

**STRATEGI PELAYANAN IBADAH UMRAH PT MADINAH IMAN
WISATA KOTA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN JEMAAH UMRAH**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri
Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1**

OLEH :

AHMAD AZKA AZKYA'

NIM. 21102040055

Dosen Pembimbing:

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag

NIP: 19731016 200012 1 001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITA ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1181/Un.02/DD/PP.00.9/07/2026

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PELAYANAN IBADAH UMRAH PT MADINAH IMAN WISATA KOTA
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN JEMAAH UMRAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD AZKA AZKYA
Nomor Induk Mahasiswa : 21102040055
Telah diujikan pada : Jumat, 19 Desember 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc., M.Ag
SIGNED

Valid ID: 6a4de4111119



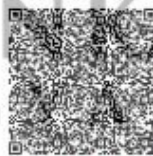
Penguji I
Bayu Mitra Adhyatma Kusuma, S.AP.,
M.AP., M.Pol.Sc., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 6a464ec534a60



Penguji II
Muhammad Irfai Muslim, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a436578c548c



Yogyakarta, 19 Desember 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Anif Mafutun, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6a5484d89a17



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
Alamat: Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, FAX. (0274) 552230
Email: fid@uin-suka.ac.id, Yogyakarta, 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara

Nama : Ahmad Azka Azkya

NIM : 21102040055

Judul Skripsi : Strategi Pelayanan Ibadah Umrah PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah Umrah.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Sosial. Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 9 Desember 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Pembimbing

Munif Solihan, MPA
NIP. 19851209 201903 1 002

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
NIP. 19731016 200012 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Azka Azkya

NIM : 21102040055

Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, Bahwa skripsi saya yang berjudul “Strategi Pelayanan Ibadah Umrah PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah Umrah” adalah hasil karya saya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian – bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 9 Desember 2025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN ALIYAH
YOGYAKARTA



Ahmad Azka Azkya
21102040055

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur mengucapkan Alhamdulillah.

Skripsi ini saya dedikasikan sepenuhnya kepada

Program Studi Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta.



MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

"Sebaik-baik orang adalah yang dapat memberi manfaat kepada sesama."¹



¹ <https://kemenag.go.id/islam/khutbah-jumat-mari-mudahkan-urusan-orang-lain-dqzQ6>
diakses pada tanggal 18 Agustus 2025 Pukul 21.06 WIB

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, atas limpahan karunia, petunjuk, dan rahmat Allah SWT yang tak terhingga, yang memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI PELAYANAN IBADAH UMRAH PT MADINAH IMAN WISATA KOTA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN JEMAAH UMRAH”. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang menjadi suri teladan utama yang syafaatnya selalu kita nantikan di hari akhir.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari kontribusi dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan adanya bantuan serta dorongan yang tak ternilai tersebut, Alhamdulillah, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. H. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Munif Solihan, MPA. selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. H. Muhammad Irfai Muslim, M.Si. dan Shofi'unnafi, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan membimbing selama ini

dalam perkuliahan dan kegiatan akademik.

5. Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu dan membimbing dalam menyusun skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Drs. H. Noor Hamid, M.Pd.I. selaku Dosen yang telah membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Dosen Manajemen Dakwah yang telah memberikan ilmu dengan ikhlas dan tulus.
8. Karyawan Tata Usaha Manajemen Dakwah yang telah membantu mengurus berkas-berkas yang diperlukan.
9. Ali Zainal Abidin selaku Pimpinan Cabang Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta yang telah membantu dan memberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi ini, dan seluruh pengurus Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta yang telah membantu pengambilan data penelitian skripsi.
10. Orang tua penulis yaitu Bapak Darwoto dan Ibu Siti Munawaroh yang senantiasa mendoakan dan menyemangati saya dengan penuh kasih sayang setiap harinya.
11. Teman-teman dekat penulis yaitu Ahmadika Miftahussyifa, Muhammad Agung Akbar, Ahmad Fatih Sholahuddin, Muhammad Radi, Nuruddin Ulil Fahmi, Muhammad Royyan, Andika Permana, Iqbal Lutfiansyah, Muhammad Khaliq Syahbana Sitompul, Abdussalam dan Muhammad Farhan yang selalu memberikan support dan menyemangati saya sehingga bisa menyelesaikan

skripsi ini.

12. Teman-teman Manajemen Dakwah angkatan 2021 yang telah sama-sama berjuang dalam menuntut ilmu, memberi dukungan dan memberi semangat satu sama lain.
13. Kepada seseorang yang sangat berarti dalam kehidupan penulis, Frisma Puspita Arum, S.T. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penuli. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluhan, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
14. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada satu sosok yang selama ini diam – diam berjuang tanpa henti, seorang laki – laki sederhana dengan impian tinggi, namun sering kali sulit ditebak isi pikiran dan hati. Terimakasih kepada penulis yaitu diri saya sendiri, Ahmad Azka Azkya'. Anak bungsu yang menginjak usia 22 tahun yang dikenal keras kepala dan egois namun juga memiliki sifat kekanak – kanakan. Terimakasih telah turut hadir di dunia ini, telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang ada di depan. Terimakasih karena sudah mau menjadi dirimu sendiri. Saya bangga atas setiap langkah kecil yang kamu ambil.

Skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk memperbaiki skripsi ini agar lebih baik lagi. Hanya kepada Allah SWT kami memohon ampun dan memohon petunjuk.

Yogyakarta, 1 September 2025

Peneliti

Ahmad Azka Azkya
21102040055



ABSTRAK

Pertumbuhan jamaah umrah di Indonesia yang terus meningkat menuntut biro perjalanan untuk menerapkan strategi pelayanan yang efektif demi menjaga kepuasan jamaah di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi pelayanan PT. Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan jamaah umrah. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan studi lapangan, melibatkan pimpinan, staf, dan jamaah sebagai informan utama. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui proses reduksi, penyajian, serta penarikan kesimpulan dengan uji keabsahan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pelayanan yang menitikberatkan pada *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* mampu meningkatkan rasa percaya, kenyamanan, sekaligus kepuasan jamaah. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berperan dalam pemenuhan kebutuhan jamaah, tetapi juga penting untuk memperkuat loyalitas serta daya saing biro perjalanan umrah. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan strategi pelayanan yang berfokus pada kepuasan jamaah di sektor penyelenggaraan ibadah umrah.

Kata Kunci: strategi pelayanan, kepuasan jamaah, biro perjalanan umrah, Madinah Iman Wisata.

ABSTRACT

The continuous growth of Umrah pilgrims in Indonesia requires travel agencies to implement effective service strategies in order to maintain pilgrim satisfaction amid increasingly fierce industry competition. This study aims to examine the service strategies of PT. Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta in improving the satisfaction of Umrah pilgrims. A descriptive qualitative approach was used with field studies, involving leaders, staff, and pilgrims as the main informants. Data were obtained through in-depth interviews, observations, and documentation, then analyzed through a process of reduction, presentation, and conclusion drawing with validity testing using source triangulation. The results show that the implementation of service strategies that focus on reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles can increase pilgrims' trust, comfort, and satisfaction. These findings confirm that service quality not only plays a role in meeting pilgrims' needs but is also important for strengthening loyalty and the competitiveness of umrah travel agencies. Thus, this study provides practical contributions to the development of service strategies that focus on pilgrim satisfaction in the umrah pilgrimage sector.

