survival Pada Bisnis Travel Haji dan Umrah Saat Pandemi Covid-19 Di Shafira Tour & Travel "

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh

<sup>16</sup> Rida Tiana, Tamyis & M. Feri Fernadi, " Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Minat jamaah (STUDI PT. AMARA TOUR AND TRAVEL)", *Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences (MJRS)*, No. 2 (2024).  
 digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Shafira Tour & Travel di era pandedmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mementingkan kualitas manajemen yang ada dan harus berani *survive* di era gempuran pandemi yang menyerang.<sup>17</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Azrul Afrillana Awaludin dan Ahmad Khairul Hakim menitikberatkan pada strategi manajemen untuk mempertahankan di era pandemi, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi peningkatan kualitas layanan jama'ah yang sudah ada di PT. Asshofwah, dengan tujuan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka.

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, sama-sama membahas pentingnya manajemen yang baik dalam industri travel haji dan umroh serta meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan sebuah biro perjalanan dalam mempertahankan dan menarik jama'ah.

6. Penelitian dengan judul “Implementasi Manajemen Pelayanan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Utama Al-Fathimiyah Tour dan Travel Karawang”

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui manajemen pelayanan yang diterapkan oleh PT Utama Al-Fathimiyah Tour dan Travel Karawang. Hasil penelitian

---

<sup>17</sup> Syifa Arisetiawati, Acep Nurlaeli dan Sya'roni Ma'sum “Implementasi Manajemen Pelayanan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Utama Al-Fathimiyah Tour dan Travel Karawang”, Indonesian research journal on education, No. 4 (2024) : 348-352

menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mementingkan kualitas manajemen yang ada agar memenuhi standar kepuasan Jemaah.<sup>18</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Syifa Arisetiawati, Acep Nurlaeli dan Sya'roni Ma'sum ini terfokus pada sistem manajemen dan penekanannya ada pada kepuasan calon jamaah

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, Sama-sama membahas tentang strategi pelayanan terhadap jamaah dan penelitian ini lebih terfokuskan

7. Penelitian dengan judul “Analisa Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah dalam Membangun Citra Positif PT- Riyadhuljannah Tour & Travel, Pandeglang”

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui analisa pelayanan yang diterapkan oleh PT- Riyadhuljannah Tour & Travel, Pandeglang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mementingkan kualitas layanan yang ada agar meningkatkan citra positif .<sup>19</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Umu Atiah ini terfokuskan pada bagaimana cara penerapan

---

<sup>18</sup>Syifa Arisetiawati, Acep Nurlaeli dan Sya'roni Ma'sum “Implementasi Manajemen Pelayanan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Utama Al-Fathimiyah Tour dan Travel Karawang” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, No. 4 (2023)

<sup>19</sup>Umu Atiah “Analisa Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah dalam Membangun Citra Positif PT- Riyadhuljannah Tour & Travel, Pandeglang” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, No. 4 (2023).

Citra positif dari layanan jamaah, dan penekanannya ada pada Pelayanan dan strategi promosi

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, Sama-sama mengkaji strategi peningkatan mutu layanan agar tercipta kepercayaan dan kepuasan jamaah.

8. Penelitian dengan judul “Efektivitas Manajemen Pelayanan Jamaah Haji dan Umroh PT Dallas Travel Sukabumi”

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui manajemen pelayanan yang diterapkan oleh PT Dallas Travel Sukabumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mementingkan kualitas manajemen yang di dasari kepatuhan & *efektivitas regulative*.<sup>20</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Hikmat Purnama ini terfokuskan pada bagaimana cara Efektivitas layanan sesuai standar Kemenag, dan penekanannya ada pada penerapan layanan standar kemenag

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, Sama-sama membahas tentang eektivitas layanan yang sesuai dengan SOP yang berlaku

9. Penelitian dengan judul “Analisis Optimasi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tour dan Travel di Masa Pandemi ( study kasus pada PT Hijrah Istiqomah Tour)”

<sup>20</sup>Hikmat Purnama “Efektivitas Manajemen Pelayanan Jamaah Haji dan Umroh PT Dallas Travel Sukabumi”, *Journal of social science research*, No. 3 (2024).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif Studi Kasus yang bertujuan untuk mengetahui Optimasi *Digital Marketing* yang diterapkan oleh PT Hijrah Istiqomah Tour Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mementingkan trobosan baru melalui *Digital Marketing* dalam meningkatkan jumlah konsumen.<sup>21</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Cory chayati, Rachman upe dan Abbas thaha ini terfokuskan pada Fokus penelitian ini lebih mengedepankan *Digital Marketing* sebagai strategi pemasaran , sedangkan penekanannya suatu trobosan dari *tour & travel* dalam menghadapi pandemi.

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, Sama-sama membahas tentang strategi dalam industry travel haji dan umrah dalam mempertahankan kualitas sesuai dengan SOP.

10. Penelitian dengan judul “Manajemen media Auliya Tour & Travel dalam menarik minat jamaah haji dan umrah di Kabupaten Asahan”

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui Manajemen Media yang diterapkan oleh Auliya Tour & Travel Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan

---

<sup>21</sup>Cory chayati, Rachman upe dan Abbas thaha “Analisis Optimasi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tour dan Travel di Masa Pandemi ( study kasus pada PT Hijrah Istiqomah Tour)” *Jurnal ilmiah ekonomi manajemen dan bisnis*, No. 3 (2023): 169-181

tersebut mementingkan trobosan baru melalui Media promosi dalam meningkatkan ketertarikan jamaah.<sup>22</sup>

Terdapat perbedaan yang ditemukan pada penelitian ini, yaitu penelitian Faisal fahni ini terfokuskan pada media promosi yang di terapkan, sedangkan penekanannya ada pada ketertarikan Jemaah .

Sedangkan persamaannya dengan penelitian yang diteliti, Sama-sama membahas tentang travel haji dan umroh dalam pengelolaan strategi promosinya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki perbedaan dan persamaan dengan penelitian sebelumnya. Persamaannya adalah sama-sama membahas industri travel haji dan umroh serta strategi dalam meningkatkan jumlah jamaah dan kepuasan layanan. Namun, penelitian ini lebih berfokus pada strategi peningkatan layanan secara menyeluruh di PT Asshofwah, sehingga dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan layanan perjalanan ibadah haji dan umroh dengan pendekatan yang lebih komprehensif.

---

<sup>22</sup>Faisal fahmi “Manajemen media Auliya Tour & Travel dalam menarik minat jamaah haji dan umrah di Kabupaten Asahan”, *Journal of social community*, No. 8 (2023): 284-294.

**Tabel 1.2**  
**Perbedaan dan Persamaan**

| No | Nama, Tahun, Judul  | Perbedaan   | Persamaan  |
|----|---|---|--|
| 1  | Muhammad Ifan Ubaidillah, 2023<br><i>''Strategi Pelayanan Biro Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Shafira Tour &amp; Travel Cabang Jember''</i> | Penelitian ini berfokus pada strategi pelayanan, sedangkan penelitian ini lebih menitikberatkan pada strategi peningkatan jumlah konsumen.          | Sama-sama membahas strategi dalam industri travel haji dan umroh serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan biro perjalanan. |
| 2  | Eki Agustin, 2023<br><i>"Persepsi Konsumen Haji dan Umroh Dalam Memilih PT Ambassador Tour &amp; Travel"</i>  | Penelitian ini menitikberatkan pada keluhan Jemaah terhadap travel. Sedangkan penelitian ini membahas persepsi konsumen / jamaah secara menyeluruh. | Sama-sama membahas tentang pentingnya layanan yang baik dan benar sesuai dengan keinginan Jemaah dan SOP yang berlaku                |
| 3  | Nurul Hidayah, 2024<br><i>" Analisis Kinerja Pelayanan Ibadah Haji dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif (STUDI KASUS PADA DAQU TRAVEL) "</i>                   | Fokus pada peningkatan kinerja staf pelayanan dan titik berat di penelitian ini membahas tentang membangun citra positive di hadapan public         | Sama-sama membahas pentingnya pelayanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas jamaah umroh.                                      |
| 4  | Rida Tiana, Tamyis & M. Feri Fernadi, 2024<br><i>" Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Minat</i>  | Fokus pada strategi pemasaran dengan perbandingan beberapa media sedangkan penelitian ini lebih menekankan minat Jemaah                             | Sama-sama membahas strategi dalam meningkatkan jumlah jamaah dalam menggunakan travel haji dan umroh.                                |



|    |   |   |  |
|----|---|---|--|
|    | <i>Dallas Travel Sukabumi</i>   | penerapan layanan standar kemenag   |  |
| 9  | Cory chayati,<br>Rachman upe,<br>Abbas thaha,<br>“ <i>Analisis Optimasi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tour dan Travel di Masa Pandemi ( study kasus pada PT Hijrah Istiqomah Tour)</i> ” | Fokus penelitian ini lebih mengedepankan <i>Digital Marketing</i> sebagai strategi pemasaran , sedangkan penekanannya suatu trobosan dari <i>tour &amp; travel</i> dalam menghadapi pandemi | Sama-sama membahas tentang strategi dalam industry travel haji dan umrah dalam mempertahankan kualitas sesuai dengan SOP |
| 10 | Faisal Fahmi, 2023<br>“ <i>Manajemen media Auliya Tour &amp; Travel dalam menarik minat jamaah haji dan umrah di Kabupaten Asahan</i> ”   | Penelitian ini terfokuskan terhadap media promosi yang di terapkan, sedangkan penekanannya ada pada ketertarikan Jemaah   | Sama-sama membahas tentang travel haji dan umroh dalam pengelolaan strategi promosinya                                   |

## B. Kajian Teori

### 1. Pengertian Strategi.

Menurut Mintzberg mengatakan strategi dapat dilihat dari lima perspektif: sebagai rencana (*plan*) pola (*pattern*) posisi (*position*) perspektif (*perspective*) dan permainan tipu (*ploy*). Strategi sebagai *plan* bisa di artikan sebagi arah atau panduan yang digunakan untuk mencapai tujuan, dalam manajemen layanan istilah strategi menjadi dasar untuk merancang sistem pelayanan yang unggul dan *kompetitif*.

Dalam bidang layanan strategi bisa di artikan sebagai sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi, melalui 3 faktor yaitu *formulasi*, *implementasi* dan *evaluasi* yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Dalam konteks jasa, termasuk travel haji dan umrah, strategi pelayanan mencakup 3 dimensi<sup>23</sup>:

1. Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM),
2. Penguatan komunikasi dengan pelanggan,
3. Pengembangan layanan berbasis nilai dan kepercayaan.

Strategi layanan dapat diimplementasikan dalam bentuk peningkatan kualitas pelayanan (*service excellence*), pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan pendekatan spiritual sebagai keunikan dalam layanan travel haji dan umrah.

Proses manajemen strategis berpedoman pada pemahaman yang mendalam dan utuh tentang pasar, lingkungan eksternal, dan kompetisi.

Berikut ini tiga proses penerapan manajemen strategis dalam bisnis.

## **2. Tahapan Strategi**

### **1. Tahap Formulasi**

Membuat misi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal, serta mengambil keputusan strategis pilihan termasuk kegiatan yang dilakukan pada tahap formulasi.

<sup>23</sup> Fred R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases*, 13th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2011), 5.

## 2. Tahap Implementasi

Pada tahap ini Anda harus menentukan sasaran tujuan, mengelola kebijakan dan semua sumber daya, serta memotivasi pegawai. Membangun kultur yang mendukung strategi dan menciptakan struktur organisasi yang efektif pun termasuk ke dalam tahap implementasi.

## 3. Tahap Evaluasi

Ada tiga kegiatan utama pada tahap evaluasi yaitu menganalisis semua faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja, serta menentukan tindakan perbaikan. Tahap evaluasi diperlukan untuk mencermati sukses tidaknya strategi yang diterapkan. Evaluasi sangat diperlukan agar strategi perusahaan Anda bisa beradaptasi dengan baik pada setiap perubahan internal dan eksternal.

## 3. Kepuasan Pelanggan

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan travel haji dan umroh antara lain:<sup>24</sup>

- 1) Kualitas Layanan (*Service Quality*) Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kualitas layanan ditentukan oleh lima dimensi utama, yaitu:
  - a) *Reliability* (Keandalan): Kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan.

<sup>24</sup> Arman Syah, *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 111

- b) *Responsiveness* (Daya Tanggap): Kesigapan dalam merespons permintaan, pertanyaan, atau keluhan pelanggan.
- c) *Assurance* (Jaminan): Pengetahuan, keterampilan, serta kepercayaan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan.
- d) *Empathy* (Empati): Kemampuan untuk memahami dan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan.
- e) *Tangibles* (Bukti Fisik): Fasilitas, perlengkapan, serta tampilan fisik yang mencerminkan profesionalisme penyedia layanan.

