BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Menunaikan Ibadah Haji adalah salah satu dari kelima rukun Islam dan setiap umat muslim menginginkan tercapainya kesempurnaan dalam beribadah dengan menjalankan segala perintah-perintah Allah dan menjauhi segala larangan-Nya, Al-Qur'an dan Al-Hadist adalah pegangan bagi umat muslim yang di dalamnya terdapat perintah dan larangannya yang harus dijalankan oleh umat muslim salah satunya adalah rukun Islam dan rukun iman menjadi amalan yang harus dilaksanakan.

Kegiatan ibadah haji dan umrah mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam melaksanakannya yaitu, standar pelaksanaanya saat masih di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembiayaan seperti dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran BIPIH ke bank, pengurusan dokumen haji dan umrah, pemeriksa kesehatan calon jemaah), bimbingan manasik, (materi bimbingan, metode dan waktu bimbingan), penyedian perlengkapan, dan konsultasi keagamaan, sedangkan standar pelayanan ibadah haji dan umrah di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, serta kesehatan.

UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

Dengan meningkatnya jumlah umat Islam yang ingin menunaikan ibadah haji, muncul peluang bisnis yang menjanjikan di sektor pengawasan haji terhadap organisasi-organisasi yang bergerak di bidang haji dan umrah. Peluang ini bertujuan untuk memastikan perjalanan berjalan lancar, memberikan manfaat dengan membantu individu melaksanakan ibadah ke baitullah secara efisien, serta mendukung pemerintah melalui pemanfaatan layanan yang ditawarkan. Pasal 59 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Haji dan Umrah menyatakan bahwa "Penyelenggaraan ibadah haji khusus dilakukan oleh penyelenggaraan haji dan umrah khusus setelah mendapat izin dari Menteri Agama".

Sesuai Undang-Undang Nomor 8 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Haji, pelaksanaan perjalanan haji dan umrah dapat dilakukan secara terpisah dan berkelompok melalui koordinator perjalanan haji dan umrah yang dilakukan oleh otoritas publik atau jasa perjalanan wisata yang telah mendapat izin dari Dinas Agama. Memperhatikan ketentuan pasal 58 Undang-Undang Nomor 8 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Perjalanan Haji dan Umrah, maka dari itu untuk mendapatkan izin penyelenggaraan Haji khusus, tahapannya harus memenuhi persyaratan. Diklaim dan diawasi oleh penduduk Indonesia yang beragama Islam, terdaftar sebagai PPIU yang berwenang, memiliki kemampuan khusus, keterampilan staf dan kemampuan keuangan untuk

mengurus haji luar biasa yang dibuktikan dengan jaminan bank, dan memiliki janji untuk mengerjakan sifat-sifat Haji luar biasa.

Penyelenggaraan ibadah haji khusus selama ini dinilai kurang efektif dan efisien hal ini turut mempengaruhi kualitas pemberian pelayanan pada jamaah. Agar tujuan pelaksanaan ibadah haji khusus selalu sukses dan mencapai target yang ingin dicapai, maka perlu adanya manajemen di bidang pelayanan sebagai bentuk komitmen kepada jamaah dalam menunaikan ibadah haji dan ini bisa diperoleh secara sempurna dan memuaskan.

Salah satu cara mengukur kualitas pelayanan dengan model *SERVQUAL* (Service Quality) yang di kembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990). *SERVQUAL* adalah metode empiric yang dapat digunakan oleh perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa (pelayanan) mereka. *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima (perceived service) dengan layanan yang diharapkan atau diinginkan (expected service). Terdapat lima dimensi utama yang digunakan *SERVQUAL* untuk mengevaluasi kualitas layanan: tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati).

Tingginya minat masyarakat terhadap pelayanan haji khusus menciptakan peluang yang tidak hanya dilirik oleh pemerintah, tetapi juga oleh biro perjalanan haji yang saling bersaing untuk menarik

jamaah. Semuanya itu berlomba-lomba untuk menawarkan pembinaan, pelayanan dan perlindungan dengan tawaran yang menggiurkan dan juga kelebihan fasilitas yang berbeda untuk mendapatkan tempat di hati masyarakat.