Keywords : service strategy, pilgrim satisfaction, umrah travel agency, Madinah Iman Wisata

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	xvi
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka.....	7
E. Kerangka Teori.....	10
F. Metode Penelitian	22
G. Sistematika Pembahasan	30
BAB II Gambaran Umum Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta	32
A. Letak Geografis.....	32
B. Visi dan Misi.....	33

C. Prosedur Pendaftaran dan Pembatalan Umroh Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta	33
D. Struktur dan Uraian Tugas	35
E. Sarana dan Prasarana	39
F. Data Jemaah Umroh MIW Kota Yogyakarta 2022 – Juni 2025	40
G. Produk – Produk di Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta	45
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	47
BAB IV PENUTUP	91
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Sarana.....	39
Tabel 2. 2 Prasarana	40
Tabel 2. 3 Data Jemaah Umroh MIW Kota Yogyakarta 2022 – Juni 2025	40
Tabel 2. 4 Keberangkatan jemaah Umroh 18 – 27 Januari 2025	40
Tabel 2. 5 Keberangkatan Jemaah Umroh 22 Januari – 3 Februrari 2025	41
Tabel 2. 6 Keberangkatan Jemaah Umroh 11 – 22 Februari 2025	43
Tabel 2. 7 Keberangkatan Jemaah Umroh 1 – 11 Maret 2025	43
Tabel 2. 8 Keberangkatan Jemah Umroh 9 – 18 Apri 2025	43
Tabel 2. 9 Keberangkatan Jemaah Umroh 26 Juni – 5 Juli 2025	44
Tabel 2. 10 Umroh + Thaif 12 Hari	45
Tabel 2. 11 Umroh Spesial Milad MIW Bersama Ustadz Syam El Marusy	45
Tabel 2. 12 Umroh Spesial Awal Ramadhan.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Denah Lokasi MIW Kota Yogyakarta	32
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi MIW Kota Yogyakarta	36



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia kembali menjadi salah satu negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia pada 2025. Menurut data *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) melaporkan bahwa, Indonesia diperkirakan mempunyai sebanyak 240,62 juta jiwa. Jumlah ini setara dengan 86% dari populasi penduduk nasional yang mencapai 277,53 juta jiwa. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri, yang menjadikan penduduk Indonesia berkeinginan melaksanakan ibadah umrah di Tanah Suci Mekkah Al-Mukarromah. Banyaknya populasi umat muslim di Indonesia dan semakin bertambahnya keinginan masyarakat kelas menengah untuk melaksanakan ibadah umrah. Ibadah umrah sekarang ini menjadi trend baru dikalangan masyarakat kelas menengah di Indonesia. Bukan hanya sekedar kegiatan spiritual melainkan sebagai sarana eksistensi dan validasi untuk mendapatkan status sosial di masyarakat.²

Semakin meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah dikarenakan dapat dilakukan sewaktu-waktu pada bulan dan jadwal keberangkatan yang diinginkan kecuali pada bulan haji yaitu dari awal syawal sampai sepuluh hari pertama bulan Zulhijjah. Namun ibadah umrah tetap memiliki tujuan dalam meningkatkan iman, ketaqwaan, dan nilai – nilai

² Miftah, Z. (2016). “*Ibadah Umrah Sebagai Gaya Hidup, Eksistensi Diri dan Komoditas Industri*”, Jurnal Cendikia, Volume 08, No. 01, (Maret,2016)

spiritual kepada setiap pelakunya, tetapi kedua badah tersebut juga menyimpan potensi ekonomi yang sangat potensial.³ Fenomena tingginya peminat ibadah umrah menjadi peluang bisnis yang sangat prospektif bagi perusahaan penyelenggara ibadah umrah di Indonesia (PPIU).⁴ Maka tidak heran banyak bermunculan bisnis perjalanan umrah di Indonesia saat ini. Tercatat pada tahun 2023 PPIU yang terdaftar secara legal di Indonesia berjumlah 1.953 dengan total PPIU Daerah Istimewa Yogyakarta berjumlah 64.⁵

Peluang inilah yang pada akhirnya dilirik oleh biro-biro perjalanan ibadah umrah yang kemudian kompentisi untuk menarik perhatian para jamaah, dan berlomba-lomba menawarkan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda-beda. Sebab itulah semakin banyak pula biro travel yang berdiri sehingga menimbulkan dilema pada masyarakat untuk memilih biro travel mana yang nantinya akan mereka pilih untuk melaksanakan ibadah umrah. Oleh karena ini pentingnya setiap biro travel mulai menyusun strategi khususnya dalam bidang pelayanan untuk membuat para konsumen tertarik dan merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh biro travel umrah tersebut. Pemberian pelayanan yang terbaik dan maksimal adalah suatu teknik untuk mendapatkan pelanggan, menarik yang belum menggunakan jasa dan produk kita, serta mempertahankan yang

³ Maharani, M. (2020). “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah dan Haji Khusus Di Pt. Al-Anshor Madinah Barokah Yogyakarta”, Jurnal Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga, Vol. 6 No. 2, Juli-Desember: 257-273

⁴ Oktora, Kiki, and Adrian Achyar. 2014. “The Effect of PostPurchased Perceived-Value Towards The Relationship Quality of Hajj and Umrah Travel Agencies in Indonesia.” The South East Asian Journal Of Management 8, no. 1: 29–46

⁵ <https://haji.kemenag.go.id> diakses 13 Oktober 2024 pukul 20.30 WIB

sudah menggunakan produk kita.

Melayani setiap jemaah dengan cepat dan tepat, mempunyai sarana dan prasarana yang prima, tersedia semua produk yang diinginkan, bertanggung jawab terhadap setiap jemaah dari awal sampai akhir, mampu berkomunikasi dengan jelas, memiliki pengetahuan umum, dan mampu menanamkan kebaikan kepercayaan pada jemaah juga mewujudkan setiap kualitas pelayanan prima yang dapat memenuhi persyaratan jemaah. Jika pengelola perjalanan yang bersangkutan memberikan pelayanan yang luar biasa maka jemaah akan senang, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas jemaah. Jika suatu layanan memenuhi harapan maka layanan tersebut dianggap berkualitas tinggi, jika tidak memenuhi harapan maka dianggap kualitasnya rendah.

