

## PELATIHAN PELAYANAN JAMA'AH UMRAH PT ILFA IHSAN HANIFA JAKARTA SELATAN

Mastanah<sup>1\*</sup>, Lala Marlina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta  
[mastanah@uinjkt.ac.id](mailto:mastanah@uinjkt.ac.id)<sup>1</sup>, [lalamarlina55@gmail.com](mailto:lalamarlina55@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

**Abstrak:** Pengambilan keputusan sumber daya menentukan strategi jangka panjang secara efektif dan efisien, dengan tujuan memberikan pelayanan yang baik kepada jamaah umrah. Akan tetapi, tidak semua penyelenggara mampu memberdayakan karyawannya yang ada untuk mengoptimalkan pelayanan umrah. Metode yang digunakan ialah metode kualitatif. Melalui pengumpulan data dengan proses observasi, dengan terlibat langsung di lokasi memberikan pelatihan pengelolaan yang efektif dan inovatif. Pembina pertama memberikan materi di awal kegiatan yang berisi bagaimana menjadi penyelenggara umrah yang baik. Kemudian, setelah itu pembina memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan hasilnya. Kemudian, untuk evaluasi kompetensi pembina memberikan Google Form yang berisi pemahaman kegiatan yang sudah dilakukan. Hasil dari pelatihan ini di antaranya mampu mengelola manajemen umrah PT Ilfa Ihsan Hanifa dengan pelayanan jamaah umrah dengan baik, yaitu: pelayanan sebelum umrah, selama umrah dan setelah ibadah umrah. Hasil pelayanan yang sangat baik teraktualisasi dari kesopanan, kepedulian dan profesional SDM melayani para jamaah umrah dari awal proses menuju ibadah umrah hingga selesai, proses administrasi yang baik, akomodasi, dan konsumsi yang berkualitas, pembimbing profesional yang sangat mendukung dan memotivasi.

**Kata Kunci:** pelayanan ibadah umrah; strategi pengelolaan umrah; pengelolaan SDM.

**Abstract:** *Resource decision making determines long-term strategies effectively and efficiently, with the aim of providing good service to Umrah pilgrims. However, not all organizers are able to empower their existing employees to optimize Umrah services. The method used is a qualitative method. Through data collection with an observation process, by being directly involved in the location providing effective and innovative management training. The first coach gave material at the beginning of the activity which contained how to be a good Umrah organizer. Then, after that the coach gave the opportunity to the participants to practice the results. Then, to evaluate the competence of the supervisor, provide a Google Form which contains an understanding of the activities that have been carried out. The results of this training include being able to manage the Umrah management of PT Ilfa Ihsan Hanifa with good Umrah services, namely: services before Umrah, during Umrah and after Umrah worship. The results of excellent service are actualized from politeness, caring and professional HR serving the Umrah pilgrims from the beginning of the process to the Umrah pilgrimage to completion, good administrative processes, accommodation and quality consumption, professional mentors who are very educating and motivating.*

**Keywords:** *Umrah worship service; umrah management strategy; HR management.*



#### Article History:

Received: 30-05-2022  
Revised : 29-06-2022  
Accepted: 11-07-2022  
Online : 27-08-2022



*This is an open access article under the  
CC-BY-SA license*

## A. LATAR BELAKANG

Umrah menjadi impian umat muslim seluruh dunia, terkhusus muslim Indonesia dan di antaranya berbondong-bondong untuk menunaikannya (Jailani & Alkam, 2022). Arfi Direktur Bina Umrah dan Haji Kementerian Agama menuturkan, data dari pihak imigrasi pada tahun 2018 total kunjungan warga Indonesia ke luar negeri mencapai sepuluh juta (Ridwan *et al.*, 2022). Satu juta warga Indonesia ke tanah suci untuk melaksanakan umrah (Kartono, 2018). Akan tetapi, dari data yang sudah ada, beberapa masyarakat yang pergi umrah masih mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan masih kurang memuaskan (Safitri & Puspitasari, 2022).

Tingginya antusiasme masyarakat Indonesia menunaikan ibadah umrah perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah (Jailani & Alkam, 2022); (Syamsir, 2019). Hal ini dikarenakan kenaikan angka jamaah setiap tahunnya yang ingin menunaikan ibadah umrah (Yarmunida & Fryanti, 2022). Oleh karena itu, biro perjalanan umrah tidak sekadar melakukan promosi, tetapi memberikan pelayanan yang baik kepada jamaah yang hendak melaksanakan ibadah umrah (Meilani, 2022);(Rachmaningsih & Harahap, 2022). Agar tujuan pelaksanaan ibadah umrah selalu sukses dan mencapai target yang ingin dicapai, maka perlu adanya suatu manajemen strategi, khususnya dalam bidang pelayanan jamaah umrah (Majid, 2009).