2) Persepsi Nilai (*Perceived Value*) : Persepsi nilai mengacu pada perbandingan antara manfaat yang diterima pelanggan dengan biaya yang mereka keluarkan. Pelanggan cenderung merasa puas jika mereka mendapatkan layanan berkualitas dengan harga yang sepadan atau lebih rendah dari ekspektasi mereka.

3) Ekspektasi Pelanggan : Ekspektasi pelanggan terhadap layanan travel haji dan umroh dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman sebelumnya, komunikasi dari penyedia layanan, serta rekomendasi dari keluarga, teman, atau sumber lain. Jika layanan yang diterima sesuai atau melebihi ekspektasi, maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

4) Emosi dan Loyalitas Pelanggan : Faktor emosional juga memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan. Pengalaman yang menyenangkan dan bebas dari hambatan akan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap penyedia layanan. Pelanggan yang puas tidak hanya akan kembali menggunakan layanan tersebut di masa depan tetapi juga cenderung merekomendasikan kepada orang lain.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dalam layanan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas layanan, persepsi nilai, ekspektasi pelanggan, serta aspek emosional dan loyalitas. Kualitas layanan yang tinggi, ditandai dengan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan pelanggan. Selain itu, persepsi nilai yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, serta kesesuaian antara layanan yang diterima dengan ekspektasi pelanggan, turut menentukan tingkat kepuasan mereka. Lebih lanjut, pengalaman emosional yang positif akan memperkuat loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali menggunakan layanan serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Dengan memahami dan mengoptimalkan faktor-faktor ini, penyedia layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat daya saing di industri travel haji dan umroh.

#### 4. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik

Kualitas pelayanan publik dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya:<sup>25</sup>

##### a. Faktor Personal

Faktor personal dalam pelayanan publik mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan motivasi pegawai dalam menjalankan tugasnya. Pegawai yang memiliki pengetahuan yang baik tentang prosedur layanan, regulasi, serta kebutuhan pengguna layanan akan lebih mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Selain itu, keterampilan dalam berkomunikasi, menyelesaikan masalah, dan bekerja secara profesional juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Motivasi yang tinggi, baik yang bersumber dari faktor internal maupun eksternal, akan mendorong pegawai untuk memberikan pelayanan terbaik dengan penuh dedikasi dan tanggung jawab.

##### b. Faktor Kepemimpinan

Kepemimpinan dalam organisasi pelayanan publik berperan penting dalam memberikan dorongan, arahan, serta inspirasi kepada staf dalam menjalankan tugasnya. Seorang manajer yang efektif harus mampu menciptakan visi yang jelas, menetapkan standar pelayanan yang tinggi, serta memberikan dukungan moral dan materiil kepada pegawai. Selain itu, kepemimpinan

---

<sup>25</sup> Muhammad Fitri Rahmadana et al., *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik di Era Digitalisasi* (Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm.128

yang baik juga mampu membangun budaya kerja yang positif, mendorong inovasi dalam pelayanan, serta memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki rasa tanggung jawab terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat.

c. Faktor Sistem

Faktor sistem dalam pelayanan publik mencakup infrastruktur, prosedur, dan budaya kerja dalam organisasi yang mendukung kelancaran layanan. Infrastruktur yang memadai, seperti teknologi informasi yang canggih dan sarana pelayanan yang nyaman, dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pemberian layanan. Prosedur yang jelas dan standar operasional yang baik akan memastikan bahwa setiap layanan diberikan dengan konsisten dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Selain itu, budaya kerja yang berorientasi pada kepuasan pengguna layanan akan menciptakan lingkungan kerja yang lebih profesional dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

d. Faktor Kontekstual

Faktor kontekstual meliputi perubahan lingkungan eksternal dan internal yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan publik. Faktor eksternal, seperti perkembangan teknologi, regulasi pemerintah, serta ekspektasi masyarakat yang semakin tinggi, menuntut organisasi untuk selalu beradaptasi dan melakukan

inovasi dalam layanannya. Sementara itu, faktor internal, seperti restrukturisasi organisasi, perubahan kebijakan internal, dan dinamika tenaga kerja, juga dapat memengaruhi efektivitas layanan. Oleh karena itu, organisasi perlu memiliki strategi yang fleksibel dan responsif agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi serta tetap memberikan layanan yang optimal kepada masyarakat.

Dari uraian diatas dapat kita ketahui bahwa dalam konteks travel haji dan umroh, faktor-faktor ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan kepuasan jemaah. Sebuah strategi pelayanan yang baik harus memperhatikan kompetensi SDM, infrastruktur layanan, serta sistem kerja yang efisien agar pelayanan lebih optimal.

## **5. Haji dan Umroh**

### **A. Pengertian Haji dan Umroh**

Ibadah haji merupakan Rukun Islam kelima setelah Syahadat, Shalat, Zakat, dan Puasa di bulan Ramadhan. Ibadah haji juga sering dinyatakan sebagai penyempurna Rukun Islam. Hal ini mengandung isyarat bahwa Ibadah Haji merupakan puncak dari jenjang Rukun Islam. Jika Rukun Islam merupakan jenjang latihan atau tangga yang harus dilalui untuk mencapai “keselamatan” sesuai yang dikehendaki oleh Allah SWT,

maka Ibadah Haji sebagai puncaknya, memuat empat training rukun Islam sekaligus.<sup>26</sup>

Pada ibadah haji memuat latihan lisan (syahadat) supaya menjadi lisan benar, memuat latihan jasmani-ruhani melalui ucapan dan gerakan shalat supaya ucapan dan perbuatannya senantiasa benar, memuat latihan mencapai kecerdasan material semangat menggapai karunia Allah dan menggunakannya dengan benar di jalan Allah, dan memuat latihan mengelola hawa nafsu supaya tunduk kepada suara kebenaran sebagaimana disuarakan hati nurani

Umrah secara bahasa berarti *ziarah* dan secara istilah umrah adalah ibadah yang dilakukan dengan mengunjungi Ka'bah (Baitullah) di luar waktu haji, dengan melaksanakan serangkaian amalan tertentu yaitu ihram, thawaf, sa'i, dan tahallul.<sup>27</sup>

menurut Imam Syafi'I dan Imam Ahmad. hukum umroh itu bagi umat islam Wajib sekali seumur hidup dan sedangkan Imam Malik dan Abu Hanifah hukum umroh itu sunah *muakadah* yaitu amalan sunnah yang sangat dianjurkan dalam Islam. Amalan ini memiliki kedudukan yang lebih tinggi dari sunnah biasa (ghairu muakkad) karena sangat ditekankan oleh Rasulullah SAW. Meskipun tidak wajib, meninggalkannya tanpa alasan yang kuat dianggap kurang baik.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Noor Hamid, *Manajemen Haji dan Umrah: Mengelola Perjalanan Tamu ALLAH ke Tanah Suci*, (Yogyakarta: Semesta Aksara, 2020), 3.

<sup>27</sup> Yusuf Al-Qaradhawi. *Fiqh Ibadah*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2024), 51.

<sup>28</sup> Sayyid Sabiq. *Fiqh Sunnah Jilid 5*. (Bandung: Al-Ma'arif, 2022), 23.

## B. Asas, Tujuan Penyelenggaraan Haji dan Umrah

Asas Penyelenggaraan Haji dan Umrah Dalam undang-undang nomor 8 tahun 2019 tentang penyelenggaraan ibadah Haji dan Umrah pasal 2 disebutkan bahwa penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah berasaskan: syariat, amanah, keadilan, kemaslahatan, kemanfaatan, keselamatan, Keamanan, profesionalitas, transparansi, dan akuntabilitas. Penjelasan dari azas tersebut adalah sebagai berikut;<sup>29</sup>

- 1) Asas Syariat, bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah dilaksanakan berdasarkan hukum agama Islam.
- 2) Asas amanah adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.
- 3) Asas keadilan adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah berpegang pada kebenaran, tidak berat sebelah, tidak memihak, dan tidak sewenang-wenang.
- 4) Asas kemaslahatan adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah harus dilaksanakan demi kepentingan jemaah.
- 5) Asas kemanfaatan adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah dilaksanakan demi memberikan manfaat kepada jemaah
- 6) Asas keselamatan adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah harus dilaksanakan demi keselamatan jemaah.

<sup>29</sup> Noor Hamid, *Manajemen Haji dan Umrah: Mengelola Perjalanan Tamu ALLAH ke Tanah Suci*, (Yogyakarta: Semesta Aksara, 2020 ), 35.

- 7) Asas keamanan adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah harus dilaksanakan dengan tertib, nyaman, dan aman guna melindungi jemaah.
- 8) Asas profesionalitas adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah harus dilaksanakan dengan mempertimbangkan keahlian para pengelolanya.
- 9) Asas transparansi adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah dilakukan secara terbuka dan memudahkan akses masyarakat untuk memperoleh informasi terkait dengan Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, pengelolaan keuangan, dan aset.
- 10) Asas akuntabilitas adalah bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah dilakukan dengan penuh tanggung jawab baik secara etik maupun hukum. (Penjelasan atas UU RI No.8 Tahun 2019, Tentang Penyelenggaraan Haji dan Umrah)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

##### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif, karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan, khususnya terkait strategi peningkatan layanan jemaah pada perusahaan travel haji dan umroh. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menelaah makna di balik tindakan, proses, dan kebijakan yang dijalankan oleh perusahaan. Sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono “Metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.”

Penelitian ini bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna dari sudut pandang subjek lebih di tonjolkan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, laporan penelitian kualitatif disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta menunjukkan ciri-ciri alamiahnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan induktif merupakan strategi yang tepat untuk mendalami dan memahami secara utuh strategi

peningkatan layanan jemaah pada PT Asshofwah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang kaya dan bermakna untuk dianalisis secara mendalam sesuai dengan tujuan penelitian.

## 2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Asshofwah, sebuah perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umroh yang beralamat di Dusun Kerajan, RT/RW 004/001, Desa Tempurejo, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur.<sup>30</sup> Lokasi ini dipilih karena PT Asshofwah merupakan salah satu biro perjalanan haji dan umroh yang aktif dalam memberikan pelayanan kepada jemaah, serta memiliki sistem layanan yang cukup sistematis dan menarik untuk dikaji secara mendalam. Keberadaan perusahaan ini di daerah yang tidak termasuk pusat kota juga menjadi daya tarik tersendiri dalam melihat bagaimana strategi pelayanan dikembangkan dalam konteks lokal.

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan dan fokus penelitian. Lokasi ini dianggap mampu memberikan informasi yang kaya, mendalam, dan kontekstual terkait strategi peningkatan layanan jemaah. Sejalan dengan pendapat Sugiyono “Penentuan lokasi penelitian dalam penelitian kualitatif dilakukan secara purposive, yaitu lokasi yang dipilih karena dianggap paling menguntungkan untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam.” Dengan demikian, PT Asshofwah dipilih sebagai

<sup>30</sup> Google Maps, “PT Asshofwah,” diakses 5 April 2025, <https://www.google.com/maps/place/PT+Asshofwah>.

lokasi utama karena dianggap representatif untuk menjawab permasalahan penelitian.

Kesimpulannya, lokasi penelitian di PT Asshofwah, Kabupaten Jember, dipilih secara purposive karena dinilai mampu memberikan data yang relevan dan komprehensif untuk menggambarkan strategi peningkatan layanan jemaah. Waktu penelitian yang dilaksanakan selama empat bulan dirancang untuk mencakup seluruh proses penelitian mulai dari persiapan hingga pelaporan, sesuai dengan prinsip-prinsip penelitian kualitatif menurut Sugiyono.

### 3. Subyek Penelitian

Subyek penelitian yang dimaksudkan yaitu melaporkan jenis data dan sumber data. Penentuan subjek penelitian yang digunakan peneliti adalah *purposive*, yaitu penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.<sup>31</sup>

Untuk menentukan subyek penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive*. *Purposive* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, pengambilan sampel yang dianggap tahu tentang PT Asshofwah Cabang Jember. Dengan demikian, subyek penelitian melalui pertimbangan tersebut sebagai berikut:

1. Pimpinan PT Asshofwah Cabang Jember
2. Staf Pelayanan PT Asshofwah Cabang Jember
3. Jemaah yang menggunakan layanan dari PT Asshofwah Cabang Jember

---

<sup>31</sup> Ade Heryana. Informan dan Informan dalam Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Rajawali Pres, 2018), hlm. 4.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu<sup>32</sup>

##### a. Observasi

Teknik pertama yang digunakan adalah observasi, yakni pengamatan langsung terhadap aktivitas pelayanan dan operasional di lingkungan PT Asshofwah. Observasi dilakukan secara partisipatif dan non-partisipatif untuk mendapatkan gambaran nyata tentang bagaimana strategi pelayanan diterapkan dalam praktik sehari-hari. Melalui observasi, peneliti dapat mencatat perilaku, situasi, serta interaksi yang terjadi antara staf dan jemaah, yang tidak selalu dapat terungkap dalam wawancara.