Kelancaran penyelenggaraan umrah, diperlukan adanya layanan yang menyediakan manajemen perencanaan dan peraturan kebijakan. Mulai dari pendaftaran jemaah, pembiayaan, penyiapan akomodasi dan logistik bagi jemaah, pembayaran biaya, pengaturan transportasi dan penyelenggaraan wisata terpadu serta bimbingan manasik, pengelompokan jemaah, pengumpulan dokumen dan paspor, persiapan visa dan sumber daya pendukung, dan pelaksanaan operasional yang dilaksanakan.⁶ Dalam industri perjalanan dan pariwisata, umrah adalah sebuah perjalanan tersendiri. Dalam perjalanan tersebut, seorang muslim meninggalkan negara asalnya dan

⁶ Irmayani, "Strategi Manajemen dalam Peningkatan Pelayanan dan Kepercayaan Jemaah Haji dan Umrah (Studi pada PT. Zakiah Dina Tayyibah Tour dan Travel Kota Parepare)", *Jurnal kajian Manajemen Dakwah (KJMD)* Vol. 1, No.1 (2019).

melakukan perjalanan ke negara yang aman di Baitullah Suci.

Allah berfirman dalam QS.Al-Baqarah/2: 196. ٥

وَأَيُّوا الْحُجَّ وَالْعُمْرَةَ إِلَى

Terjemahannya:

Dan Sempurnakanlah Ibadah Haji dan Umrah karena Allah.⁷

Berdasarkan Undang-Undang No.08 tahun 2019 menyebutkan bahwa pemerintah berkewajiban melakukan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan menyediakan layanan administrasi, bimbingan ibadah, akomodasi, transportasi, pelayanan kesehatan, keamanan dan hal-hal lain yang diperlukan oleh jemaah haji maupun umrah.⁸ Undang-undang ini sangat terkait dengan perjalanan ibadah umrah karena mayoritas biro perjalanan haji pasti ada juga perjalanan umrah dan memberangkatkan sejumlah jemaah yang ditentukan merupakan syarat berdirinya biro haji dan umrah. Maka dari itu Madinah Iman Wisata mendirikan biro perjalanan untuk mendukung jemaah yang ingin pergi ke Tanah Suci.

PPIU Madinah Iman Wisata yang berdiri pada tahun 2000 dan diambil alih serta di kembangkan oleh manajemen baru pada tahun 2016 yang pada mulanya berpusat di kota Salatiga dan dipindahkan di Tangerang Selatan karena manajemen barunya, kemudian untuk Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta berdiri tahun 2017. PPIU ini dipastikan diizinkan oleh Kementerian Agama

⁷ <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/196> diakses Senin, 9 Desember 2024 pukul 16.57 WIB

⁸ Ramdhani, & Febriani. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah, Kompilasi dengan Undang-Undang dan Peraturan Pelaksana. (pp. 1–23).

yaitu SK Umrah No U.215 2021 dan SK Haji No. 319 2021. Sudah lebih dari 500 jemaah mempercayakan penyelenggaraan haji Dan umrahnya bersama Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta dan telah terakreditasi A. Selain memiliki cabang di Yogyakarta PT Madinah Iman Wisata ini sudah banyak memiliki cabang di berbagai daerah di seluruh Indonesia seperti Jakarta, Bali, Bandung, Boyolali, Grobogan, Salatiga, Sleman, Solo, dan masih banyak lainnya sehingga menjadi populer baik di kalangan masyarakat desa maupun perkotaan dan berkantor pusat di Tangerang Selatan.⁹

Hal yang menjadikan Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta memiliki keunggulan diantaranya Madinah Iman Wisata adalah penyelenggara ibadah umrah resmi yang terdaftar di Kemenag, Madinah Iman Wisata memberikan fasilitas hotel yang dekat dengan masjid dengan makanan citarasa Indonesia dan menggunakan maskapai tanpa transit. Madinah Iman Wisata dalam memberikan pelayanan selalu berusaha memfasilitasi dengan baik, menjaga dan mempertahankan komunikasi dengan jemaah, serta loyalitas yang mencakup kepercayaan dan loyalitas konsumen. Karyawan Madinah Iman Wisata juga melakukan pelayanan jemput bola dalam mengurus berkas pendaftaran jemaah juga memberikan pelayanan kepada jemaah yang membutuhkan keperluan tambahan seperti kursi roda bagi yang mempunyai penyakit dan membantu membelikan alat atau barang yang diperlukan jemaah.¹⁰

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik dengan

⁹ Hawari. (2022). Umroh Sepesial Untuk Keluarga. 1

¹⁰ Hawari. (2023). Umroh Nyaman Tanpa Ribet. Madinah Iman Wisata, 4.

manajemen pelayanan ibadah umrah terhadap jemaah studi kasus Di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta, maka penulis bermaksud akan melakukan penelitian dan mengambil judul “Strategi Pelayanan Ibadah Umrah PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta dalam Meningkatkan Kepuasan Jemaah Umrah”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penguraian latar belakang maka rumusan masalah penelitian yaitu: Bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan jemaah umrah di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada hasil perumusan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian yaitu: Menjelaskan bagaimana strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan jemaah umrah di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti dan bagi pembaca dari penelitian ini. Selain itu agar menjadi tambahan wawasan dan pengetahuan tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan jemaah umrah di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta. Selain itu peneliti juga mengharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan terkait haji dan umrah pada Program

Studi Manajemen Dakwah pada konsentrasi Manajemen Haji dan Umrah.

b. Secara praktis

1) Bagi Madinah Iman Wisata

Penelitian ini bisa dijadikan acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan pelayanan jemaah atau konsumen terutama bagi perusahaan yang bergerak pada biro haji dan umrah, biro pariwisata, maupun perusahaan jasa lainnya. Selain itu, untuk meningkatkan kemampuan penulis dalam meneliti serta mendalami penerapan fungsi strategi pelayanan yang diberikan kepada para jemaah selama melakukan kegiatan ibadah umrah.

2) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu pedoman atau rujukan bagi peneliti selanjutnya untuk mempelajari ilmu maupun meneliti dalam bidang strategi pelayanan umrah serta dapat dijadikan acuan dalam membuat karya tulis maupun makalah.

D. Kajian Pustaka

Kajian pustaka bertujuan untuk menyatakan keaslian penelitian terdahulu. Oleh karena itu, untuk mempermudah pembahasan penelitian ini, peneliti memiliki tinjauan kepustakaan dari penelitian terdahulu, sebagai berikut:

Pertama, skripsi berjudul *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Jama'ah Haji dan Umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta Tahun 2024* oleh Risnawati. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi pelayanan dalam meningkatkan minat jama'ah. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan hasil menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan melalui sikap ramah, profesional, responsif, serta promosi efektif menjadi faktor utama. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus variabelnya; jika penelitian terdahulu menekankan pada upaya menumbuhkan minat calon jemaah, peneliti lebih memfokuskan pada strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan jemaah yang sedang atau telah menerima pelayanan.¹¹

Kedua, skripsi berjudul *Manajemen Pelayanan Ibadah Umrah di PT. Madinah Iman Wisata Kabupaten Boyolali* oleh Sahid Hadi Kusuma. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pelayanan di cabang Boyolali sudah memberikan hak-hak jemaah secara baik, mulai dari paspor hingga akomodasi dengan sistem jemput bola. Meskipun memiliki objek perusahaan yang sama, penelitian ini memiliki perbedaan pada lokus dan ruang lingkupnya. Peneliti akan mengkaji strategi pelayanan pada cabang Kota Yogyakarta yang memiliki dinamika pasar dan karakteristik jemaah perkotaan yang berbeda, serta lebih spesifik mengaitkannya dengan indikator kepuasan