PT Ilfa Ihsan Hanifa izin resmi Kemenag PPIU No 466/2018 yang berdiri sejak tahun 2014 hingga sekarang. PT Ilfa Ihsan Hanifa merupakan sebuah perusahaan jasa di bidang biro perjalanan wisata yang meliputi paket perjalanan ibadah umrah, wisata muslim, internasional, wisata domestik, jasa *reservasi ticketing* maskapai dan kereta api, hotel dan jasa lainnya pada bidang pariwisata. Yang memberikan pelayanan professional aman dan dapat dipercaya dalam pelaksanaan jasa perjalanan wisata. Senantiasa menciptakan inovasi dan peningkatan standar layanan perjalanan wisata untuk menjelajahi dunia (Rosyadi *et al.*, 2021).

Beberapa penelitian terkait haji dan umrah pernah di lakukan oleh (Syifaurahman & Gumelar, 2022); (Efriyanti, 2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Maqdis Travel Bandung saat ini belum optimal, berdasarkan model kano masing-masing indikator memiliki pelayanan yang berbeda, pada kategori *must be* (M) terdapat 7 indikator, pada kategori *attractive* (A) terdapat 8 indikator, pada kategori *one dimensional* (O) terdapat 9 indikator, dan pada kategori *indifferent* (I) terdapat 2 indikator.

Selain itu, penelitian terkait pengelolaan ibadah haji dan umrah pernah dilakukan juga oleh (Muna *et al.*, 2022) dengan judul “*Organizing Hajj Manasik as an Effort to Increase Knowledge of Hajj for Prospective Hajj Pilgrims at the Office of the Ministry of Religion of Enrekang Regency*”. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muna dkk mendapatkan hasil penelitian berupa peningkatan pengetahuan dan pemahaman kepada jamaah haji dapat dilakukan dengan berbagai macam metode, seperti: ceramah, simulasi,

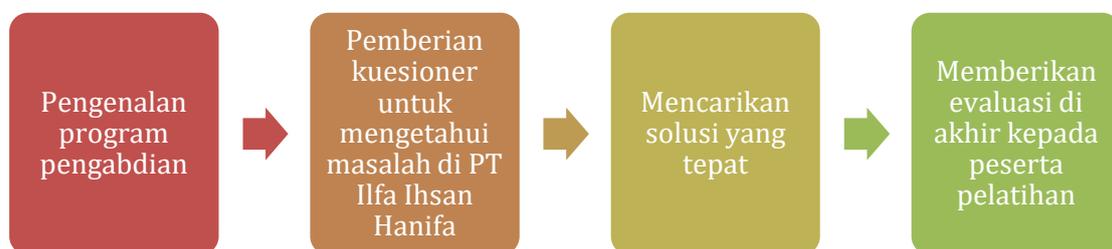
dan tanya jawab. Dari aspek fasilitas dan tenaga medis, Kementerian Agama Enrekang memiliki fasilitas yang sangat baik. Namun, dari materi bimbingan, fasilitas luar lapangan, masih dianggap kurang baik.

Pelatihan ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu pada aspek tata kelola PT Ilfa Ihsan Hanifa dalam menangani jamaah umrah. Jumlah peserta umrah yang banyak membuat penyelenggara umrah kesulitan mengontrol peserta dan memberikan pemahaman tentang umrah. Pemberian pelatihan kepada pegawai bertujuan meningkatkan kompetensi secara individu dalam mengembangkan potensi keilmuannya agar dapat diaplikasikan di lapangan. Selain itu, pelatihan ini dapat menjadi penyegaran bagi karyawan lama yang sudah bekerja di PT Ilfa Ihsan Hanifa.

Tujuan pelatihan ini untuk memberikan pelatihan kepada karyawan PT Ilfa Ihsan Hanifa dalam melayani jamaah umrah. Pelayanan yang diharapkan setelah karyawan PT Ilfa Hanifa mengikuti pelatihan yaitu mampu memberikan kinerja terbaik untuk jamaah yang mengambil program umrah dari PT Ilfa Hanifa. Selain itu, dengan pelayanan yang baik diharapkan jamaah umrah merasakan kepuasan karena telah memilih program umrah bersama PT Ilfa Hanifa.