Observasi disini peneliti langsung terjun ke Lokasi penelitian, dalam hal ini peneliti melakukan observasi secara menyeluruh sebagai bahan untuk pengumpulan data yang ke dua yaitu wawancara

Dalam penelitian observasi dilakukan untuk mencari informasi tentang Strategi peningkatan layanan Jemaah pada travel haji dan umroh PT Asshofwah Cabang Jember melakukan beberapa pertanyaan atau menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan suatu informasi yang diperlukan:

- a. Strategi yang digunakan PT Asshofwah Cabang Jember
- b. Melakukan pengamatan tentang PT Asshofwah Cabang Jember
- c. Mengetahui proses secara pelayanan di PT Asshofwah Cabang Jember
- d. Menggali informasi mengenai PT Asshofwah Cabang Jember

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang kedua adalah wawancara, yang dilakukan secara langsung dengan narasumber yang telah dipilih secara purposive. Narasumber dalam penelitian ini meliputi pimpinan PT Asshofwah, staf bagian pelayanan, dan beberapa jemaah yang pernah menggunakan layanan dari perusahaan tersebut. Wawancara dilakukan secara terbuka dan fleksibel untuk memungkinkan peneliti menggali informasi secara rinci mengenai strategi pelayanan yang diterapkan. Dengan wawancara ini, diperoleh pemahaman mendalam terkait pengalaman, persepsi, dan tanggapan para pihak terhadap pelayanan jemaah.

Wawancara disini peneliti menargetkan beberapa target, yaitu Pimpinan PT Asshofwah, staf pelayanan ( koordinator ), Jemaah yang sudah berangkat dan Jemaah yang masih proses

menabung, hal ini di lakukan secara langsung dan di waktu yang berbeda beda

Dari hasil wawancara dengan narasumber peneliti terfokus terkait strategi peningkatan layanan:

- a. Bagaimana perencanaan, evaluasi, implementasi layanan.
- b. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan.
- c. Studi Dokumen

Teknik ketiga adalah Studi Dokumen, yaitu pengumpulan data melalui berbagai dokumen pendukung yang relevan dengan fokus penelitian. Dokumen yang digunakan antara lain laporan kegiatan, foto dokumentasi, brosur layanan, struktur organisasi, serta arsip administratif perusahaan. Dokumentasi berfungsi sebagai bahan pelengkap dan penguat terhadap data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, sekaligus sebagai verifikasi terhadap informasi yang dikumpulkan sebelumnya.

Dokumentasi disini meliputi kegiatan-kegiatan yang di lakukan PT. Asshofwah, proses observasi serta Ketika proses wawan cara, dan beberapa dokumen pendukung, seperti panflet, jadwal pemberangkatan , browsur dan juga yang lain-lain yang ada di Lokasi.

Adapun dokumentasi yang diperoleh:

- a. Profil lembaga
- b. Kegiatan lembaga
- c. Foto kegiatan

## 5. Analisis Data

Pada bagian ini, peneliti menggunakan berbagai metode untuk mengelola data dalam penelitian kualitatif. Proses ini melibatkan seleksi, penyaringan, dan klasifikasi data. Analisis data dilakukan selama pengumpulan data dan setelahnya dalam periode waktu tertentu. Selama wawancara, peneliti menganalisis pertanyaan dan jawaban dari para informan. Jika jawaban yang diberikan masih kurang memadai setelah analisis awal, peneliti dapat melanjutkan dengan mengajukan pertanyaan tambahan untuk mendapatkan data yang lebih dapat dipercaya.<sup>33</sup>

### 1. Kondensasi Data

Kondensasi data merupakan proses memfokuskan, menyeleksi, dan mentransformasi yang muncul di catatan lapangan secara tertulis, dokumen-dokumen, transkrip data temuan lainnya.

Kondensasi data berlangsung sepanjang umur proyek kualitatif dan dimulai sebelum data dikumpulkan secara nyata. Kondensasi data bersifat antisipatif saat peneliti membuat kerangka konseptual, kasus, pertanyaan, dan pendekatan pengumpulan data. Langkah selanjutnya adalah survei ringkasan, pengkodean, pengembangan topik, pembuatan kategori, dan analisis memo survei. Proses kondensasi data terus

berlanjut setelah penelitian lapangan selesai hingga laporan akhir selesai disusun.

## 2. Penyajian Data

Penyajian data dapat berupa deskripsi deskriptif. Penyajian yang baik akan menjadi cara penting bagi peneliti untuk melakukan observasi kualitatif. Dalam penelitian ini, penyajian data menggunakan bentuk uraian teks naratif untuk menjelaskan dan mendeskripsikan hasil temuan tentang pola komunikasi yang terjadi. Melalui penyajian ini penelitian akan terorganisir dan dapat dijadikan pengambilan kesimpulan.

## 3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan menurut Miles dan Huberman merupakan bahwa kesimpulan awal yang disajikan masih bersifat tentatif dan akan berubah, kecuali ditemukan bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan wawasan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Hasil penelitian dapat berupa deskripsi objek yang sebelumnya redup atau gelap pada gambar untuk kejelasan setelah diteliti.

## 4. Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan sebagai bukti dari penelitian ini benar-benar merupakan penelitian ilmiah serta untuk menguji data yang

diperoleh. Keabsahan data yang dipilih oleh peneliti dalam proses triangulasi adalah sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber berarti mendapatkan data dari berbagai sumber yang berbeda dengan menggunakan teknik yang sama.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini peneliti melakukan verifikasi data dengan memeriksa beberapa sumber. Selain kepala pengelola sebagai sumber utama terdapat juga beberapa sumber data sekunder yang dieksplorasi.

Dalam hal ini, peneliti mewawancarai masing-masing informan secara terpisah mengenai topik-topik yang sama, seperti Perencanaan, implementasi dan sevaluasi mengenai startegi pelayanan, jenis kegiatan, dan tantangan yang dihadapi. Peneliti kemudian membandingkan jawaban dari para informan untuk mengetahui sejauh mana konsistensi informasi yang disampaikan. Langkah ini bertujuan untuk memperkuat kredibilitas data, serta memastikan bahwa temuan penelitian tidak hanya berdasarkan pada satu sudut pandang tertentu.

## 7. Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian bertujuan untuk menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya sampai pada penulisan laporan.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 155

<sup>35</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, IAIN Jember Press.

1. Tahap pra penelitian lapangan
  - a. Menemukan permasalahan yang ada di lokasi
  - b. Menyusun rencana penelitian
  - c. Mengurus surat perizinan
  - d. Observasi tempat penelitian
  - e. Menentukan informasi penelitian
  - f. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahapan penelitian lapangan
  - a. Memahami latar belakang serta tujuan dalam penelitian
  - b. Memasuki tempat penelitian
  - c. Mencari sumber penelitian yang sudah di tetapkan
  - d. Mengumpulkan data
  - e. Meyempurnakan data yang belum lengkap
3. Tahap akhir penelitian
  - a. Meganalisis data yang di peroleh
  - b. Menyusun data yang sudah di tetapkan
  - c. Kritik dan saran

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Identitas dan Profil Singkat Lembaga



Gambar 4.1 Lokasi PT Asshofwah Cabang Jember<sup>36</sup>

Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti, 2025

Gambar ini merupakan lokasi PT Asshofwah Cabang Jember, Sejak berdirinya hingga saat ini, PT Asshofwah Cabang Jember terus berkembang, baik dari segi jumlah jamaah yang diberangkatkan, kualitas layanan, maupun infrastruktur pendukung. Lembaga ini telah memberangkatkan ribuan jamaah dari wilayah Jember, Bondowoso, Lumajang, hingga Situbondo.

PT Asshofwah Cabang Jember merupakan salah satu perusahaan jasa penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umrah yang beroperasi di bawah naungan PT Asshofwah Pusat. Cabang Jember beralamat di Jl. KH.

<sup>36</sup> PT Asshofwah Cabang Jember, "Lokasi PT Asshofwah Cabang Jember", 1 April 2025

Abdurrohman, Kecamatan Tempurejo , Kabupaten Jember, Jawa Timur. Lembaga ini telah memperoleh izin resmi dari Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK). Keberadaan PT Asshofwah Cabang Jember menjadi salah satu rujukan masyarakat Jember dan sekitarnya dalam memilih travel ibadah haji dan umrah yang terpercaya dan profesional, khususnya karena reputasinya yang dikenal amanah, pelayanan prima, serta program pembinaan jamaah yang berkesinambungan.<sup>37</sup>

## 2. Visi, Misi, dan Tujuan Lembaga

### Visi:

Menjadi perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umrah yang amanah, profesional, dan berorientasi pada pelayanan spiritual berkualitas.<sup>38</sup>

### Misi:

- 1) Menyelenggarakan ibadah haji dan umrah sesuai syariat Islam dan ketentuan pemerintah.
- 2) Memberikan layanan prima dengan sistem manajemen modern dan tenaga profesional.
- 3) Melakukan pembinaan intensif kepada calon jamaah sebelum, selama, dan sesudah ibadah.
- 4) Menumbuhkan kesadaran ibadah dan nilai-nilai keislaman melalui program edukatif.<sup>39</sup>

<sup>37</sup> Observasi di PT Asshofwah Cabang Jember, 1 April 2025

<sup>38</sup> Observasi di PT Asshofwah Cabang Jember, 5 April 2025

### **Tujuan:**

Untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada umat Islam dalam menunaikan ibadah haji dan umrah dengan manajemen profesional dan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan.<sup>40</sup>

### **3. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi PT Asshofwah Cabang Jember memiliki susunan jenjang struktural yang jelas dan terkoordinasi untuk menunjang efektivitas pelayanan terhadap jamaah. Struktur ini dirancang guna memastikan bahwa setiap aspek pelayanan, mulai dari teknis perjalanan hingga pembinaan spiritual, dapat berjalan secara optimal dan terarah. Pada struktur ini, posisi tertinggi dipegang oleh seorang Leader, yang bertanggung jawab atas seluruh perencanaan strategis, pengawasan operasional, serta pengambilan keputusan akhir dalam kegiatan pelayanan haji dan umrah. Posisi tersebut diemban oleh:<sup>41</sup>

Leader: Ustad Mascung Munajad : Di bawah Leader, terdapat jajaran Koordinator yang bertugas menjalankan instruksi dan kebijakan dari Leader dalam bidangnya masing-masing. Para koordinator ini memainkan peran penting dalam pelaksanaan teknis kegiatan harian, serta menjadi penghubung antara manajemen dan pelaksana lapangan. Adapun nama-nama yang menjabat sebagai Koordinator adalah sebagai berikut:

<sup>39</sup> Observasi di PT Asshofwah Cabang Jember, 5 April 2025

<sup>40</sup> Observasi di PT Asshofwah Cabang Jember, 5 April 2025

<sup>41</sup> PT Asshofwah Cabang Jember, "Struktur Organisasi", 5 April 2025

**Tabel 4.1**  
**Struktur Organisasi PT Asshofwah Cabang Jember<sup>42</sup>**

| NO. | NAMA           | JABATAN     |
|-----|----------------|-------------|
| 1.  | Muhammad Soudi | KOORDINATOR |
| 2.  | Abdul Rosyid   | KOORDINATOR |
| 3.  | Masyhudi       | KOORDINATOR |
| 4.  | Majfudz        | KOORDINATOR |
| 5.  | Musleh         | KOORDINATOR |
| 6.  | Muawanah       | KOORDINATOR |
| 7.  | Siti Maimunah  | KOORDINATOR |
| 8.  | Muhammad Syuib | KOORDINATOR |

Setiap koordinator memiliki tanggung jawab pada bidang kerja tertentu, seperti pelayanan jamaah, administrasi, pembinaan ibadah, transportasi dan akomodasi, hingga kehumasan. Meskipun pembagian bidang secara rinci tidak disebutkan dalam struktur ini, namun penempatan personalia dilakukan berdasarkan kapasitas, pengalaman, dan spesialisasi masing-masing.<sup>43</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

<sup>42</sup> PT Asshofwah Cabang Jember, "Struktur Organisasi", 5 April 2025

<sup>43</sup> Observasi di PT Asshofwah Cabang Jember, 25 April 2025



**Gambar 4.2**  
**Koordinator PT Asshofwah Cabang Jember<sup>44</sup>**

Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti, 2025.