¹¹ Risnawati, Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Jama'ah Haji dan Umroh di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta., *Skripsi* (Purwokerto: Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof.K.H Saifuddin Zuhri, 2024).

jemaah.¹²

Ketiga, skripsi *Strategi Pelayanan Travel Tazkiyah Tour Terhadap Calon Jemaah Perempuan Dalam Menunaikan Ibadah Umrah* oleh Herlina. Hasilnya menunjukkan penerapan strategi sosialisasi, edukasi, dan jaminan pelayanan yang memenuhi standar keamanan khusus perempuan. Persamaan dengan penelitian peneliti adalah pembahasan mengenai strategi pelayanan, namun perbedaannya terletak pada subjek penelitian. Jika penelitian tersebut sangat spesifik pada segmentasi jemaah perempuan, penelitian ini akan mengkaji strategi pelayanan secara lebih komprehensif untuk seluruh kategori jemaah guna melihat standar kepuasan secara umum di PT Madinah Iman Wisata.¹³

Keempat, artikel oleh Maratus Soleha dan Khaeron Sirin berjudul *Strategi Pelayanan Dalam Peningkatan Kepuasan Jamaah Umrah Disabilitas pada P. Dhiyaa El Haramain El Mubarakah*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan pada segmen disabilitas sudah tepat melalui pendampingan dan pemenuhan kebutuhan khusus. Penelitian tersebut memberikan kontribusi besar pada pelayanan segmen khusus (disabilitas), sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti berfokus pada strategi pelayanan jemaah secara reguler dan menyeluruh guna memotret tingkat

¹² Sahid Hadi Kusuma, Manajemen Pelayanan Ibadah Umrah Di PT. Madinah Iman Wisata Kabupaten Boyolali, *Skripsi* (Surakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023).

¹³ Herlina, Strategi Pelayanan Travel Tazkiyah Tour Terhadap Calon Jamaah Perempuan Dalam Menunaikan Ibadah Umrah, *Skripsi* (Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022).

kepuasan jemaah secara luas di lokasi Kota Yogyakarta.¹⁴

Kelima, jurnal berjudul *Tren dan Tantangan dalam Manajemen Industri Haji dan Umroh: Perspektif Global dan Lokal* oleh Maela Aulia, dkk. Hasil penelitian melalui metode studi pustaka ini menunjukkan adanya tren digitalisasi layanan dan tantangan perubahan kebijakan pemerintah. Penelitian tersebut memberikan landasan teoretis mengenai tren industri secara makro, sementara peneliti akan melengkapinya dengan studi lapangan (*field research*) untuk melihat bagaimana tren dan tantangan tersebut direspon melalui strategi pelayanan nyata di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta pada tahun 2025.¹⁵

Berdasarkan tinjauan penelitian terdahulu di atas, penelitian yang akan dilaksanakan peneliti memiliki posisi yang berbeda baik dari segi lokasi penelitian di Kota Yogyakarta, waktu penelitian pada tahun 2025, maupun kedalaman analisis yang menghubungkan antara strategi pelayanan dengan hasil evaluasi berupa kepuasan jemaah secara komprehensif.

E. Kerangka Teori

1. Strategi Pelayanan

a. Pengertian Strategi Pelayanan

¹⁴ Maratus Soleha dan Khaeron sirin, Strategi Pelayanan Dalam Peningkatan Kepuasan Jamaah Umrah Disabilitas Pada PT. Dhiyaa El Haramain El Mubarakah Bekasi Jawa Barat, Jurnal Jakarta: Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2024, hlm 6.

¹⁵ Maela Aulia dkk, "Tren dan Tantangan dalam Manajemen Industri Haji dan Umroh: Perspektif Global dan Lokal", *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, vol. 5, No.4, 2024 ; hlm. 4.

Strategi merupakan suatu hal yang berhubungan erat dengan menetapkan bagaimana arah bagi pemilik usaha mengacu pada sumber daya yang ada pada pelaku usaha serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik guna membantu memenangkan persaingan perekonomian. Strategi merupakan alat yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang.

Dalam Islam, bagian terpenting dari strategi Islam untuk mencapai tujuan-tujuan Islam adalah pencapaian semua aspek kehidupan duniawi, termasuk dimensi spiritual, guna mengembangkan moral manusia dan masyarakat. Tanpa perbaikan moral, tidak ada tujuan yang dapat tercapai, dan kesejahteraan manusia yang sejati akan sulit diwujudkan.¹⁶

Al-Quran memberikan petunjuk untuk membantu manusia menjalani kehidupan dunia yang fana ini, yang merupakan pendahuluan bagi kehidupan di akhirat. Misalnya, pengaruh Al-Quran terhadap perekonomian masyarakat menjadi bukti akan jangkauan dan kekuatan nyata Al-Quran dalam kehidupan nyata. Dalam surat Q.S Al-Jumu'ah (62) : 10 yang berbunyi :

¹⁶ Hamidah, “*Strategi Pengembangan Produk Kain Batik Besurek Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kota Bengkulu*” (Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri, 2018), h. 20

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَبِهُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ
تَفْلِحُونَ

Artinya : Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.

Pelayanan menjadi salah satu keunggulan bersaing yang dapat diciptakan perusahaan dengan menempatkan fokus bisnis pada kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berperan penting dalam membentuk loyalitas, sehingga pelanggan cenderung terus menggunakan layanan atau produk yang ditawarkan perusahaan secara berkesinambungan. Kualitas pelayanan akan dinilai baik dan memuaskan apabila jasa yang diterima pelanggan telah memenuhi atau sesuai dengan ekspektasi mereka.¹⁷

Menurut Tjiptono, strategi merupakan salah satu faktor krusial agar sebuah perusahaan dapat beroperasi dengan baik. Strategi menggambarkan arah bisnis yang disesuaikan dengan lingkungan yang dipilih dan berfungsi sebagai pedoman dalam pengalokasian sumber daya organisasi.¹⁸

Menurut Kardiman, strategi adalah penetapan tujuan utama jangka panjang bagi suatu perusahaan atau organisasi serta pemilihan

¹⁷ Puger Harjuno, “Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Taman Pintar Yogyakarta” (Skripsi, Program Studi Pemasaran Diploma III, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), hlm. 1

¹⁸ Tjiptono, Strategi Pemasaran, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 17

langkah-langkah tindakan dan pengalokasian sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.¹⁹

Strategi layanan merupakan cara dalam menghadapi suatu kondisi dan kenyataan dengan menawarkan solusi untuk mengatasi kondisi tersebut. Solusi atau metode yang dipilih disesuaikan juga dengan kebutuhan dan situasi yang ada, sehingga memberikan jalan keluar terbaik dari permasalahan tersebut. Kadang-kadang, strategi hanya diterapkan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.