## B. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan ini menggunakan teknik tindakan langsung dengan memberikan praktik langsung di PT Ilfa Ihsan Hanifa yang beralamat di Jalan TB Simatupang No. 47, RT. 12 / RW.5, Tanjung Barat, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta kode pos 12530. Pemberian praktik tindakan langsung bertujuan menemukan masalah yang berada di PT Ilfa Ihsan Hanifa secara konkret. Kemudian, dari masalah yang ada pembina berupaya menemukan solusi yang tepat dan efektif untuk mengatasi masalah tersebut (Creswell, 2012); (Moleong, 2017). Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian seperti terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian

Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 20 Mei 2021-27 Mei 2021 dengan beberapa tahapan kegiatan pelatihan. Pegawai di PT Ilfa Ihsan Hanifa yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 18 orang. Melalui 18 orang ini, nantinya mereka menyosialisasikan ke pegawai lainnya. Tahapan pelatihan dimulai

dengan pengenalan program dan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini. Kegiatan pertama yang dilakukan yaitu pengenalan program yang efektif untuk meningkatkan pelayanan jamaah umrah. Setelah itu, memberikan kuesioner untuk mengetahui bagaimana PT Ilfa Ihsan Hanifa melayani jamaah umrah selama perusahaan mereka ada. Kemudian, pembina dan tim menelaah permasalahan yang ada di PT Ilfa Ihsan Hanifa untuk menemukan solusinya, seperti terlihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Bersama Karyawan PT Ilfa Ihsan Hanifa dan Langkah-Langkah Pelaksanaan Kegiatan

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Ilfa Ihsan Hanifa selalu berupaya memberikan pelayanan yang terbaik kepada jamaah yang memilih jasa mereka. Tahap awal pelatihan ini Pembina berupa memberikan pengetahuan mengenai pelayanan umrah kepada peserta agar mendapatkan hasil maksimal. Materi yang diberikan meliputi: tata kelola manajemen, pelayanan pendaftaran, upaya memberikan kepuasan pelayanan umrah. Tim pelaksana melakukan wawancara dan menyebarkan angket untuk menemukan masalah internal dan eksternal yang dihadapi PT Ilfa Ihsan Hanifa. Dari hasil telaah awal yang dilakukan oleh tim dalam pelatihan ini ditemukan permasalahan awal sebagai berikut ini.

1. Lingkungan internal (Perusahaan)
  - a. Ketika perencanaan A, tidak efektif maka harus menyiapkan *plan B-Z* dan ini diperlukan ke cakapan staf dalam menyelesaikan *problem solving* yang terjadi.
  - b. Tidak bisa bekerja sendirian perlu *support* divisi lain yang saling berkaitan. Serta adanya tumpang tindih *jobdesk* dapat terjadi.
  - c. Jumlah karyawan yang terbilang masih sedikit, sedangkan memiliki jamaah yang cukup banyak.
  - d. Tidak memiliki ruang yang besar untuk digunakan manasik umrah dan pelatihan lainnya.
  - e. SOP yang belum rapih sehingga ada beberapa peraturan yang tidak tertulis dengan jelas yang menimbulkan permasalahan internal.

- f. Mayoritas Staf PT Ilfa Ihsan Hanifa usianya masih muda dengan berbagai karakteristik, kontrol emosional dan tindakan menjadi pelajaran yang perlu terus dilatih dan disadari.
- g. Evaluasi rutin ketika rapat dua bulan sekali, dan timbul kesalahan yang sama.

## 2. Lingkungan Eksternal

- a. Jamaah umrah memiliki karakteristik dan kebutuhan yang bermacam-macam.
- b. Regulasi pihak Arab Saudi yang kadang tidak stabil
- c. Perubahan dan kendala dari pihak pendukung seperti catering, hotel, maskapai, dll akan mungkin terjadi.
- d. Jamaah umrah yang tiba-tiba batal berangkat, sakit, wafat dan hilang.
- e. Pengetahuan, Bahasa, usia dan latar belakang jamaah berbeda-beda.
- f. Tingkat persaingan usaha bidang jasa umrah yang tinggi.

Dari permasalahan di atas, tim pelaksana berupaya memberikan pelatihan dalam beberapa tahapan, sebagai berikut ini.