Gambar ini adalah para koordinator PT Asshofwah Cabang Jember. Para koordinator ini memiliki peran strategis dalam menjalankan berbagai program layanan jemaah, mulai dari koordinasi manasik, pendampingan spiritual, hingga pelayanan teknis keberangkatan.<sup>45</sup>

#### **4. Kegiatan Utama Lembaga**

PT Asshofwah Cabang Jember memiliki kegiatan utama yang difokuskan pada pelayanan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, yang mencakup program Haji Khusus, Umrah Reguler, serta Umrah Plus Wisata Rohani. Kegiatan-kegiatan ini dilaksanakan secara professional

<sup>44</sup> PT Asshofwah Cabang Jember, “Koordinator PT Asshofwah Cabang Jember”, 25 April

dan terintegrasi, dengan mengedepankan aspek kenyamanan, keamanan, dan kepatuhan terhadap ketentuan syariat Islam.<sup>46</sup>



**Gambar 4.3.**

**Kegiatan Jamaah PT Asshofwah Cabang Jember<sup>47</sup>**

Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti, 2025

Gambar ini menunjukkan berbagai momen penting dalam proses penyelenggaraan ibadah umrah yang difasilitasi oleh PT Asshofwah Cabang Jember. Beberapa bagian dari gambar ini meliputi::<sup>48</sup>

1) Program Manasik Umrah dan Haji

Kegiatan ini diselenggarakan secara rutin sebelum keberangkatan jamaah. Tujuannya adalah untuk memberikan pembekalan secara teori dan praktik mengenai rangkaian

<sup>46</sup> Observasi di PT Asshofwah Cabang Jember, 25 April 2025

<sup>47</sup> PT Asshofwah Cabang Jember, "Kegiatan Jamaah PT Asshofwah Cabang Jember", 25

April 2025

<sup>48</sup> Observasi di PT Asshofwah Cabang Jember, 25 April 2025

ibadah haji dan umrah, baik dari sisi rukun, wajib, maupun sunnah-sunnahnya. Manasik menjadi bekal penting agar jamaah dapat menjalankan ibadah secara tertib, sah, dan khusyuk.

## 2) Kelas Pembinaan Rutin

Kelas ini dilaksanakan secara daring (online) maupun luring (tatap muka) dengan materi yang membahas seputar keislaman, fiqih ibadah haji dan umrah, serta kajian tematik terkait akhlak dan spiritualitas. Pembinaan ini ditujukan untuk memperkuat pemahaman agama serta menumbuhkan kesiapan mental dan ruhani para jamaah.

## 3) Pelayanan Konsultasi Ibadah

Layanan ini diberikan secara personal maupun kelompok kepada calon jamaah yang mengalami kebingungan atau memiliki pertanyaan terkait prosedur pelaksanaan ibadah maupun permasalahan fikih yang mereka hadapi. Konsultasi dilakukan oleh pembimbing ibadah yang berkompeten dan berpengalaman di bidangnya.

Seluruh kegiatan tersebut dirancang untuk memastikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT Asshofwah tidak hanya berfokus pada aspek teknis penyelenggaraan perjalanan, namun juga mencakup pembinaan spiritual yang menyeluruh, sehingga para jamaah dapat

menjalankan ibadah dengan penuh keyakinan, ketenangan, dan pemahaman yang benar.

## 5. Reputasi dan Keunggulan

PT Asshofwah Cabang Jember dikenal sebagai salah satu travel terbaik di kawasan timur Jawa karena memiliki sistem pelayanan yang terkoordinasi, pendekatan personal kepada jamaah, dan pembimbing yang kompeten di bidang syariah maupun manajemen perjalanan ibadah. Salah satu keunggulan travel ini adalah adanya sistem evaluasi pelayanan yang dilakukan secara berkala dan pemberian ruang aspirasi bagi jamaah, yang kemudian menjadi dasar dalam menyusun strategi peningkatan layanan. Keterkaitan dengan Penelitian Pemilihan PT Asshofwah Cabang Jember sebagai lokasi penelitian didasarkan pada reputasinya yang konsisten dalam menyelenggarakan layanan ibadah yang terstandar dan berorientasi pada kepuasan jamaah. Fokus penelitian yang mengkaji strategi peningkatan layanan sangat relevan karena lembaga ini senantiasa melakukan inovasi dan evaluasi layanan secara sistematis.<sup>49</sup>

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, peneliti menggali secara mendalam bagaimana strategi yang diterapkan oleh manajemen dalam meningkatkan kualitas layanan, bagaimana kendala di lapangan diatasi, serta bagaimana persepsi jamaah terhadap layanan yang diberikan.

## B. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini menyajikan hasil penelitian mengenai “Strategi Peningkatan Layanan Jemaah pada Travel Haji dan Umroh PT Asshofwah Cabang Jember”. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi internal, serta dianalisis dengan pendekatan tematik. Tujuan utama dari bab ini adalah menguraikan strategi pelayanan, pelaksanaan di lapangan, kendala yang dihadapi, serta respon jemaah terhadap layanan yang diberikan PT Asshofwah Cabang Jember. Fokus penyajian data dibagi ke dalam tiga kelompok sumber: Pimpinan, Staf Pelayanan, dan Jemaah :

### a. **Perencanaan, Implementasi, Evaluasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh**

Setelah melakukan proses penggalan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, ditemukan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan PT Asshofwah Cabang Jember memiliki landasan spiritual yang kuat, yang menekankan bahwa pelayanan terhadap jemaah adalah bentuk ibadah kepada Allah SWT. Hal ini disampaikan oleh Bapak Mascung, salah satu pimpinan PT Asshofwah, yang menuturkan:

“Strategi yang pastinya kita terapkan adalah strategi pelayanan yang mengedepankan kepentingan umat, dengan cara memosisikan bahwa kita adalah pelayan tamu Allah. Maka dari itu, kita menyiapkan apa pun yang dibutuhkan sesuai karakter masing-masing.”<sup>50</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan yang dirancang PT Asshofwah bukan hanya sekadar memenuhi aspek administratif atau teknis, tetapi lebih jauh dari itu, menjadikan pelayanan sebagai bentuk amanah. Setiap petugas atau staf diposisikan sebagai pelayan tamu Allah, sehingga pendekatan mereka dalam melayani jemaah sangat memperhatikan aspek psikologis dan karakteristik personal dari masing-masing individu. Penyesuaian pelayanan terhadap karakter jemaah dilakukan agar mereka merasa nyaman, tenang, dan terpenuhi secara spiritual selama menjalani ibadah.

Pihak manajemen meyakini bahwa keberhasilan layanan bukan hanya dinilai dari kelancaran teknis semata, tetapi juga dari kepuasan hati jemaah yang merasakan kesungguhan pelayanan sejak proses pendaftaran hingga pemulangan. Oleh karena itu, nilai-nilai ibadah menjadi pilar utama dalam formulasi strategi pelayanan di PT

**b. Implementasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap beberapa jemaah, diketahui bahwa secara umum mereka merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh PT Asshofwah. Tingkat kepuasan ini tidak hanya bersifat umum, tetapi juga menyentuh aspek-aspek spesifik pelayanan seperti pendampingan

administrasi, bimbingan ibadah, hingga fasilitas logistik selama pelaksanaan ibadah umrah.

Ibu Siti Khodijah, salah satu jemaah yang telah diberangkatkan oleh PT Asshofwah, menyampaikan bahwa dirinya merasa cukup puas, khususnya karena mendapatkan pendampingan penuh dalam pengurusan paspor. Ia mengakui bahwa aspek tersebut sangat membantunya sebagai jemaah yang baru pertama kali berangkat ke tanah suci. Namun, ia juga menyarankan agar para pemandu di Mekkah lebih bersabar dan adil dalam memperlakukan semua jemaah agar tidak ada kesan perlakuan yang berbeda.



**Gambar 4.4**  
**Wawancara Bersama Ibu Siti Khodijah**

*“Mon caen engkok pelayanan derih Asshofwah Lah mapan cong , apa pole Ketika engkok ngurusen passport, eberengin sampek mareh , keng jieh cong mon lah neng e berek roh pendamping koduh sabber ngadepin jamaah, bik koduh adil” .* Saya rasa pelayanan dari pihak Asshofwah sudah cukup baik, terutama dalam pengurusan paspor saya sangat didampingi. Tapi saat di Mekkah, pemandu seharusnya bisa

lebih sabar menghadapi jamaah dan memperlakukan semuanya secara adil. (Terjemahan Madura Indonesia)<sup>51</sup>

Sementara itu, Ustad H. Sucipto, menyampaikan pengalaman spiritual yang mendalam dan mengaitkannya dengan jadwal keberangkatan yang sangat sesuai. Ia merasa sangat bersyukur karena bisa melaksanakan ibadah di Madinah pada malam Nisfu Sya'ban, dan menyampaikan apresiasi yang tinggi terhadap PT Asshofwah karena telah mengatur jadwal dengan baik.

“MasyaAllah, pengalaman yang luar biasa. Saya berangkat sebelum malam Nisfu Sya'ban dan bisa salat di Madinah saat malam itu. Pelayanannya sangat cukup menurut saya, dan saya sangat berterima kasih kepada Asshofwah.”<sup>52</sup>

Sementara Bapak Kholil, yang belum diberangkatkan, juga menyampaikan kepuasan meskipun masih dalam tahap menabung. Ia sangat mengapresiasi adanya program voucher umrah senilai Rp3 juta yang menurutnya sangat memotivasi masyarakat untuk lebih semangat dalam menabung dan merencanakan ibadah umrah.

*“Engkok ghik tak mangkat cong, keng kok seneng cong olle vocher. Ariaah gey tang motivasi makle nabung meloloh”*. Saya belum berangkat, tapi saya merasa senang karena mendapatkan voucher. Ini sangat memotivasi saya untuk terus menabung. ( Terjemahan Madura Indonesia )<sup>53</sup>

Secara umum, hasil wawancara ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan jamaah terhadap PT Asshofwah tergolong tinggi, baik dari sisi pelayanan administratif, spiritual, hingga pendekatan personal dari

<sup>51</sup> Siti Khodijah , diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Mei 2025

<sup>52</sup> Sucipto, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Mei 2025

<sup>53</sup> Kholil, diwawancara oleh Penulis, Jember, 27 Mei 2025

pihak manajemen. Namun demikian, terdapat juga beberapa masukan dan catatan yang dapat menjadi bahan evaluasi, terutama dalam aspek keadilan perlakuan selama di tanah suci dan manajemen waktu kegiatan selama ibadah.

Hal ini juga membuktikan bahwa implementasi yang di terapkan oleh PT As-Shofwah sudah lebih dari cukup untuk menjamin kenyamanan dan kemauan dari Jemaah, tetapi masih ada faktor-faktor yang harus terus di kembangkan, supaya implementasi yang sudah ad, berjalan dengan maksimal.

**c. Evaluasi layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh**

Proses Evaluasi Layanan Evaluasi merupakan bagian penting dalam memastikan keberlanjutan mutu pelayanan di PT Asshofwah

Cabang Jember. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Mascung, salah satu pimpinan PT Asshofwah, diketahui bahwa evaluasi dilakukan secara rutin namun tidak melalui forum formal seperti rapat tertulis atau notulensi. Evaluasi dilakukan melalui forum-forum pertemuan internal yang bersifat informal namun intens.