b. Indikator Strategi Pelayanan

Terdapat lima pokok indikator strategi pelayanan sebagai berikut :

- 1) *Reliability* adalah kemampuan untuk menyajikan produk atau layanan yang mampu memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh besar terhadap perilaku pembelian mereka, yang sering kali mendorong terjadinya pembelian ulang.²⁰ Hal ini mengharuskan perusahaan untuk memberikan layanan yang tepat sejak awal. Selain itu, perusahaan juga harus menepati janji-janji yang dibuat, seperti mengantarkan produk sesuai dengan jadwal yang telah disepakati. Sederhana, cepat,

¹⁹ Menurut Kardiman dalam Skripsi Ade Heriyanto, “*Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam Di TB. Muara Aman Cirebon*” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam, IAI Bunga Bangsa, 2020), hlm. 9

²⁰ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Islam Era 5.0*, ed. Monalisa (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2021), hlm. 174

akurat, tidak rumit, serta mudah dipahami dan dilaksanakan oleh masyarakat umum.²¹

2) *Responsivines* adalah kemampuan untuk memberikan layanan dengan cepat dan tanggap, mengingat terkadang konsumen memerlukan waktu yang singkat untuk menyelesaikan sebuah transaksi..²² Keterlambatan dalam pelayanan terkadang membuat konsumen ragu atau membatalkan keputusan pembeliannya. Responsivitas mengacu pada kesiapan dan kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan serta memberikan layanan dengan cepat, yang mencakup kecepatan dan perhatian karyawan saat melayani transaksi demi membantu konsumen.²³

3) *Assurance* adalah sifat yang harus menjadi dasar dalam suatu layanan, yaitu kepastian bahwa produk atau layanan yang dibutuhkan oleh pembeli benar-benar memiliki kualitas tinggi dan memberikan nilai yang besar bagi mereka.²⁴ Pengetahuan, keterampilan, sikap sopan, dan dapat dipercaya dari karyawan

²¹ Dyah Agustiningtyas, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karang Trenggalek)” (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), h. 20

²² Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis Islam Era 5.0, ed. Monalisa (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2021), hlm. 175

²³ Dyah Agustiningtyas, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karang Trenggalek)” (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), hlm. 21

²⁴ Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis Islam Era 5.0, ed Monalisa (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2021),hlm. 175.

bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, anggota perusahaan harus menunjukkan tingkat kompetensi yang lebih tinggi dengan memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing.²⁵

- 4) *Tangibles* atau Aspek fisik merupakan fasilitas nyata yang harus ada dalam sebuah layanan. Empat dimensi layanan sebelumnya tidak dapat terpenuhi tanpa kehadiran aspek *tangible* ini. Layanan membutuhkan fasilitas fisik seperti staf atau karyawan, serta media komunikasi seperti kolom komentar di media sosial, dan fasilitas lainnya. Selain itu, fasilitas lain juga diperlukan untuk memudahkan pelaksanaan transaksi melalui internet guna mendukung aktivitas jual beli secara *online*.²⁶ Hal ini dapat mencakup tampilan fasilitas fisik, seperti lokasi outlet yang strategis, kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, serta penampilan karyawan. Beberapa aspek tersebut memang penting untuk diperhatikan karena menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sebuah produk.²⁷

²⁵ Dyah Agustiningtyas, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karang Trenggalek)” (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), hlm. 21

²⁶ Ika Yunia Fauzia, Etika Bisnis Islam Era 5.0, ed..., hlm. 175

²⁷ Dyah Agustiningtyas, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karang Trenggalek)”..., hlm. 20

2. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Richard L. Oliver mengemukakan kepuasan pelanggan merupakan tanggapan atas kebutuhan pelanggan yang diperoleh dengan mengevaluasi kualitas produk baik barang maupun jasa serta layanan yang diberikan, melalui penilaian kesesuaian antara kenyataan yang dialami dengan harapan yang dimiliki pelanggan.²⁸ Mowen dan Minor mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai sikap umum yang ditunjukkan oleh pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk dan layanan.²⁹

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh konsumen, baik berupa kebahagiaan maupun ketidakpuasan, yang muncul ketika mereka membandingkan kinerja suatu produk dengan realitas yang mereka alami. Jika produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, konsumen akan merasa tidak puas, namun jika produk tersebut sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka konsumen akan merasa puas atau senang.³⁰

Menurut Yazid, kepuasan bergantung pada perbedaan antara harapan dan kinerja nyata yang diterima. Jika harapan tinggi namun

²⁸ Menurut Richard dalam buku Prayetno Agustinus Sitanggang, Buku Ajar Konsumen (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021), hlm. 32

²⁹ Menurut Mowen dan Minor dalam buku Nurfadhilah, Manajemen Pemasaran (Jawa Barat: Penerbit Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 316

³⁰ Menurut Kotler dan Keller dalam buku Prayetno Agustinus Sitanggang, Buku Ajar Konsumen, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021), hlm. 32

kinerja yang diberikan hanya biasa saja, maka kepuasan tidak akan tercapai dan kemungkinan besar konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Hal ini terjadi karena harapan konsumen cenderung meningkat seiring dengan bertambahnya pengalaman mereka.³¹

b. Indikator Kapuasan Konsumen

Menurut kotler yang dikutip oleh Tjipto mengemukakan empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan konsumen yaitu :

1) *System* Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen harus memberikan banyak kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan. Media yang umum digunakan antara lain kotak saran yang diletakkan di lokasi strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen, kartu komentar yang dapat diisi langsung atau dikirimkan melalui pos, serta saluran telepon khusus. Informasi yang diperoleh dari berbagai cara tersebut dapat menjadi sumber ide baru dan masukan berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk merespons masalah yang muncul dengan cepat dan efektif.

³¹ Menurut Yaziz dalam Skripsi Ade Heriyanto, “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Etika Bisnis Islam Di TB. Muara Aman Cirebon” (Skripsi, Fakultas Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam, IAI Bunga Bangsa, 2020), hlm. 11

2) *Ghost / Mistery Shopping*

Perusahaan dapat membayar orang untuk berperan sebagai calon pembeli yang melaporkan temuan mereka mengenai kelebihan dan kekurangan yang dialami saat membeli produk perusahaan maupun produk pesaing. Namun, penting agar para karyawan tidak mengetahui bahwa atasan mereka sedang melakukan penelitian, karena jika mereka sadar sedang dinilai, perilaku mereka cenderung menjadi terlalu berlebihan dan hasil evaluasi menjadi kurang objektif.

3) *Last Customer Analysis*

Metode ini bersifat agak unik, di mana perusahaan berupaya menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau beralih ke pemasok lain. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi mengenai alasan di balik keputusan tersebut. Data ini sangat berguna untuk memahami penyebab kejadian tersebut serta sebagai dasar untuk merancang kebijakan perbaikan atau penyempurnaan bagi perusahaan ke depannya.