### 1. Strategi Pelayanan Jamaah Umrah PT Ilfa Ihsan Hanifa

PT Ilfa Ihsan Hanifa memberikan pelayanan umrah sesuai Undang-Undang Republik Indonesia No. 13 tahun 2008 tentang penyelenggaraan ibadah haji dan umrah berkewajiban melakukan pelayanan, pembinaan dan perlindungan kepada jamaah umrah. Agar pelayannya tersebut dapat terlaksana dengan baik maka diperlukan strategi, berikut strategi pelayanan jamaah umrah yang dilakukan oleh PT Ilfa Ihsan Hanifa:

- a. Strategi Pelayanan Jamaah Umrah pada PT Ilfa Ihsan Hanifa dengan menggunakan teori *Devry* yaitu strategi *SERVICE* yang dipaparkan oleh pembina.
  - 1) *Self Esteem* (memberi nilai pada diri sendiri). PT Ilfa Ihsan Hanifa menjalankan strategi *Self Esteem* dengan baik, bagus dan benar, diketahui dengan memberikan pelayanan yang sangat rapih dan detail mulai dari informasi yang mudah di dapatkan oleh jamaah secara online maupun offline (digital dan cetak) terlihat dari jamaah berbagai daerah ikut bergabung memilih penyelenggara umrah PT Ilfa Ihsan Hanifa serta merasakan manfaat kemudahannya. Berikutnya pelayanan administrasi yang jelas dan terstruktur dengan rapih. Pelayanan bimbingan manasik yang amat kompleks penjelasannya dan menyenangkan. Selanjutnya, pelayanan handling di bandara yang sangat mengayomi, memaksimalkan pelayanan Kesehatan demi keselamatan bersama, memberikan kenyamanan dalam menentukan transportasi dan akomodasi, serta menegakkan

Keamanan dan perlindungan jamaah, pelayanan konsumsi yang sangat menyesuaikan dengan makanan khas Indonesia, dan sangat memanfaatkan pelayanan promosi sebagai ajang untuk meningkatkan jumlah jamaah umrah semua ini dilakukan dengan memaksimalkan potensi yang ada untuk memberikan pelayanan terbaik.

- 2) *Exceed Expectation* (melampaui harapan konsumen). Menjalankan aktivitas dan pekerjaan yang didasari dengan ketulusan dan juga kepedulian akan menghasilkan dampak yang berarti sampai ke hati. PT Ilfa Ihsan Hanifa menerapkan pola pelayanan yang dibekali ketulusan dan juga kepedulian yang dilandasi dengan nilai-nilai spiritual, karena apabila kita tulus dalam memberikan pelayanan maka para jamaah akan merasakan kebaikan dan ketulusan tersebut sehingga bahagia dan tenang menjalankan proses ibadahnya. Dengan memaksimalkan kepedulian, pelayanan, fasilitas yang diberikan kualitasnya baik dan bimbingan manasik serta ibadah yang asik dan jelas. Tak jarang para staff mendapatkan testimoni dan perlakuan yang baik dari para jamaah. Mengatakan pelayanannya baik, memuaskan dan kadang diberikan oleh-oleh dari para jamaah untuk staff. PT Ilfa Ihsan Hanifa akan berusaha untuk menjalankan SOP Pelayanan yang sesuai agar senantiasa terciptanya kebaikan yang berbalas kebaikan hingga harapan para konsumen pun terwujud bukan diatas ekspektasi harapan mereka.
- 3) *Recovery* (merebut kembali). Strategi ini mewujudkan proses pelayanan yang baik untuk melakukan perbaikan terhadap kesalahan sebelumnya dengan cara mengidentifikasi kembali permasalahan yang terjadi. Permasalahan internal dan eksternal yang terjadi perlu diatasi dan dievaluasi dan permasalahan yang dialami oleh para jamaah. Jika adanya permasalahan internal maka akan didiskusikan bersama dan diberikan edukasi kembali agar kedepannya lebih baik lagi. Kemudian jika terjadi dari pihak eksternal (Jamaah) maka alternatif jika terdapat masalah dan keluhan yaitu dengan memfasilitasi *Customer Service* yang siap siaga membantu mencari solusi, berikutnya menyediakan kotak atau media informasi menyampaikan kritik dan saran serta pengajuan untuk membantu menyelesaikan permasalahan para jamaah. Permasalahan yang masuk tersebut akan segera diproses dan didiskusikan langsung jika memang sangat mendesak namun apabila tidak maka akan ditampung terlebih dahulu dan akan dibahas ketika rapat bulanan atau rapat dadakan. Rapat ini diadakan bertujuan melaporkan kegiatan sebelumnya, hambatan dan kendala apa yang terjadi, melaporkan rekapan keuangan, mengevaluasi semua bagian serta membuat perencanaan ke depan