**Gambar 4.5**

### **Wawancara Bersama Ustad Mascung Munajad**

Sumber gambar : Dokumentasi oleh Peneliti

“Menurut Ustadz Mascung Munajad, setiap kali diselenggarakan pertemuan antara top leader dan para koordinator, agenda utama yang dibahas adalah evaluasi kinerja tim secara menyeluruh. Pertemuan ini bukan sekadar ajang silaturahmi, tetapi juga menjadi forum strategis untuk meninjau kembali capaian-capaian program yang telah direncanakan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi di lapangan, serta merumuskan solusi untuk perbaikan ke depan. Evaluasi dilakukan secara terbuka dan konstruktif, dengan melibatkan semua pihak agar setiap unit kerja dapat meningkatkan efektivitas dan kualitas pelayanan. Dengan adanya evaluasi yang terjadwal secara rutin ini, diharapkan sinergi antarstruktur dalam organisasi dapat terus terjaga dan tujuan besar lembaga dapat dicapai secara optimal.”<sup>54</sup>

Berdasarkan keterangan tersebut, dapat diketahui bahwa proses evaluasi berjalan secara fleksibel namun tetap terstruktur. Setiap kali ada agenda pertemuan dengan jajaran pimpinan dan koordinator, salah satu poin penting yang dibahas adalah kinerja pelayanan yang telah berjalan. Pertemuan ini menjadi forum diskusi dan refleksi untuk menilai apakah layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan jemaah dan standar yang telah ditentukan. Evaluasi ini juga menjadi

momen untuk mendengarkan masukan dari berbagai pihak, khususnya dari para koordinator lapangan yang lebih dekat berinteraksi langsung dengan jemaah. Meskipun tidak dalam bentuk forum resmi, evaluasi tetap menjadi bagian integral dalam strategi peningkatan kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan tidak dapat terjaga tanpa adanya peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Mascung, diketahui bahwa PT Asshofwah belum memiliki program pelatihan yang terstruktur dan rutin untuk stafnya. Meski demikian, pengembangan kapasitas staf tetap dilakukan secara berkala dalam forum-forum pertemuan internal.

“Kalau untuk pelatihan yang bersifat khusus atau terstruktur sih memang belum ada, ya, Tapi bukan berarti kita nggak ada peningkatan layanan sama sekali. Setiap kali kita ada pertemuan entah itu formal atau kadang cuma ngumpul biasa biasanya selalu ada bahasan soal pelayanan. Misalnya, apa saja keluhan jemaah, masukan dari lapangan, atau ide-ide baru untuk perbaikan. Memang jadwal pertemuannya nggak selalu tetap, tapi di situ kita saling evaluasi dan diskusi supaya pelayanan kita makin baik. Jadi bisa dibilang, peningkatan layanan tetap berjalan, cuma bentuknya lebih ke informal dan berkelanjutan aja.”<sup>55</sup>

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan dan peningkatan kualitas SDM di PT Asshofwah dilakukan dengan cara yang adaptif. Artinya, pelatihan tidak bersifat formal atau dalam bentuk pelatihan tersertifikasi, tetapi dilakukan secara fungsional dalam forum pertemuan. Setiap kali ada pertemuan staf atau koordinator, selalu disisipkan materi motivasi pelayanan, pembelajaran

dari pengalaman lapangan, serta penyesuaian teknis terkait kebutuhan jemaah. Meskipun belum bersifat sistematis, pendekatan ini tetap efektif dalam menjaga semangat pelayanan dan memperbarui informasi atau prosedur yang dibutuhkan.

Pelayanan terhadap jemaah umrah dan haji tentu memiliki kompleksitas tersendiri, terutama karena latar belakang sosial dan psikologis jemaah yang beragam. Berdasarkan wawancara dengan Bapak M. Soudi, staf senior PT Asshofwah, tantangan terbesar justru datang dari karakter jemaah yang sangat bervariasi.



**Gambar 4.6**  
**Wawancara Bersama Ustadah Muawwanah**

“Kalau ditanya soal tantangan, ya pasti ada, dan itu datangnya paling banyak justru dari jemaah sendiri, karena kan setiap orang punya karakter yang berbeda-beda, ada yang sabar, ada yang cepat panik, ada juga yang banyak tanya. Jadi kita sebagai pelayan mereka itu nggak bisa menyamaratakan cara pendekatannya. Kita harus pintar-pintar menyesuaikan, peka sama kondisi masing-

masing jamaah. Misalnya, kalau ada jamaah yang sudah sepuh dan gampang bingung, kita harus ekstra sabar dan lebih sering mendampingi. Tapi kalau jamaahnya masih muda dan aktif, biasanya mereka lebih mandiri. Jadi memang tantangan terbesarnya di situ, bagaimana kita bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakter setiap orang.”<sup>56</sup>

Pernyataan tersebut menggambarkan betapa pentingnya pendekatan personal dalam pelayanan jamaah. Staf PT Asshofwah dituntut untuk memiliki kesabaran, empati, dan kecakapan dalam membaca situasi psikologis jamaah. Ada jamaah yang mudah diarahkan, namun ada pula yang membutuhkan pendekatan khusus karena faktor usia, latar belakang pendidikan, atau pengalaman spiritual. Tantangan ini tidak hanya muncul saat proses pemberangkatan, tetapi juga selama berada di tanah suci hingga pemulangan. Oleh karena itu, pelayan dituntut untuk bersikap fleksibel dan siap dalam menghadapi dinamika karakter jamaah.

Respon Jamaah terhadap Strategi Pelayanan Salah satu indikator keberhasilan pelayanan adalah tingkat kepuasan jamaah. Dalam hal ini, PT Asshofwah merasa bahwa strategi pelayanan yang dijalankan telah memberikan hasil yang memuaskan. Hal ini disampaikan langsung oleh Bapak Abdul Rosyidi, salah satu pimpinan PT Asshofwah, yang menyatakan bahwa hingga saat ini belum ditemukan keluhan yang berarti dari jamaah terhadap pelayanan yang diberikan.

“Alhamdulillah, sejauh ini belum ada komplain yang berarti dari para jamaah terkait pelayanan kami, malah kebanyakan mereka justru memberikan apresiasi, terutama soal pendampingan selama di tanah



Faktor Pendukung Pimpinan PT Asshofwah, Ustad Mascung Munajad, mengungkapkan bahwa semangat pelayanan yang berlandaskan nilai ibadah menjadi pendorong utama dalam menjaga kualitas pelayanan kepada jemaah. Seluruh tim di PT Asshofwah berusaha memposisikan diri bukan sekadar sebagai penyelenggara perjalanan, tetapi sebagai pelayan tamu Allah. Nilai spiritual ini membentuk budaya kerja yang penuh empati dan tanggung jawab. Menurut beliau, pendekatan personal dan penyesuaian layanan sesuai karakter masing-masing jemaah menjadi kunci dalam memaksimalkan kenyamanan mereka.

“Kita memposisikan diri sebagai pelayan tamu Allah. Jadi kita siapkan apa pun yang dibutuhkan oleh jemaah sesuai karakter masing-masing. Itu yang menjadi motivasi dan kekuatan utama kami.” (Wawancara dengan Ustad Mascung Munajad, Pimpinan PT Asshofwah)<sup>58</sup>

Faktor lain yang mendukung adalah kekompakan tim internal serta adanya pertemuan rutin antara top leader dan koordinator. Melalui forum ini, dilakukan evaluasi berkala terhadap layanan yang sudah berjalan, sekaligus menjadi sarana untuk memperbaiki sistem secara dinamis.

“Jadi begini, setiap kali ada pertemuan antara para top leader dan koordinator, itu memang selalu kami manfaatkan sebagai momen untuk mengevaluasi kinerja. Evaluasi ini bukan yang sifatnya mendadak, tapi sudah menjadi agenda yang disepakati bersama sebelumnya. Dalam pertemuan itu, kita bahas apa saja yang sudah berjalan baik, mana yang masih perlu ditingkatkan, dan juga mendengar masukan dari masing-masing koordinator di lapangan. Jadi tidak hanya sekadar kumpul, tapi betul-betul jadi ajang refleksi dan

perbaikan bersama.”<sup>59</sup>(Wawancara dengan Abdul Rosyidi, Pimpinan Operasional)

Selain itu, program inovatif seperti voucher umrah senilai Rp3 juta juga menjadi daya tarik tersendiri yang menunjukkan komitmen PT Asshofwah dalam memperluas akses ibadah bagi masyarakat, khususnya yang berasal dari ekonomi menengah ke bawah. Program ini disambut antusias oleh masyarakat karena dinilai memberikan harapan baru untuk bisa berangkat ke tanah suci.

Faktor Penghambat Namun demikian, pelaksanaan strategi juga tidak lepas dari sejumlah kendala. Tantangan utama yang disebutkan oleh para pimpinan maupun staf adalah keragaman karakter jemaah. Setiap jemaah memiliki latar belakang, kebutuhan, serta tingkat pemahaman yang berbeda, sehingga pendekatan layanan harus disesuaikan secara individual. Menurut Bapak M. Soudi, hal ini menuntut petugas untuk memiliki kesabaran dan kepekaan yang tinggi.

“Tantangannya pasti dari jemaah sendiri. Setiap orang punya karakter berbeda, jadi pelayanannya pun tidak bisa disamakan.”  
(Wawancara dengan Ustadah Muawwanah)<sup>60</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh salah satu staf pelayanan, yang menekankan bahwa menjelang keberangkatan, sering kali muncul masalah-masalah kecil dari jemaah, seperti kurangnya kesiapan dokumen atau barang yang tertinggal, yang memerlukan kesabaran dan kesiapan mental ekstra dari petugas.

<sup>59</sup> Abdul Rosyidi, diwawancara oleh Penulis, Jember, 1 Mei 2025

<sup>60</sup> Muawwanah, diwawancara oleh Penulis, Jember, 2 Mei 2025

“Menjelang pemberangkatan biasanya ada saja masalah yang muncul, baik dari kesiapan barang atau mental jemaah. Kita harus ekstra sabar dalam menangani hal-hal seperti ini.” (Wawancara dengan Staf Pelayanan PT Asshofwah)<sup>61</sup>

Selain itu, pelatihan bagi staf belum berjalan secara sistematis. Meskipun peningkatan kualitas layanan dilakukan melalui pertemuan-pertemuan informal, namun tidak ada pelatihan rutin yang terstruktur, yang sebenarnya dibutuhkan agar seluruh tim memiliki standar pelayanan yang sama.

“Pelatihan khusus tidak ada, tapi setiap pertemuan kita selalu tingkatkan layanan, meski tidak punya jadwal tetap.” (Wawancara dengan Abdul Rosyidi)<sup>62</sup>

Pelayanan terhadap jemaah umrah dan haji tentu memiliki kompleksitas tersendiri, terutama karena latar belakang sosial dan psikologis jemaah yang beragam. Berdasarkan wawancara dengan Bapak M. Soudi, staf senior PT Asshofwah, tantangan terbesar justru datang dari karakter jemaah yang sangat bervariasi.

“Kalau ditanya soal tantangan, ya pasti ada, dan itu datangnya paling banyak justru dari jemaah sendiri, karena kan setiap orang punya karakter yang berbeda-beda, ada yang sabar, ada yang cepat panik, ada juga yang banyak tanya. Jadi kita sebagai pelayan mereka itu nggak bisa menyamaratakan cara pendekatannya. Kita harus pintar-pintar menyesuaikan, peka sama kondisi masing-masing jemaah. Misalnya, kalau ada jemaah yang sudah sepuh dan gampang bingung, kita harus ekstra sabar dan lebih sering mendampingi. Tapi kalau jemaahnya masih muda dan aktif, biasanya mereka lebih mandiri. Jadi memang tantangan terbesarnya di situ, bagaimana kita bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakter setiap orang.”<sup>63</sup>

<sup>61</sup> Siti Maimunah diwawancarai oleh Penulis, Jember, 2 Mei 2025

<sup>62</sup> Abdul Rosyidi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 2 Mei 2025

<sup>63</sup> Muawwanah, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 27 Mei 2025

Pernyataan tersebut menggambarkan betapa pentingnya pendekatan personal dalam pelayanan jemaah. Staf PT Asshofwah dituntut untuk memiliki kesabaran, empati, dan kecakapan dalam membaca situasi psikologis jemaah. Ada jemaah yang mudah diarahkan, namun ada pula yang membutuhkan pendekatan khusus karena faktor usia, latar belakang pendidikan, atau pengalaman spiritual. Tantangan ini tidak hanya muncul saat proses pemberangkatan, tetapi juga selama berada di tanah suci hingga pemulangan. Oleh karena itu, pelayan dituntut untuk bersikap fleksibel dan siap dalam menghadapi dinamika karakter jemaah.

**Respon Jemaah terhadap Strategi Pelayanan** Salah satu indikator keberhasilan pelayanan adalah tingkat kepuasan jemaah. Dalam hal ini, PT Asshofwah merasa bahwa strategi pelayanan yang dijalankan telah memberikan hasil yang memuaskan. Hal ini disampaikan langsung oleh Bapak Abdul Rosyidi, salah satu pimpinan PT Asshofwah, yang menyatakan bahwa hingga saat ini belum ditemukan keluhan yang berarti dari jemaah terhadap pelayanan yang diberikan.