4) *Survey Kepuasan Konsumen*

Secara umum, banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui surat, telepon, maupun wawancara tatap muka. Melalui survei tersebut, perusahaan akan mendapatkan tanggapan langsung dan umpan balik dari konsumen sekaligus memberikan sinyal positif bahwa

perusahaan memperhatikan kebutuhan mereka.³²

Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan pengalaman atau hasil yang diperolehnya dengan harapan yang dimiliki. Jika pengalaman tersebut sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa senang dan puas. Sebaliknya, apabila pengalaman tersebut tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Salah satu faktor yang menjadi tolak ukur kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen :

1) Kualitas Produk

Yaitu ketika konsumen merasakan kepuasan apabila hasil yang mereka tunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan adalah yang berkualitas.

³² Dyah Agustiningtyas, "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karangany Trenggalek)" (Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018), hlm. 25

2) Kualitas Pelayanan

Yaitu ketika konsumen merasakan puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan atau sesuai dengan apa yang konsumen harapkan.

3) *Emosional*

Yaitu ketika konsumen akan merasa lebih bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa akan ada orang lain yang akan kagum terhadap dia apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

Yaitu ketika produk yang mempunyai *value* yang sama tetapi menetapkan harga yang sedikit lebih *ekonomis* akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

5) Biaya

Yaitu ketika konsumen yang tidak perlu lagi mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk tertentu.

3. Lembaga Travel Umroh

Menurut Wicaksono Biro perjalanan (travel) adalah Sebuah perusahaan yang memperoleh pendapatan dan keuntungan dengan menyediakan serta menjual produk dan layanan kepada pelanggannya.³³ transportasi menjadi sumber kebutuhan manusia sendiri tidak selalu berada di satu tempat yang sama, tetapi banyak tempat yang dikunjungi maupun ingin dikunjungi. Kesenjangan di antara jarak dan lokasi sumber membutuhkan adanya kebutuhan transportasinya. Penyedia jasa juga dapat berupa akomodasi ataupun juga jasa penyedia akomodasi transportasi tersebut seperti *Tour and Travel*.³⁴

Travel merupakan berpindahnya seseorang dari satu lokasi ke lokasi yang lain secara geografis berjauhan. Secara umum, perjalanan dapat dilakukan menggunakan kendaraan seperti : sepeda motor, mobil, pesawat, kapal, atau sarana transportasi umum lainnya. Seiring berjalannya waktu, kegiatan perjalanan berkembang menjadi peluang bisnis yang menjanjikan. Bisnis perjalanan merupakan usaha yang berfokus pada membantu orang berpindah tempat, dengan mengutamakan kenyamanan dan keselamatan para pengunjung dan wisatawan selama perjalanan mereka.

Madinah Iman Wisata merupakan salah satu travel agent yang bergerak di pelayanan jasa travel perjalanan ibadah Haji dan Umroh. Berdiri

³³ Menurut Wicaksono dalam CV MUHAMMAD RAMADHAN ALHABSYI, "LAPORAN KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA BAGIAN ADMINISTRASI CV MURA TRAVEL" hlm. 1

³⁴ *Ibid*, hlm. 1

sejak tahun 2000 oleh para profesional yang berkualitas dan berpengalaman dalam dunia industri pariwisata dan marketing, Madinah Iman Wisata melayani perjalanan antar kota-kota Timur Tengah seperti Makkah, Madinah, Thaif dan sekitar kota-kota yang berada di Makkah. Calon jemaah bisa datang langsung ke Kantor untuk dapat melakukan pemesanan tiket atau bertanya mengenai apakah ada paket perjalanan yang cocok dengan kebutuhan jemaah atau calon jemaah, proses pertanyaan tentang paket perjalanan juga bias dilakukan dengan cara menghubungi langsung dengan telepon atau juga bisa melalui *WhatsApp*.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan keadaan alamia dengan tujuan menguraikan sebuah fenomena yang dilaksanakan dengan cara beberapa metode yang tersedia. Penelitian kualitatif berusaha mendeskripsikan secara naratif dari sebuah kegiatan yang dilaksanakan dan pengaruh yang dilakukan di kehidupan mereka.³⁵ Penelitian ini mengamati perilaku manusia, dan termasuk interaksi manusia merupakan bagian dari pendekatan penelitian ini. Pendekatan analitis setelah pengumpulan data, data akan diorganisasikan secara metodis dan dibandingkan dengan data

³⁵ Muhammad Rijal Fadli, “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif”, *Humanika*, vol. 21:1 (2021), hlm.36.

yang dikumpulkan melalui tinjauan pustaka.³⁶

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan (*field research*) dan menjadi dasar penelitian penulis, yang mencakup eksperimen dan pengamatan yang dilakukan di lokasi khusus untuk menyelidiki berbagai fenomena objektif yang terjadi di tempat tersebut. Hasil penelitian ini akan direkam dalam bentuk laporan ilmiah. Penulis melakukan kerja lapangan untuk mengumpulkan data dan informasi yang tepat dan komprehensif berkaitan dengan masalah penelitian. Peneliti akan pergi langsung ke lokasi penelitian di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini akan dilakukan di PT Madinah Iman Wisata Yogyakarta yang beralamat di Jl. MT. Haryono No.43, Suryodiningratan, Kec. Mantriweron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55141.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan fakta lapangan dalam kurun waktu dua bulan, mulai dari bulan Desember 2024 sampai bulan Februari 2025.

3. Subjek dan Objek Penelitian

³⁶ Lexy J. Moeleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” Bandung, PT Remaja Rosda Karya, (2009), hlm.28.

a. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah narasumber yang bisa memberikan informasi- informasi yang terkait dengan penelitian peneliti ini adalah pimpinan, perwakilan pengurus, dan perwakilan Jemaah haji.

Subjek penelitian adalah narasumber yang memberikan informasi terkait dengan penelitian ini. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang dianggap paling mengetahui tentang apa yang diharapkan peneliti.³⁷ Adapun informan dalam penelitian ini adalah Pimpinan PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta, Staf Administrasi, dan perwakilan jemaah umroh yang sudah dipilih berdasarkan kriteria.

b. Objek penelitian

Objek penelitian adalah suatu atribut, karakteristik, atau penilaian dari individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari serta disimpulkan. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah Strategi Meningkatkan Pelayanan Umrah PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta Tahun 2024 untuk mengkaji sejauh mana strategi yang dapat dilakukan dalam pelayanan penyelenggaraan ibadah umrah dari jemaah Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 85.

4. Sumber dan Jenis Data.

Terdapat dua jenis data pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, yang diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan menggunakan data itu sendiri dari sumber aslinya. Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dengan hasil data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya berupa wawancara, pendapat individu atau kelompok, maupun hasil observasi terhadap suatu objek, kejadian atau fenomena.³⁸ Penulis menggunakan hasil yang didapatkan dari informan mengenai topik penelitian sebagai data primer. Data primer penelitian ini berasal dari wawancara mendalam dengan karyawan dan jamaah PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta yang dapat memberikan gambaran tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan jamaah umrah di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung bisa berupa buku catatan, bukti yang telah disimpan atau diarsipkan.³⁹ Data sekunder

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan RnD*, (Bandung:Alfabeta,2019).