dengan belajar dari pengalaman atau masalah sebelumnya. Kegiatan ini sangatlah efektif sekali untuk membuat para staff semakin terlatih profesional dan bersemangat kembali. PT Ilfa Ihsan Hanifa sangatlah terbuka terhadap aspirasi dan kritikan dari pihak manapun terkhusus para jamaah, karena sikap fleksibilitas perusahaan inilah yang membuat para staf dan direktur terus berusaha untuk belajar dari siapapun dan senantiasa memberikan pelayanan yang memuaskan.

- 4) *Vision* (Visi). Perusahaan yang bekerja dengan perencanaan masa depan yang baik merupakan bentuk strategi untuk mewujudkan perusahaan berkualitas. Seseorang atau jamaah akan dengan mudah mempercayai suatu perusahaan yang *visioner*. Tanpa khawatir memilih untuk berangkat umrah dengan biro perjalanan tersebut karena mereka sudah melihat perencanaannya bagus dengan manajemen yang baik. Perencanaan yang baik terlihat dengan visi misi yang dipegang teguh oleh PT Ilfa Ihsan Hanifa yaitu Profesional, Komitmen, Konsisten, Aman, Amanah, *Impression*, *Persuasif*, *Motivation*, dan *Syariah Oriented*, dengan proses pelayanan yang diberikan seperti legalitas perusahaan yang jelas, informasi jadwal keberangkatan yang jelas, fasilitas yang diberikan sesuai dan memberikan para pembimbing umrah yang profesional dan bersertifikat serta sangat memperhatikan bentuk pelayanan mulai dari pelayanan informasi hingga keamanan jamaah.
- 5) *Improving* (melakukan peningkatan perbaikan). Strategi *improving* ini mengajarkan untuk tidak bersikap puas terhadap pencapaian yang didapatkan, berusaha senantiasa melakukan peningkatan kualitas SDM dan kualitas pelayanan terhadap jamaah umrah agar PT Ilfa Ihsan Hanifa selalu menciptakan perbaikan dan peningkatan prestasi. Contoh bentuk inovasi PT Ilfa Ihsan Hanifa yaitu dari desain brosur yang dipromosikan menyesuaikan perkembangan jaman, konten-konten edukatif mengenai ibadah umrah yang diunggah di sosial media menggunakan bahasa yang kekinian, dapat dimengerti dan dengan desain yang menarik, berikutnya *copywriting* untuk *selling* dan melayani jamaah disesuaikan dengan bahasa yang asik sehingga jamaah akan merasa lebih diperhatikan, serta pemilihan pesawat, hotel, konsumsi dan akomodasi yang perlu di evaluasi agar semakin nyaman sesuai dengan kondisi.
- 6) *Care* (memberi perhatian). Memberikan perhatian dan kepedulian kepada sesama merupakan budaya yang diterapkan di PT Ilfa Ihsan Hanifa, saling peduli kepada para staff, para jamaah dan bahkan kepada keluarganya di rumah. Bentuk dari perhatian dan juga kasih sayang sesama team menciptakan suasana