“Alhamdulillah, sejauh ini belum ada komplain yang berarti dari para jemaah terkait pelayanan kami, malah kebanyakan mereka justru memberikan apresiasi, terutama soal pendampingan selama di tanah suci dan fasilitas yang kami sediakan. Kami menilai bahwa pelayanan yang kami berikan sejauh ini cukup berhasil dan berjalan sesuai dengan apa yang telah kami rancang dan sepakati bersama di awal. Tentu, kami tidak langsung merasa puas ya, karena evaluasi tetap terus kami lakukan agar ke depannya bisa lebih baik lagi. Tapi kalau berdasarkan pengalaman dan respon jemaah selama ini, insyaAllah kami di jalur yang tepat.”<sup>64</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang dijalankan oleh PT Asshofwah mendapat respons yang positif dari jemaah. Komitmen perusahaan dalam memosisikan diri sebagai pelayan tamu Allah turut berdampak pada persepsi dan kenyamanan jemaah selama mengikuti program ibadah. Tidak adanya komplain berarti menunjukkan bahwa pendekatan spiritual, empatik, dan fleksibel yang diterapkan telah sesuai dengan harapan mayoritas jemaah. Namun demikian, PT Asshofwah tetap membuka diri terhadap kritik dan saran sebagai bagian dari upaya untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan.

Dengan demikian, faktor pendukung utama dalam pelaksanaan strategi pelayanan di PT Asshofwah adalah nilai spiritual dalam pelayanan, kekompakan tim, inovasi program, dan pendekatan personal terhadap jemaah. Sedangkan faktor penghambat utamanya terletak pada keberagaman karakter jemaah, kesiapan mental saat menjelang keberangkatan, dan belum adanya pelatihan yang rutin serta terstruktur bagi staf. Temuan ini menjadi penting sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan layanan ke depan.

### **C. Pembahasan Temuan**

Pada tahapan ini, peneliti akan mengulas hasil dari penyajian data dan mengungkap temuan secara rinci dan sistematis. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dikaitkan dengan teori pelayanan publik dan manajemen strategi yang relevan. Teori berfungsi sebagai bahan perspektif dalam memahami fenomena yang ditemukan, bukan

sebagai alat pembuktian semata. Tujuannya untuk memastikan bahwa hasil temuan selaras dengan fokus dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.

1. Perencanaan Layanan Jemaah oleh PT Asshofwah dalam Penyelenggaraan Travel Haji dan Umrah

Formulasi merupakan tahap perencanaan strategi, yaitu pemilihan pendekatan dan arah kebijakan yang akan diterapkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mascung selaku Pimpinan PT Asshofwah, formulasi strategi diawali dari nilai dasar bahwa jemaah adalah tamu Allah, sehingga pelayanan harus didasari empati dan profesionalitas.

Strategi yang pastinya kita terapkan adalah strategi pelayanan yang mengedepankan kepentingan umat, dengan cara memosisikan bahwa kita adalah pelayan tamu Allah. Maka dari itu, kita menyiapkan apa pun yang dibutuhkan sesuai karakter masing-masing.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa strategi pelayanan PT Asshofwah lebih mengedepankan sisi *religius* nya, dan beberapa keadaan yang memang di harapkan oleh pimpinan bahwasannya nilai pelayanan yang di dasari nilai islam maka akan memudahkan segala urusan.

2. Implementasi Layanan Jemaah oleh PT Asshofwah dalam Penyelenggaraan Travel Haji dan Umrah

Implementasi strategi dilakukan melalui tindakan nyata, seperti peningkatan fasilitas, pendampingan intensif, dan program sosial seperti subsidi voucher umrah. PT Asshofwah juga melakukan koordinasi antardepartemen secara fleksibel dan terus-menerus, walaupun belum terjadwal secara baku.

Dari pernyataan ini tampak bahwa implementasi layanan yang di terapkan oleh PT Asshofwah lebih mengedepankan kepentingan dan kenyamanan jemaah , hal ini di hasilkan dari wawancara yang sudah dilakukan , yang mana beberpa jemaah sudah merasakan kepuasan atas progran dari PT Asshofwah itu sendiri

### 3. Evaluasi Layanan Jemaah oleh PT Asshofwah dalam Penyelenggaraan Travel Haji dan Umrah

Evaluasi dilakukan melalui pertemuan informal antara pimpinan dan koordinator. Setiap ada perkumpulan antara top leader dan koordinator, staf PT Asshofwah membahas tentang evaluasi kinerja yang sudah diagendakan bersama.

Hal ini menunjukkan bahwasannya dalam tahapan evaluasi yang di lakukan oleh PT Asshofwah tidak secara sistematis tetapi lebih menyesuaikan dengan agenda lainnya, pastinya ada poin plus dan minusnya, karena seharusnya evaluasi di lakukan dengan jangka atau waktu yang sudah di tentukan.



rasa bahwa dari segi pelayanan mampu memberikan pencerahan yang di inginkan oleh Jemaah

2) Komunikasi internal yang terbangun melalui forum informal dan koordinasi reguler.

Perlu di ketahui bahwasannya ada beberapa kegiatan yang memang hal ini tidak membahas tentang evaluasi dari PT Asshofwah itu sendiri. Tetapi ada beberapa kegiatan dari PT Asshofwah yang memang hal ini di buat dengan tujuan mempererat tali silaturahmi antar pegawai. Hal ini menunjukkan sesuatu yang positive salah satunya kenyamanan dalam lingkungan pekerjaan sehingga pengoptimalan kerja dapat di tingkatkan

3) Program sosial seperti subsidi voucher umrah yang meningkatkan kepercayaan publik.

Program subsidi voucher umroh ini di tujukan sebagai pancingan untuk Jemaah yang ingin melakukan perjalanan Haji atau umroh tetapi masih bimbang. Maka dengan adanya program ini Jemaah lebih tertarik karena secara tidak langsung Jemaah mempunyai Tabungan di PT Asshofwah dengan nominal yang sudah di tentukan, Tabungan ini tidak bisa di uangkan tetapi ketika jamaah mempunyai abungan ini, maka ketika pembayaran awal jamaah akan di tambahkan dengan nominal voucher

4) Promosi

PT Asshofwah cabang Jember memiliki ikekuatan dalam promosi, yang di mana PT Asshofwah memiliki brosur cetak yang bisa disebar. PT Asshofwah cabang Jember juga mempromosikan lembaganya melalui sosial media, yang mana di era *digital* ini , hamper semua orang bisa menggunakan sosial media.

b. Peluang (*Opportunity*)

Peluang yang dimiliki oleh PT Asshofwah Cabang Jember berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Lokasi yang *strategis*

Dalam hal ini, bisa di katakan bahwasanya lokasi yang di tempati sebagai kantor cabang berada di tempat yang strategis, yaitu berada di pinggir jalan utama kecamatan tempurjo , selain itu lokasi dari kantor PT Asshofwah ini hampir berdampingan dengan salah satu pesantren besar di kawasan Jember selatan yang bernama pondok pesantren Al-Wafa Tempurjo, dari sini bisa menjadi peluang yang mana kantor PT Asshofwah Cabang Jember ini menjadi tempat yang sering di lewati oleh wali santri dari pondok pesantra Al-Wafa.

2) pesaing yang minim

pesaing yang minim disini bisa di katakan karena beberapa faktor, yang pertama adalah pemanfaatan coordinator sebagai anak cabang jadi dalam hal ini PT Asshofwah bisa menguasai hingga ke

tempat-tempat terpencil sekalipun, yang ke dua merangkul tokoh Masyarakat yang ada di sekitarnya

## 2. Faktor penghambat

### a. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan yang dimiliki oleh PT Asshofwah cabang Jember berdasarkan hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

#### 1) Kantor (ruang kerja)

Kelemahan yang dimiliki PT Asshofwah cabang Jember yaitu masih belum memiliki tempat atau kantor lembaga, jadi dalam penentuan tempat lembaga masih menggunakan kediaman rumah pemilik lembaga sekaligus untuk kantor lembaga.

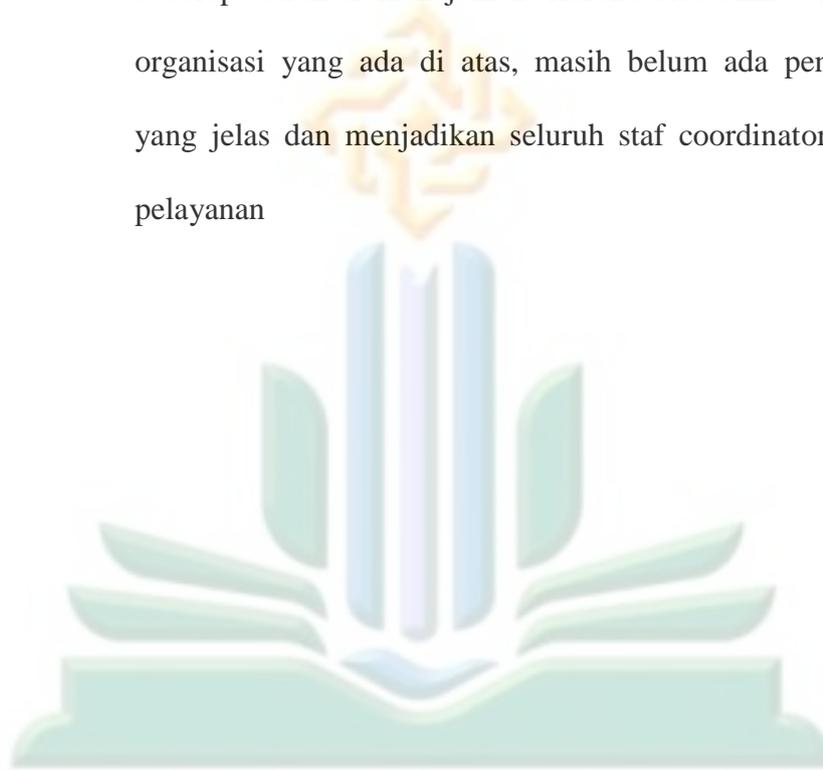
#### 2) Pelatihan Staf

Hal ini bisa menjadi hambatan yang sangat memungkinkan, karena dalam pihak PT Asshofwah sendiri masih belum memiliki pelatihan yang secara rutin, hanya saja pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh PT Asshofwah cabang jember tidak terstruktur melainkan menjadikan kegiatan-kegiatan yang di adakan menjadi tempat evaluasi dan pelatihan staf, jika tidak ada kegiatan maka pelatihan staf bisa di katakan tidak akan di laksanakan

### b. Ancaman atau Hambatan (*Thereats*)

#### 1) Struktur manajemen

Lembaga ini masih belum tepat dalam pengelolaan dan menentukan struktur, karenanya lembaga masih membutuhkan beberapa struktur manajemen. Karena bisa dilihat dalam struktur organisasi yang ada di atas, masih belum ada penetapan posisi yang jelas dan menjadikan seluruh staf coordinator menjadi staf pelayanan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan strategi peningkatan layanan jemaah travel haji dan umroh PT Asshofwah Cabang Jember, maka penulis menyimpulkan yakni :

1. Strategi pelayanan yang digunakan oleh PT Asshofwah Cabang Jember yaitu menggunakan strategi pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai spiritual, di mana pelayanan dianggap sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT. Hal ini menunjukkan bahwasannya setiap perusahaan memiliki strategi masing masing sesuai apa yang menjadi kebutuhan dan visis misi lembaga masing masing
2. Implementasi dari strategi layanan sangatlah berdampak pada tingkat kepuasan jemaah berada pada kategori tinggi. Mayoritas informan menyatakan puas terhadap bantuan administrasi, bimbingan manasik, fasilitas logistik, dan *reward* yang di berikan
3. Tahapn Evaluasi yang di hasilkan dari PT asshofwaf tidak secara sistematis tetapi m enyesuaikan dengan agenda lainnya , pastinya ada poi n plus dan minus karena sifat evaluasi seharusnya terencana dan sudah di tentukan.
4. Dari hasil penelitian dan pembahasan menggunakan analisis SWOT di PT Asshofwah Cabang Jember yaitu faktor pendukung : kekuatan (*strength*) Nilai ibadah dan empati sebagai dasar pelayanan, Komunikasi internal yang terbangun melalui forum informal dan koordinasi reguler, Program sosial seperti subsidi voucher umrah yang meningkatkan kepercayaan public dan

yang terakhir adalah promosi, , peluang (*opportunity*) mencakup lokasi yang *strategis* dan pesaing yang minim, sedangkan dari faktor penghambat kelemahan (*weakness*) meliputi kantor dan pelatihan staf, hambatan (*treats*) struktur manajemen