³⁹ *Ibid.*

sebagai data pendukung data primer yang diperoleh dari literatur, dokumen, buku-buku, foto-foto, arsip-arsip, undang-undang, autobiografi, serta data yang memiliki relevansi terhadap strategi meningkatkan pelayanan jamaah umrah PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta.

5. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan berbagai teknik untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, antara lain:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung maupun tidak tentang hal-hal yang diamati dan mencatatnya pada alat observasi. Observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁴⁰ Observasi pada penelitian ini, peneliti secara langsung terjun di lapangan untuk mencatat semua yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan seperti tempat maupun peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar tempat penelitian dalam penelitian strategi pelayanan ibadah umrah di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta.

⁴⁰ Wina Wijaya, *Penelitian Pendidikan Jenis, Metode, dan Prosedur*, (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2013).

b. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab untuk membangun makna tentang suatu topik tertentu. Ada beberapa jenis wawancara, antara lain wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur.⁴¹ Pertemuan tatap muka antara pewawancara dan informan bertujuan untuk mengumpulkan data yang relevan untuk penelitian. Tujuan melakukan wawancara untuk mengumpulkan informasi mengenai berbagai topik, termasuk orang, tempat, benda, tujuan, fokus, dan perkiraan masa depan.⁴² Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan lima pihak terkait yaitu kepala cabang area, manajer, staf admin dan juga dua jamaah di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta, guna memperoleh informasi dan data yang diperlukan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah perolehan data dan informasi yang berupa buku, arsip, dokumen, diagram dan gambar tertulis, laporan dan informasi yang menunjang penelitian, yaitu dokumen yang berkaitan dengan data, baik data primer ataupun data sekunder.⁴³ Dokumentasi dalam penelitian ini, peneliti mengambil dokumentasi dalam bentuk

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan RnD*, (Bandung:Alfabeta,2019).

⁴² Handayani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020), hlm 121.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan RnD*, (Bandung:Alfabeta,2019).

gambar yang berkaitan dengan pelayanan jamaah umrah di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta.

6. Analisa dan Interpretasi Data.

Analisis data merupakan proses pengurutan dan pengorganisasian data untuk menemukan pola, kategori, dan unit dasar. Tujuannya untuk memahami data yang ada dalam mengidentifikasi pola dan hipotesis yang dapat diuji. Kalimat yang dihasilkan oleh objek penelitian berkaitan dengan peristiwa di sekitar objek tersebut merupakan bentuk data yang umum dalam penelitian kualitatif. Hal ini melibatkan pemilihan pengamatan mana yang lebih penting daripada menarik kesimpulan dari pengamatan tersebut.⁴⁴ Secara umum analisis data ada tiga yaitu reduksi data, *display data*, dan penarikan kesimpulan. Berikut langkah-langkah menganalisis data menurut Sugiyono:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan bentuk analisis yang mengkategorikan maupun mengatur data sehingga dapat mengarahkan pada kesimpulan. Tahap penulisan dilakukan setelah mengumpulkan data lapangan, penulis akan menganalisis kembali semua data yang telah dikumpulkan dengan cara memilih data yang diperlukan, sehingga data yang direduksi memberikan gambaran yang jelas. Reduksi data dilakukan dengan meringkas prosedur inti dan pernyataan yang perlu dipertahankan supaya tetap berada di

⁴⁴ Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Manajemen. CV. Alfabeta.

dalamnya.⁴⁵ Dalam mereduksi data dengan merangkum dan mengambil data yang diperlukan, karena data yang terkumpul cukup banyak dan harus dilakukan penyaringan agar lebih terarah.

b. Penyajian Data (*Display Data*)

Setelah dilakukan reduksi data, kemudian dilakukan penyajian data dengan menyajikan data penelitian kualitatif dengan teks naratif. Penyajian data mengacu pada tindakan menampilkan data yang telah direduksi.⁴⁶ Penyajian data bertujuan mencari makna dari data yang diperoleh yang kemudian menyusunnya secara sistematis ke bentuk yang lebih mudah difahami dan lebih sederhana, berupa tulisan, matrik, maupun network. Informasi yang diberika berkaitan degan strategi pelayanan yang dilakukan PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta untuk meningkatkan pelayanan jamaah umrah.

c. Kesimpulan

Tahap akhir adalah dilakukan verifikasi data yaitu menguji keabsahan, yang terakhir peneliti harus mengembangkan kesimpulan berdasarkan temuan, yang harus dilakukan oleh data yang telah dikumpulkan dan dianalisis.⁴⁷ Penelisi melakukan verifikasi berkelanjutan saat melakukan penelitian di lapangan agar dapat

⁴⁵ Moleong, L. J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.

⁴⁶ Helaluddin dan Hengki Wijaya, "Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik" (Sekolah Tinggi Theologia Jaffary, 2019), hlm 123.

⁴⁷ Samiaji Sarosa, "Analisis Data Penelitian Kualitatif", (Yogyakarta: PT Kanisus, 2021), hlm.4.

mencapai hasil yang optimal. Proses penarikan kesimpulan bertujuan menarik kesimpulan yang memberikan wawasan terkait strategi pelayanan ibadah umrah terhadap kepuasan jamaah di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta.

7. Teknik Keabsahan Data

Triangulasi berfungsi sebagai strategi penelitian multifaset yang bertujuan untuk meningkatkan validitas dan kedalaman temuan penelitian.

Dalam penelitian ini, uji kredibilitas data dilakukan melalui triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kembali informasi yang diperoleh dari berbagai sumber penelitian, yaitu pimpinan, staf, dan jemaah umrah PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sama. Menurut sugiyono, triangulasi sumber berarti memperoleh data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama untuk menguji kredibilitas data.⁴⁸

G. Sistematika Pembahasan

Gambaran umum sistematika pembahasan proposal penelitian ini sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, yang menjadi dasar dalam penyusunan skripsi ini, mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, serta sistematika

⁴⁸ Sugiyono, metode penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabet, 2022), hlm. 125

pembahasan. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada pembaca mengenai alasan dilakukannya penelitian ini dan rangkaian penelitian yang akan dilakukan.

BAB II: Gambaran Umum, berisi hasil penelitian mengenai PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta. Bab ini mencakup letak geografis, sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, sarana dan prasarana, jumlah jemaah umrah yang terdaftar tahun 2022-2024.

BAB III: Pembahasan, menyajikan hasil analisis data yang telah dikumpulkan dan dipaparkan dalam bab dua. Di dalam bab ini dibahas evaluasi kegiatan bimbingan manasik haji bagi lansia di PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta Tahun 2024 serta tahapan dalam evaluasinya.