kekeluargaan di perusahaan tersebut. Sifat inilah diharapkan dapat ditumbuhkan untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan terhadap jamaah umrah. Kepedulian yang diberikan untuk jamaah umrah dalam pelayanan dari proses memberikan informasi, administrasi, bimbingan manasik, konsumsi, akomodasi dan transportasi sangat diperhatikan oleh PT Ilfa Ihsan Hanifa. Para staff berusaha senantiasa sopan santun ketika bertutur kata dan bersikap, sering menanyakan apa saja yang sudah disiapkan dan belum dipersiapkan selama proses ke baitullah, membantu dengan suka cita, memberikan informasi secara detail dan jelas berikutnya menjalin komunikasi yang bersahabat sehingga jamaah lebih nyaman untuk berkomunikasi bahkan sekedar curhat. PT Ilfa Ihsan Hanifa pun memilih para pembimbing Umrah yang memiliki sifat peduli dan perhatian tinggi, karena para pendamping atau *tour guide* hampir sehari-hari beraktivitas dengan jamaah selama ibadah umrah, maka harus melakukan pendekatan yang baik dan perhatian yang maksimal kepada para jamaah agar mereka senang dan merasa dilayani selama beribadah umrah. Kepedulian dan perhatian yang optimal akan melahirkan integritas tinggi, yang membuat para jamaah merasa diprioritaskan dan dimudahkan untuk beribadah ke baitullah. Mereka pun nantinya yang akan menjadi brosur berjalan memberikan testimoni yang baik karena menikmati pelayanan yang memuaskan bersama PT Ilfa Ihsan Hanifa. Kepedulian dan perhatian tidak hanya diberikan sebelum berangkat umrah, dan selama perjalanan umrah sampai kepulangan. Kepedulian ini tetap terjalin setelah ibadah umrah melalui media komunikasi seperti *WhatsApp Group*, menanyakan kabar, saling bertukar cerita, dan menyebarkan informasi tentang ibadah umrah atau informasi - informasi menarik lainnya, bahkan admin sering mengirim *broadcasting* Pesan edukatif secara personal ke para jamaah yang sudah menjalankan ibadah umrah.

- 7) *Empowerment* (pemberdayaan). Strategi *Empowerment* ini difokuskan untuk membuat para staff memiliki rasa tanggung jawab terhadap segala pencapaian perusahaan atau organisasi. Dari hasil wawancara dan pengamatan dapat diketahui bahwa fungsinya untuk membuat para staf dan pembimbing memiliki *self belonging* (rasa kepemilikan) terhadap perusahaan. Ingin terus menjaga nama baik, saling menyukseskan dan berkembang di perusahaan ini. PT Ilfa Ihsan Hanifa sering memberikan pelatihan kepada para staf dan pembimbing tentang ibadah umrah, marketing, *copywriting* dan lain sebagainya sebagai bekal untuk terus memperkaya pengetahuan dan meningkatkan *skill* para staff dan pembimbing. Selain itu juga, pimpinan kadang memberikan

*punishment* dan *reward* untuk para staff dan pembimbing agar senantiasa terciptanya semangat kerja, kedisiplinan, prestasi dan aktif berlomba-lomba dalam kebaikan. Berikutnya memberikan edukasi menarik, *rewarding* kepada jamaah umrah berbentuk sertifikat dan hadiah umrah gratis dll. Pemberdayaan SDM ini diharapkan akan melahirkan para pelayan tamu Allah yang senantiasa memberikan pelayanan yang baik dan tulus. Dan pemberdayaan jamaah umrah diharapkan agar jamaah puas, semakin bahagia dan semangat dalam menjalankan ibadah umrah. Pemberdayaan staf tersebut dapat diakutualisasikan pada saat melayani jamaah ketika bimbingan manasik, handling di bandara dan juga saat kepulangan jamaah ke Indonesia.

b. Implementasi Pelayanan pada PT Ilfa Ihsan Hanifa

Analisis Implementasi pelayanan yang digunakan PT Ilfa Ihsan Hanifa melalui prinsip-prinsip *total quality service*

- 1) Kehandalan (*Reliability*). Pelayanan Jamaah umrah PT Ilfa Ihsan Hanifa senantiasa dituntut untuk meningkatkan kualitas kemampuannya dalam pelayanan. Kemampuan setiap staf dan pembimbing PT Ilfa Ihsan Hanifa harus sesuai dengan bidangnya masing - masing, memiliki komunikasi yang baik, menguasai *product knowledge* yang ada di PT Ilfa Ihsan Hanifa, memahami aturan SOP yang berlaku, serta kecakapan *problem solving*, serta akurat dalam menginformasikan sesuatu dan menepati janji. Jika kemampuan ini idapat dimiliki dengan baik maka akan mudah untuk memberikan pelayanan yang baik demi tercapainya kepuasan pelanggan.
- 2) Jaminan (*Assurance*). Unsur pokok dalam pelayanan jamaah umrah yakni adanya jaminan kualitas pelayanan, waktu, dan jaminan biaya dalam proses pelayanan. Di antaranya menguasai pengetahuan tentang produk yang disediakan tentang ibadah umrah, memiliki kesopanan para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Selain itu jaminan waktu keberangkatan jika tidak jadi maka akan diinfokan jadwal *reschedule*. Seta jaminan biaya perjalanan yang telah dikeluarkan oleh jamaah umrah berupa kwitansi pembayaran. Berikutnya jaminan keamanan dan perlindungan selama berangkat hingga kembali ke Indonesia.
- 3) Bukti Langsung (*Tangibles*). PT Ilfa Ihsan Hanifa berusaha mewujudkan pelayanan dengan baik, cepat, tanggap, nyaman dan aman dalam memenuhi pelayanan ataupun permasalahan jamaah. *Fast respond* ketika dihubungi dan tanggap untuk mengatasi suatu insiden yang terjadi, fasilitas kantor dan perlengkapan yang baik dan rapih, serta sikap SDM yang ramah, berakhlakul karimah penampilan rapih adalah kunci pelayanan yang yang baik dan menyenangkan, jamaah yang bertemu akan lebih enjoy, *trust* dan