## **B. Saran**

### 1. Bagi PT Asshofwah

PT Asshofwah Cabang Jember disarankan untuk memiliki kantor tersendiri yang berbeda dengan rumah *leader*, hal ini lebih bisa meningkatkan layanan terhadap Jemaah dan sebagai ruang kerja yang nyaman bagi staf PT Asshofwah sendiri. Yang ke dua adalah melakukan pelatihan rutin staf, karena dalam hal ini bisa meningkatkan kinerja dari staf PT Asshofwah Cabang Jember dalam menghadapi kemauan dari Jemaah.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian, misalnya dengan membandingkan strategi layanan pada beberapa biro perjalanan haji dan umroh lainnya. Hal ini bisa dapat menyempurnakan hasil peneliti yang masih jauh dari kata sempurna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin ,Eki, "Persepsi Konsumen Haji dan Umroh Dalam Memilih PT Ambassador Tour & Travel" *Jurnal Pendidikan West Science* , Vol 1, No 01 (2023).
- Al-Qaradhawi ,Yusuf. *Fiqh Ibadah*,Jakarta: Gema Insani Press, 2024.
- Arisetiawati ,Syifa, Acep Nurlaeli dan Sya'roni Ma'sum "Implementasi Manajemen Pelayanan Kepuasan Calon Jamaah Haji dan Umrah di PT Utama Al-Fathimiyah Tour dan Travel Karawang",*Indonesian research journal on education*, No. 4 (2024) : 348-352
- Atiah ,Umu "Analisa Pelayanan Jamaah Haji dan Umrah dalam Membangun Citra Positif PT- Riyadhuljannah Tour & Travel, Pandeglang" *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, No. 4 ( 2023 ).
- Chayati, Cory, Rachman upe dan Abbas thaha "Analisis Optimasi *Digital Marketing* Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tour dan Travel di Masa Pandemi ( study kasus pada PT Hijrah Istiqomah Tour)"*Jurnal ilmiah ekonomi manajemen dan bisnis*, No. 3 ( 2023 ): 169-181
- Fahmi, Faisal "Manajemen media Auliya Tour & Travel dalam menarik minat jamaah haji dan umrah di Kabupaten Asahan",*Journal of social community*, No. 8 ( 2023 ): 284-294
- Hamid ,Noor, *Manajemen Haji dan Umrah: Mengelola Perjalanan Tamu ALLAH ke Tanah Suci*, Yogyakarta: Semesta Aksara,2020 , 3.
- Hardani, *Metode Penelitian Kualitati dan Kuantitatif*, Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2020
- Heryana ,Ade. *Informan dan Informan dalam Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rajawali Pres, 2018.
- Hidayah ,Nurul " Analisis Kinerja Pelayanan Ibadah Haji dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif (STUDI KASUS PADA DAQU TRAVEL)", *Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, No. 2 (2022): 180 – 192.
- Iqbal, Hasan. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.

- Kementerian Agama Republik Indonesia. "Lebih Setahun Dirawat di RS Saudi, Kemenag Kawal Kepulangan Jemaah Umrah ke Tanah Air." Diakses 25 April 2025. <https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/lebih-setahun-dirawat-di-rs-saudi-kemenag-kawal-kepulangan-jemaah-umrah-ke-tanah-air>.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Muslim ibn al-Hajjaj al-Naysaburi. *Sahih Muslim*. Kitab al-Imarah, Bab "Doa Nabi terhadap orang yang mengurus urusan umat dengan mempersulit atau memudahkan." Hadis no. 1828.
- Purnama, Hikmat "Efektivitas Manajemen Pelayanan Jemaah Haji dan Umroh PT Dallas Travel Sukabumi", *Journal of social science research*, No. 3 ( 2024 ).
- R. David ,Fred, *Strategic Management: Concepts and Cases*, 13th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2011), 5.
- Rahmadana, Muhammad Fitri, et al. *Pelayanan Publik*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019, No. 62.
- Sabiq ,Sayyid. *Fiqh Sunnah Jilid 5*, Bandung: Al-Ma'arif, 2022.
- Sugiarto, Endang. *Kualitas Pelayanan dalam Industri Jasa Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Syah, Arman. *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021.
- Tiana ,Rida, Tamyis & M. Feri Fernadi, " Strategi Pemasaran Travel Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Minat jemaah (STUDI PT. AMARA TOUR AND TRAVEL)", *Multidisciplinary Journal of Religion and Social Sciences (MJRS)*, No. 2 (2024).
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, IAIN Jember Press.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.

Ubaidillah, Muhammad Ifan''Strategi Pelayanan Biro Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Shafira Tour & Travel Cabang Jember'' *Journal of Advanced Da'wah Management Research*, Vol. 2, No. 2 (2023): 139-148.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, Lembaran Negara RI Tahun 2019, No. 62.

Zamrodul Ardina, dan Saqofa Nabilah Aini. *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Syariah 4P dalam Upaya Peningkatan Jamaah Pengguna Program Umroh*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran 1

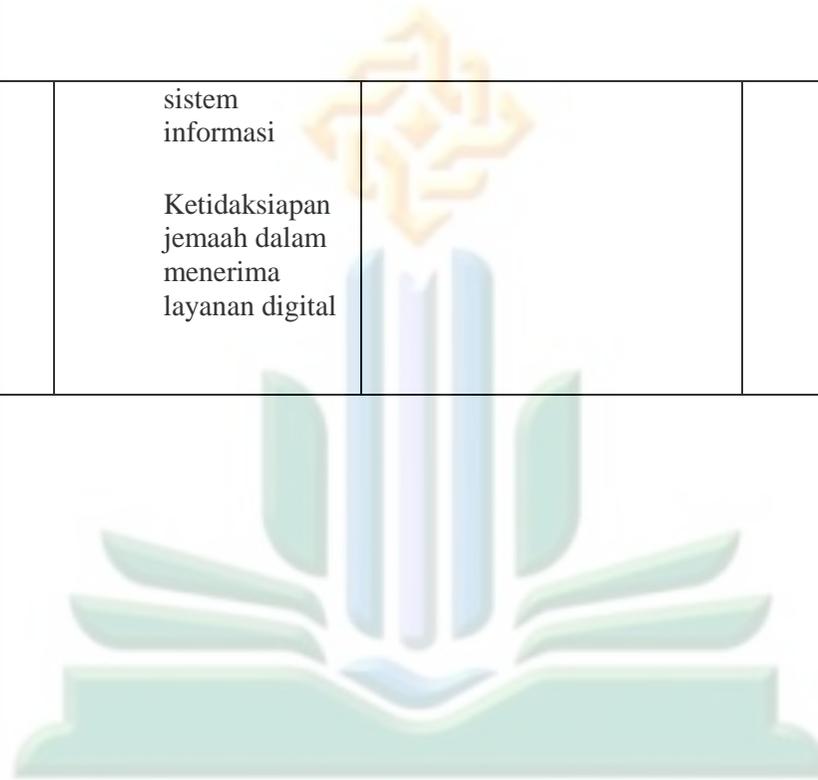
### MATRIKS PENELITIAN

| JUDUL   | VARIABEL   | SUB VARIABEL                    | INDIKATOR   | SUMBER DATA  | METODE PENELITIAN   | FOKUS PENELITIAN   |
|---|--|---------------------------------|---|--|---|--|
| Strategi Peningkatan Layanan Jemaah Pada Travel Haji Dan Umroh (Studi Kasus Pt Asshofwah Cabang Jember) | Strategi Peningkatan Layanan Jemaah pada Travel Haji dan Umroh | 1. Strategi Peningkatan Layanan | a. Inovasi program layanan (misalnya: manasik berkala, layanan konsultasi syariah)<br>b. Pengembangan SDM (pelatihan dan sertifikasi staf)<br>c. Peningkatan fasilitas dan sarana (transportasi, akomodasi, aplikasi digital)<br>d. Sistem manajemen layanan (SOP, standar pelayanan minimal)<br>e. Komunikasi dan informasi kepada jemaah (grup WhatsApp, call center aktif) | a. Sumber Data Primer Wawancara dengan: Pimpinan PT Asshofwah Staf bagian pelayanan (koordinitor layanan) Jemaah yang sudah berangkat Jemaah yang masih dalam proses (menabung/menunggu keberangkatan)<br>b. Sumber Data Sekunder : Dokumen internal perusahaan, Brosur dan leaflet layanan, Jadwal manasik dan keberangkatan, Struktur organisasi, Dokumentasi kegiatan | a. Jenis Penelitian : Kualitatif dengan Pendekatan: Studi Kasus<br>b. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara mendalam dan Dokumentasi<br>c. Teknik Analisis Data: Reduksi data, Penyajian data dan Penarikan kesimpulan<br>d. Keabsahan Data: Triangulasi teknik, Triangulasi sumber dan Triangulasi waktu | 1. Bagaimana strategi peningkatan layanan jemaah yang diterapkan oleh PT Asshofwah dalam penyelenggaraan travel haji dan umroh?<br>2. Seberapa besar tingkat kepuasan jemaah terhadap layanan yang diberikan oleh PT Asshofwah?<br>3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi peningkatan layanan jemaah di PT Asshofwah |

|  |  |                                   |   |  |  |
|--|--|-----------------------------------|---|--|--|
|  |  | <p>2. Tingkat Kepuasan Jemaah</p> | <p>a. Kepuasan terhadap pelayanan pra-keberangkatan (pendaftaran, manasik)</p> <p>b. Kepuasan terhadap pelayanan saat keberangkatan dan di tanah suci (transportasi, konsumsi, akomodasi)</p> <p>c. Kepuasan terhadap pelayanan pasca-keberangkatan (pendampingan, dokumentasi, komunikasi lanjutan)</p> <p>d. Kesesuaian harapan dengan realita pelayanan</p> <p>e. Kualitas interaksi dengan petugas/staf</p> |  |  |
|--|--|-----------------------------------|---|--|--|

|  |  |   |   |  |  |
|--|--|---|---|--|--|
|  |  | <p>3. Faktor Pendukung dan Penghambat</p> | <p>a. Faktor pendukung:</p> <p>Komitmen manajemen</p> <p>Ketersediaan dana dan fasilitas</p> <p>Kompetensi SDM</p> <p>Dukungan regulasi pemerintah</p> <p>b. Faktor penghambat:</p> <p>Kurangnya SDM profesional</p> <p>Perubahan regulasi dari pemerintah Arab Saudi, Kendala teknologi atau</p> |  |  |
|--|--|---|---|--|--|

|  |  |  |   |  |  |
|--|--|--|---|--|--|
|  |  |  | sistem informasi                                    |  |  |
|  |  |  | Ketidaksiapan jemaah dalam menerima layanan digital |  |  |



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## Lampiran 2

**Pernyataan Surat Keaslian Penelitian**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifki Maulana Faqih  
 NIM : D20194027  
 Program Studi : Manajemen Dakwah  
 Fakultas : Dakwah  
 Judul Skripsi : STRATEGI PENINGKATAN LAYANAN JEMAAH PADA TREVEL HAJI DAN UMROH ( STUDI KASUS PT ASSHOFWAH CABANG JEMBER )

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ STRATEGI PENINGKATAN LAYANAN JEMAAH PADA TREVEL HAJI DAN UMROH ( STUDI KASUS PT ASSHOFWAH CABANG JEMBER ) “ adalah hasil penelitian saya sendiri , kecuali pada bagian bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian pernyataan keaslian skripsi ini saya buat dengan sebenar benarnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 JEMBER

Jember, 28 Mei 2025  
 menyatakan

  
 METERAI TEMPEL  
 SAMX308048715  
RIFKI MAULANA FAQIH  
 D20194027

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

### Lampiran 3

#### Jurnal Kegiatan "Strategi Peningkatan Layanan Jemaah Pada Travel Haji Dan Umroh (Studi Kasus Pt Asshofwah Cabang Jember)"