BAB IV: Penutup, berisi kesimpulan singkat yang menjawab pertanyaan penelitian berdasarkan konsep-konsep teoritis dan hasil penelitian di lapangan, serta saran- saran sebagai bahan perbaikan bagi lembaga atau organisasi yang diteliti.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pelayanan PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kepuasan jemaah umrah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta menerapkan strategi pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan jemaah melalui personalisasi paket, komunikasi intensif, pendampingan menyeluruh, pelayanan bagi jemaah berkebutuhan khusus, pengembangan kompetensi sumber daya manusia, serta evaluasi pelayanan secara berkelanjutan. Strategi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berperan sebagai penyelenggara perjalanan umrah, tetapi juga sebagai pendamping yang membantu jemaah sejak proses pendaftaran hingga kepulangan ke tanah air.
2. Berdasarkan analisis teori kualitas pelayanan, strategi pelayanan yang diterapkan PT Madinah Iman Wisata telah memenuhi dimensi reliability, responsiveness, assurance, dan tangibles. Dimensi reliability diwujudkan melalui kemampuan perusahaan menyesuaikan paket sesuai kebutuhan jemaah dan membantu penyelesaian berbagai kendala administrasi. Dimensi responsiveness terlihat dari komunikasi yang intensif, pendampingan yang cepat, serta kesiapan membantu berbagai kebutuhan jemaah. Dimensi assurance diwujudkan melalui kompetensi Tour Leader, pengalaman petugas, serta adanya pendampingan dan prosedur penanganan kondisi khusus. Sementara itu,

dimensi tangibles terlihat melalui penyediaan fasilitas dan sarana pendukung yang membantu kenyamanan jemaah selama menjalankan ibadah umrah.

3. Strategi pelayanan yang diterapkan PT Madinah Iman Wisata berkontribusi terhadap terciptanya kepuasan jemaah umrah. Kepuasan tersebut dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan, kemudahan dalam proses administrasi, komunikasi yang baik, fasilitas yang memadai, serta pendekatan kekeluargaan yang mampu membangun kedekatan emosional antara perusahaan dan jemaah. Selain memberikan rasa aman dan nyaman selama pelaksanaan ibadah, strategi pelayanan tersebut juga berpotensi mendorong kepercayaan, rekomendasi positif, dan penggunaan kembali layanan PT Madinah Iman Wisata oleh jemaah di masa mendatang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT Madinah Iman Wisata Kota Yogyakarta

- a. Perusahaan perlu meningkatkan pelaksanaan manasik umrah dengan memperbanyak praktik simulasi ibadah secara langsung sehingga jemaah, khususnya yang baru pertama kali melaksanakan umrah, memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai tata cara pelaksanaan ibadah di tanah suci.
- b. Perusahaan perlu mengembangkan sistem evaluasi kepuasan jemaah yang lebih terstruktur, misalnya melalui kuesioner atau formulir evaluasi setelah kepulangan jemaah. Hal ini penting untuk memperoleh data yang lebih akurat

mengenai tingkat kepuasan serta masukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

- c. Perusahaan perlu mempertahankan pendekatan kekeluargaan yang selama ini menjadi ciri khas pelayanan PT Madinah Iman Wisata karena terbukti mampu menciptakan kedekatan emosional dan meningkatkan kenyamanan jemaah selama menggunakan layanan perusahaan.
- d. Perusahaan perlu meningkatkan program pelatihan dan pengembangan kompetensi bagi Tour Leader maupun staf pelayanan agar kualitas pelayanan yang diberikan tetap konsisten dan mampu menyesuaikan dengan kebutuhan jemaah yang semakin beragam.

2. Bagi Jemaah Umrah

Jemaah diharapkan dapat berperan aktif dalam memberikan masukan, kritik, dan saran kepada perusahaan setelah pelaksanaan ibadah umrah. Masukan tersebut dapat menjadi bahan evaluasi yang bermanfaat bagi perusahaan dalam memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan pada masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai pelayanan umrah dengan menggunakan pendekatan yang berbeda, misalnya dengan mengkaji loyalitas jemaah, kepercayaan jemaah, kualitas hubungan pelanggan (relationship marketing), atau menggunakan perspektif pelayanan berbasis nilai-nilai Islam sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan ilmu manajemen dakwah dan manajemen pelayanan haji dan umrah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningtyas, Dyah. *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Perusahaan Batik Usaha Dagang Setia Jaya Karang Trenggalek)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018.
- Asep, Muljawan. "Struktur Organisasi Perguruan Tinggi yang Sehat dan Efisien." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no. 2 (2019).
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Islam Era 5.0*. Ed. Monalisa. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2021.
- Hamidah. *Strategi Pengembangan Produk Kain Batik Besurek dalam Meningkatkan Penjualan di Kota Bengkulu*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2018.
- Handayani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020.
- Helaluddin & Wijaya, Hengki. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.
- Herlina. *Strategi Pelayanan Travel Tazkiyah Tour terhadap Calon Jamaah Perempuan dalam Menunaikan Ibadah Umrah*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2022.
- Irmayani. "Strategi Manajemen dalam Peningkatan Pelayanan dan Kepercayaan Jamaah Haji dan Umrah (Studi pada PT. Zakiah Dina Tayyibah Tour dan Travel Kota Parepare)." *Jurnal Kajian Manajemen Dakwah (KJMD)* 1, no. 1 (2019).
- Lexy, J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- M. Sobry Sutikno & Prosmala Hadisaputra. *Metode Kualitatif*. Lombok: Holistica, 2020.

- Maela, Aulia, dkk. "Tren dan Tantangan dalam Manajemen Industri Haji dan Umrah: Perspektif Global dan Lokal." *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 5, no. 4 (2024).
- Maharani, M. "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah dan Haji Khusus di PT. Al-Anshor Madinah Barokah Yogyakarta." *Jurnal Manajemen Dakwah* 6, no. 2 (2020).
- Maratus Soleha & Khaeron Sirin. "Strategi Pelayanan dalam Peningkatan Kepuasan Jamaah Umrah Disabilitas pada PT. Dhiyaa El Haramain El Mubarakah Bekasi Jawa Barat." *Jurnal Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah* (2024).
- Miftah, Z. "Ibadah Umrah sebagai Gaya Hidup, Eksistensi Diri, dan Komoditas Industri." *Jurnal Cendikia* 8, no. 1 (2016).
- Muhammad, Rijal Fadli. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika* 21, no. 1 (2021).
- Oktora, Kiki & Achyar, Adrian. "The Effect of Post-Purchased Perceived-Value Towards the Relationship Quality of Hajj and Umrah Travel Agencies in Indonesia." *The South East Asian Journal of Management* 8 (2014).
- Puger, Harjuno. *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan di Taman Pintar Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, 2014.
- Ramdhani & Febriani. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah: Kompilasi dengan Undang-Undang dan Peraturan Pelaksana*. Jakarta, 2019.
- Ramli, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI, 2022.
- Risnawati. *Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Jamaah Haji dan Umrah di PT. Hajar Aswad Mubaroq Surakarta*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2024.
- Sahid Hadi Kusuma. *Manajemen Pelayanan Ibadah Umrah di PT. Madinah Iman Wisata Kabupaten Boyolali*. Skripsi. Universitas Islam Negeri

Raden Mas Said Surakarta, 2023.