senang jika dilayanani dengan ramah, dan tanggap yang akan menimbulkan kesan yang baik dan kepuasan terhadap jamaah. Serta jamaah dapat merasakan fasilitas dan *benefit* yang sesuai kesepakatan awal dalam mendaftarkan paket umrah, jika ada perubahan akan disampaikan dengan baik, agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Memberikan bukti langsung inilah telah menghasilkan testimoni yang positif.

- 4) Kemampuan Memahami Pelanggan (*Empathy*). Para staf PT Ilfa Ihsan Hanifa terus dilatih untuk memiliki kesopanan dan kesadaran untuk membantu jamaah umrah dengan memberikan kepedulian, perhatian serta aktif berkomunikasi dengan jamaah untuk memenuhi kebutuhan mereka. Belajar peka, sadar, peduli dan mengetahui karakteristik jamaah umrah agar bisa memposisikan pelayanan yang sesuai dan tepat. Memberikan pelayanan konsumsi sesuai selera khas makanan Indonesia, hotel bintang empat lima yang nyaman dan memfasilitasi obat-obatan jika jamaah tiba-tiba sakit.
- 5) Daya Tanggap (*Responsiveness*). Aspek pelayanan yang menjadi pilar dalam mewujudkan pelayanan yang memuaskan pada PT Ilfa Ihsan Hanifa yaitu mau mendengar atau merespon keluhan masyarakat dan mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Yaitu dengan memberikan informasi yang tepat berikutnya para staf berusaha untuk menampung segala kendala atau kebutuhan para jamaah dengan responsif, cepat dan tepat. Tanggap dalam melakukan strategi pelayanan jamaah umrah dengan memperhatikan elemen pelayanan apa saja yang perlu dilakukan, berikutnya melihat list yang diperlukan dalam melayani, jika ada jamaah yang sakit, meninggal dan batal berangkat maka diperlukan Tindakan yang tanggap serta tepat untuk menemukan solusi terbaik.

## 2. Hasil Perhitungan Faktor Internal

Untuk mengetahui kompetensi pelayanan yang dimiliki PT Ilfa Ihsan Hanifa, pembina memberikan kuesioner kepada peserta. Kuesioner yang diberikan bertujuan untuk memahami kebutuhan lebih lanjut dari faktor internal dan eksternal PT Ilfa Ihsan Hanifa. Dari kuesioner yang diisi, pembina dapat memberikan evaluasi lebih lanjut kepada PT Ilfa Ihsan Hanifa agar memiliki pelayanan yang lebih baik lagi. Hasil kuesioner yang didapatkan melalui hasil pasca pelatihan diperoleh sebesar 75% tercapai dari 17 indikator yang dinilai.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelatihan yang diberikan oleh tim pelaksana didapatkan hasil bahwa PT Ilfa Ihsan Hanifa memiliki potensi menjadi PT yang lebih baik. Kemudian, dari pelatihan yang diberikan oleh pembina, PT Ilfa Ihsan pun melakukan evaluasi dari penilaian yang diberikan. Evaluasi yang dilakukan oleh PT Ilfa Ihsan Hanifa meliputi: pengembangan SDM, Pelayanan Publik, Mengembangkan Media Sosial, Strategi dalam Berkomunikasi, dan Harga yang Bersaing. Selain itu, PT Ilfa Ihsan Hanifa menambah jumlah karyawan yang sebelumnya 10 orang menjadi 20 orang untuk mengakomodasi jumlah peserta umrah yang banyak. Penilaian kuesioner yang diberikan kepada PT Ilfa Ihsan Hanifa menunjukkan persentase yang sudah cukup baik dengan penilaian rata-rata sebesar 30. Jumlah ini menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup baik, dari faktor internal dan eksternal PT Ilfa Ihsan Hanifa.