Lokasi Di : Pt Asshofwah Cabang Jember

| No | Tanggal       | Kegiatan yang Dilakukan  | Ceklist |
|----|---------------|--|---------|
| 1  | 01 April 2025 | Menyusun instrumen penelitian: menyusun pedoman wawancara, lembar observasi, dan kuesioner awal untuk pengumpulan data primer.                           | ✓       |
| 2  | 03 April 2025 | Koordinasi awal dengan pihak PT Asshofwah Cabang Jember untuk menjelaskan maksud dan tujuan penelitian serta mengatur jadwal observasi dan wawancara.    | ✓       |
| 3  | 05 April 2025 | Observasi awal: mengamati alur pelayanan jemaah, fasilitas kantor, serta interaksi staf dengan calon jemaah.   | ✓       |
| 4  | 08 April 2025 | Wawancara awal dengan pimpinan cabang PT Asshofwah: menggali visi misi, strategi layanan, dan kebijakan peningkatan layanan.                             | ✓       |
| 5  | 11 April 2025 | Wawancara dengan staf pelayanan dan marketing: mendalami peran, hambatan, dan strategi pelayanan langsung kepada jemaah.                                 | ✓       |
| 6  | 14 April 2025 | Wawancara dengan jemaah: memperoleh data dari sisi pengguna layanan mengenai kepuasan dan harapan mereka terhadap pelayanan travel.                      | ✓       |
| 7  | 17 April 2025 | Pengumpulan dokumen internal perusahaan: SOP layanan, brosur paket haji/umroh, form evaluasi kepuasan pelanggan, dan laporan perjalanan.                 | ✓       |
| 8  | 20 April 2025 | Observasi lanjutan pada kegiatan manasik haji yang diselenggarakan PT Asshofwah untuk menilai langsung aspek pelayanan edukatif kepada jemaah.           | ✓       |
| 9  | 25 April 2025 | Analisis data awal: menyusun transkrip wawancara, membuat catatan lapangan, dan klasifikasi dokumen berdasarkan aspek strategi dan implementasi layanan. | ✓       |
| 10 | 28 April 2025 | Triangulasi data: membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen untuk mengidentifikasi kesesuaian dan keakuratan informasi.                      | ✓       |
| 11 | 02 Mei 2025   | Penyusunan hasil sementara Bab IV (Hasil dan Pembahasan): mengolah data kualitatif menjadi temuan awal yang terstruktur dan sistematis.                  | ✓       |
| 12 | 06 Mei 2025   | Diskusi hasil sementara dengan dosen pembimbing: mendapatkan masukan dan koreksi terhadap temuan awal.   | ✓       |
| 13 | 10 Mei 2025   | Revisi hasil berdasarkan masukan: memperbaiki dan menyempurnakan narasi serta struktur hasil dan pembahasan.   | ✓       |
| 14 | 13 Mei 2025   | Finalisasi hasil penelitian: memastikan semua data telah terintegrasi dan siap untuk penyusunan akhir skripsi.   | ✓       |
| 15 | 15 Mei 2025   | Penyerahan surat selesai penelitian kepada PT Asshofwah Cabang Jember.   | ✓       |

JEMBER, 15 MEI 2025



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**FAKULTAS DAKWAH**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
Jl. Mataram No. 1 Mangli Kalwates Jember, Kode Pos 68136  
 email : [fakul@idakwah@uinckhas.ac.id](mailto:fakul@idakwah@uinckhas.ac.id) website: <http://idakwah.uinckhas.ac.id/>




---

Nomor : B. /569 /Un.22/D.3.WD.1/PP.00.9/05 /2025 3 MEI 2025  
 Lampiran : -  
 Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

Yth.  
 Pimpinan PT. Asshofwah Cabang jember

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Rifki Maulana Faqih  
 NIM : D20194027  
 Fakultas : Dakwah  
 Program Studi : Manajemen Dakwah  
 Semester : XII (dua belas)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama ± 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "STRATEGI PENINGKATAN LAYANAN JEMAAH PADA TRAVEL HAJI DAN UMROH ( STUDI KASUS PT ASSHOFWAH)"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**



a.n. Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
 Kemahasiswaan,  
  
 Uur Yusuf

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
 JEMBER



**PT ASSHOFWAH CABANG JEMBER**  
 Jl. KH. Abdurrohman, Kecamatan Tempurejo, Kabupaten Jember, Jawa Timur  
 Telp. 0823-3889-0061 | Email: asshofwahgroup@gmail.com

---

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**  
 Nomor: 52/P.00.5/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mascung Munajad  
 Jabatan : Kepala Cabang PT Asshofwah Jember  
 Alamat Kantor : Jl. KH. Abdurrohman, Kecamatan Tempurejo,  
 Kabupaten Jember, Jawa Timur

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rifki Maulana Faqih  
 NIM : D20194027  
 Fakultas / Prodi : Dakwah / Manajemen Dakwah  
 Perguruan Tinggi : UIN Kiyai Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melaksanakan penelitian di PT Asshofwah Cabang Jember terhitung mulai tanggal 01 April 2025 sampai dengan 15 Mei 2025, dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: "Strategi Peningkatan Layanan Jemaah pada Travel Haji dan Umroh (Studi Kasus PT Asshofwah Cabang Jember)" Penelitian telah dilakukan sesuai dengan prosedur dan etika yang berlaku, serta tidak mengganggu kegiatan operasional perusahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 7 MEI 2025  
 Hormat kami,  
**PT ASSHOFWAH CABANG JEMBER**

  
 Mascung Munajad  
 Kepala Cabang





Wawancara Dengan Abdul Rosyidi Selaku Staf Pelayanan



Wawancara Dengan Ibu Khodijah



Wawancara Dengan Bapak Sucipto





Program Acara Dari PT Asshofwah

**JADWAL KEBERANGKATAN UMROH AWAL MUSIM KLOTER JULI - NOVEMBER 2025 PT. ASH SHOFWAH GROUP TOUR AND TRAVEL**

| Tgl - Paket - HPU                  | Detail     | Status  |
|------------------------------------|------------|---|
| <b>Tgl - Paket - HPU Juli</b>      |            |   |
| 25D - M16                          | 36.500.000 | Musikah Jemberal Taqwa (180) Musikah, Seta / Seta (180) |
| 20D - EKO                          | 36.500.000 | Musikah Raha Taqwa (170) Musikah, Seta / Seta (180)     |
| <b>Tgl - Paket - HPU Agustus</b>   |            |   |
| 16D - HPU                          | 39.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 16D - NUS                          | 33.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 16E - EKO                          | 33.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 12D - HPU                          | 34.999.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 14E - EKO                          | 35.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 20E - EKO                          | 36.500.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 14E - HPU                          | 34.500.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| <b>Tgl - Paket - HPU September</b> |            |   |
| 16D - NUS                          | 33.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 12D - HPU                          | 34.999.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 20D - EKO                          | 36.500.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 14E - EKO                          | 35.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 12D - HPU                          | 34.500.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| <b>Tgl - Paket - HPU Oktober</b>   |            |   |
| 20D - NUS                          | 34.999.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 16D - NUS                          | 33.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 16D - HPU                          | 36.500.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 14D - EKO                          | 35.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 20D - EKO                          | 36.500.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| <b>Tgl - Paket - HPU November</b>  |            |   |
| 16D - NUS                          | 33.750.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 12D - HPU                          | 34.999.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |
| 20D - EKO                          | 37.500.000 | Musikah Taqwa Makah (180) Musikah, Seta / Seta (180)    |

Jadwal Pemberangkatan Dari PT. Asshofwah

| NO | FULL NAME                   | SEK | PLACE OF BIRTH | DATE OF BIRTH | NO PASSPORT | DATE OF ISSUED | DATE OF EXPIRY | ISSUING OFFICE |
|----|-----------------------------|-----|----------------|---------------|-------------|----------------|----------------|----------------|
| 1  | HARUS MANSALAH              | P   | JEMBER         | 1984-08-10    | E4481976    | 2024-01-09     | 2024-01-09     | JEMBER         |
| 2  | DIYAYATI ADEAN MAHRUDI      | P   | JEMBER         | 1983-07-08    | 84284676    | 2024-12-29     | 2024-12-10     | JEMBER         |
| 3  | ZAINAL ABIDIN               | M   | JEMBER         | 1974-05-02    | E3430138    | 2023-05-23     | 2023-05-23     | MALANG         |
| 4  | SARINA BEHRI                | P   | PALEMBANG      | 1985-12-10    | E9149188    | 2024-11-07     | 2024-11-07     | PALEMBANG      |
| 5  | YOPYK BUDIYONO MULIAAN      | M   | JEMBER         | 1982-09-28    | E0294423    | 2022-09-21     | 2027-09-21     | JEMBER         |
| 6  | WAGIT KASEWUN               | M   | JEMBER         | 1976-07-01    | E8697825    | 2024-10-28     | 2024-10-28     | JEMBER         |
| 7  | ANEM LATIF                  | P   | JEMBER         | 1980-01-17    | E897821     | 2024-10-28     | 2024-10-28     | JEMBER         |
| 8  | SUWASO SURABANO             | M   | JEMBER         | 1959-05-29    | E8699782    | 2024-10-25     | 2024-10-25     | JEMBER         |
| 9  | USWATHININGGI MAWRIQ        | P   | JEMBER         | 1989-11-20    | E8991181    | 2024-11-05     | 2024-11-05     | JEMBER         |
| 10 | RIYAZUL MUSTOFA HAS         | M   | JEMBER         | 1988-02-03    | E8991781    | 2024-10-25     | 2024-10-25     | JEMBER         |
| 11 | LILIK SURBANTI MOEN         | P   | JEMBER         | 1973-06-14    | E8990643    | 2024-10-25     | 2024-10-25     | JEMBER         |
| 12 | PUYATI BOWADI SURAWI        | P   | JEMBER         | 1985-07-01    | E8886725    | 2024-10-28     | 2024-10-28     | JEMBER         |
| 13 | BEHO SEAD SAKAT             | M   | SAWANG         | 1980-07-01    | E896724     | 2024-10-20     | 2024-10-20     | JEMBER         |
| 14 | MOHAMAD RAMWAI              | M   | JEMBER         | 1986-03-10    | 84284658    | 2024-12-24     | 2024-12-24     | JEMBER         |
| 15 | ALEXANDER WIKI              | M   | JEMBER         | 1978-10-26    | E8114223    | 2024-09-02     | 2024-09-02     | JEMBER         |
| 16 | AQIM KARIYE YUDUB           | M   | JEMBER         | 1985-10-03    | E904688     | 2024-11-08     | 2024-11-08     | JEMBER         |
| 17 | ROHAYI ABD AZIS             | P   | JEMBER         | 1987-11-06    | E8990682    | 2024-11-12     | 2024-11-12     | JEMBER         |
| 18 | SARIMAN HETEM AHMAD         | M   | JEMBER         | 1985-09-13    | E8990448    | 2024-12-30     | 2024-12-30     | JEMBER         |
| 19 | UMI KULSUM SHALEH           | P   | JEMBER         | 1966-07-20    | 84284445    | 2024-12-20     | 2024-12-20     | PEKANBARU      |
| 20 | ALBI UMAR RAHMAN            | M   | JEMBER         | 1999-05-10    | 84294882    | 2024-12-28     | 2024-12-28     | PEKANBARU      |
| 21 | ILAHATI NUSLAN ADI          | M   | MALANG         | 1959-11-27    | 84284888    | 2024-12-20     | 2024-12-20     | JEMBER         |
| 22 | HALIMATUS SAKINAH MOK TAYIB | P   | PALEMBANG      | 1967-02-05    | E3247728    | 2023-06-28     | 2023-06-28     | JEMBER         |
| 23 | ILAHATI HARYANTI ABD SALAM  | M   | PALEMBANG      | 1987-04-20    | E1241043    | 2023-09-20     | 2023-09-20     | PALEMBANG      |
| 24 | NURTUNDAH RIZKYO NURHANI    | P   | JEMBER         | 1983-06-25    | E8991388    | 2024-11-12     | 2024-11-12     | JEMBER         |
| 25 | MULKONO MANILO              | M   | JEMBER         | 1982-11-10    | E8990182    | 2024-11-12     | 2024-11-12     | JEMBER         |
| 26 | LILIK SURYANINGSIH          | P   | JEMBER         | 1979-07-01    | E8978889    | 2024-10-28     | 2024-10-28     | JEMBER         |

Data Jemaah PT Asshofwah Yang Akan Di Berangkatkan

Pamflet PT Asshofwah



Voucher yang di berikan PT Asshofwah Untuk Jemaah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## BIODATA



### DATA PRIBADI

Nama : Rifki Maulana Faqih  
 NIM : D20194027  
 Tempat Tanggal Lahir : Jember, 22 Agustus 2001  
 Alamat : Dusun Sukosari, RT/RW 006/004  
 Jatisari Jenggawah Jember  
 Fakultas : DAKWAH  
 Jurusan : Dakwah  
 Prodi : Manajemen Dakwah  
 No Hp : 088989279167  
 Email : rm1267917@gmail.com

### RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2006-2007 : TK Sunan Ampel  
 Tahun 2007-2013 : SDN Jatisari 03  
 Tahun 2013-2016 : SMPN 2 Jenggawah  
 Tahun 2016-2019 : SMA Nuris Jember  
 Tahun 2019-2025 : Universitas Islam Negeri  
 Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

### PENGALAMAN ORGANISASI

- a. Wakil Ketua Umum HMPS MD Periode 2020-2021
- b. Bidang Eksternal DEMA DAKWAH Masa Kerja 2021-2022
- c. Ketua PMII Rayon DAKWAH Masa Khidmat 2020-2021
- d. Anggota Budaya Dan Olahraga IPNU PAC JENGGAWAH