Sebagai bentuk pengembangan PT Ilfa Ihsan Hanifa, pembina menyarankan untuk selalu melakukan evaluasi kinerja setiap 6 bulan sekali. Tujuannya untuk memenuhi kekurangan yang mungkin terjadi dalam setiap pelaksanaannya. Selain itu, pembina menyarankan melakukan survei terhadap kepuasan jamaah umrah yang sudah melakukan perjalanan umrah bersama PT Ilfa Ihsan Hanifa. Setelah mendapatkan testimoni dapat diunggah di akun media sosial atau brosur PT Ilfa Ihsan Hanifa.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan tim pelaksana kepada PT Ilfa Ihsan Hanifa yang sudah bersedia menjadi objek pelatihan. Selain itu, ucapan terima kasih tim sampaikan kepada instansi tim yaitu UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang sudah memfasilitasi pelatihan ini sampai selesai. Pembina tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada Jurnal Masyarakat Mandiri yang sudah bersedia menelaah tulisan kami agar lebih baik lagi.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Creswell, J. W. (2012). *Research Design: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: *Pustaka Pelajar*.
- Efriyanti, L. (2019). *Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk yang Menggunakan Akad Wadi'ah Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Pat Sepakat*. e-theses.iaincurup.ac.id. <http://e-theses.iaincurup.ac.id/id/eprint/621>
- Jailani, J., & Alkam, R. M. (2022). Strategi Pengelolaan Pembimbing Manasik Umrah Pada Travel Di Kecamatan Syiah Kuala. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 3 (2), 75-84 <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/alidarah/article/view/13124>
- Kartono, A. (2018). *Solusi Hukum Manasik dalam Permasalahan Ibadah Haji*. Jakarta: Pustaka Cendikia Muda.
- Majid, S. A. (2009). *Customer Service Dalam Bisnis Jasa*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Meilani, L. F. (2022). Manajemen Pelayanan Manasik Haji terhadap Kepuasan Calon Jamaah Haji pada KBIH Al-Hikmah Metro Pusat. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 1(1), 82-88. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/Multazam/article/view/4634>

- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Jakarta: *PT. Remaja Rosda Karya*.
- Muna, M., Amaluddin, A., & Iman, B. (2022). Organizing Hajj Manasik as an Effort to Increase Knowledge of Hajj for Prospective Hajj Pilgrims at the Office of the Ministry of Religion of Enrekang Regency. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 237–246. <https://ummaspul.e-journal.id/maspuljr/article/view/3069>
- Rachmaningsih, R., & Harahap, H. (2022). Strategi Komunikasi Amphuri dalam Membangun Citra Perusahaan pada Anggota. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(1). <http://jurnal.syntaxtransformation.co.id/index.php/jst/article/view/498>
- Ridwan, A., Ramlan, A., & Fauzidan, F. (2022). Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Perjalanan Haji dan Umrah. *Mabrur: Journal of Hajj and Umra*, 1(1). <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/mabrur/article/view/17521>
- Rosyadi, I., Syam, N., & Sahid, H. M. (2021). The Political Law of Commodification of Umrah Travel in Indonesia. *JL Pol'y \& Globalization*. [https://heinonline.org/hol-cgi-bin/get\\_pdf.cgi?handle=hein.journals/jawpoglob108%5C&section=8](https://heinonline.org/hol-cgi-bin/get_pdf.cgi?handle=hein.journals/jawpoglob108%5C&section=8)
- Safitri, A. N., & Puspitasari, R. (2022). Strategi Manajemen Perekrutan Jamaah pada Biro Travel. *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 1(1), 39–53. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/Multazam/article/view/4629>
- Syamsir, A. (2019). Implementasi Kebijakan Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Kota Bandung Tahun 2018. *JISPO Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/4084>
- Syifaurahman, M., & Gumelar, E. T. (2022). Perancangan Sistem Informasi Pelayanan Travel Haji dan Umrah Menggunakan WebQual dan Model Kano di Perusahaan Jasa. *Bandung Conference Series Business and Management*. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSBM/article/view/1678>
- Yarmunida, M., & Fryanti, Y. E. (2022). Strategi Adaptasi Biro Tour And Travel Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Perusahaan Tour And Travel Haji dan Umrah PT AQM Kota .... *Ekombis Review: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 343–352. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1991>