Disinilah kemudian Lembaga-lembaga itu mengambil peran. Namun hal ini menimbulkan polemik tersendiri, Dengan banyaknya Lembaga penyelenggaraan ibadah haji dan umah yang mengklaim bahwa Lembaga tersebut mempunyai kualitas pelayanan yang prima. Bahkan ada yang memberikan beberapa bukti biro perjalanan haji dan umrah. Namun kenyataannya banyak dijumpai jama'ah yang terlantar bahkan tidak jadi berangkat haji dan umrah karena kelalaian dari pelayanan yang diberikan oleh biro-biro yang tidak bertanggung jawab.

Selain itu, Banyaknya persaingan usaha dari agent travel umrah dan haji tentu membuat masing-masing travel menguras otak dan keuangan agar bagaimana caranya bisa mendapatkan calon jamaah untuk bisa diberangkatkan. Terkesan usaha yang mereka lakukan telah berorientasi kepada uang, tentu ini tidak bisa disalahkan, karena usaha apapun bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.Tapi kekhawatirannya apakah manajemen pelayanan, transparasi, kejujuran dan juga informasi yang jelas telah diberikan kepada calon jamaah umrah, agar tidak terjadinya kesalahan yang dapat mengecewakan calon jamaah (Lia Fadilah, 2019).

Adanya ketidaksesuaian antara fasilitas dan harga yang ditawarkan. Bahkan, tak jarang sering terjadinya penipuan-penipuan berkedok haji

khusus, Hal ini membuat masyarakat lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih biro perjalanan haji yang aman dan terpercaya. Sehingga, kompetisi yang terjadi antar biro perjalanan wisata haji bukan hanya tentang menarik perhatian pelanggan. Tetapi mereka juga berlomba mendapat kepercayaan, dan tempat di hati masyarakat. Untuk itu diperlukanlah manajemen pelayanan yang baik dan benar dalam suatu Lembaga biro perjalanan haji dan umrah. Dimana ingin meneliti lebih jauh tentang pelayanan haji dan umRah (Furqon Mukminin,2019).

Salah satu dari biro wisata perjalanan religi tersebut adalah PT. Nur Rima Al-Wali (PT. NRA *Tour &Travel*), PT. NRA *Tour & Travel* merupakan Perusahaan besar yang bergerak dalam bidang jasa Travel Haji dan Umrah, yang berpusat di Jakarta Selatan. PT. NRA *Tour & Travel* telah didirikan sejak tahun 2000, bukan hanya itu PT. NRA *Tour & Travel* memiliki tiga anak Perusahaan Travel Biro yaitu PT. Aruna *Tour & Travel*, PT. Marhamah Kurnia Utama (MKU) *Tour and Travel*, dan PT BS AL Khairaat (BSA) Tour and Travel. Berbeda dengan biro-biro perjalanan yang lain, PT. NRA *Tour & Travel* berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji dan umrah serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah haji dan umrah di Indonesia sesuai dengan Visi Perusahaan yaitu "Menuju *Zero Complaint*".

Dari kenaikan jumlah jamaah pada setiap tahunya membuat pemerintah menyadari bahwa hal ini sejalan dengan tinggi nya indeks

kepuasaan jamaah haji dan umrah terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemerintah. Hal itulah yang mendorong penyelenggara ibadah haji dan umrah untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik dan juga memuaskan. Menurut Undang-Undang No. 13 Tahun 2008 (Kemenag, 2011) telah dijelaskan bahwa penyelenggaraan Ibadah haji dan umrah memiliki tujuan dalam memberikan pelayanan, pembinaan, serta perlindungan yang sebaik-baik nya kepada calon jamaah sampai terlaksananya ibadah sesuai ketentuan Agama Islam (Supranto 2006) (Renny Oktafia, 2021).

Perbedaan penelitian ini dengan studi-studi terdahulu adalah pemahaman mendalam bagaimana upaya PT. NRA *Tour & Travel* dalam meningkatkan kualitas pelayanan ibadah haji khusus terhadap jamaah sesuai dengan model pelayanan *SERVQUAL* . Adapun relevansi penelitian ini berhubungan dengan *core* jurusan Manajemen Haji dan Umrah yaitu pelayanan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Berdasarkan hasil uraian latar belakang di atas maka peneliti ingin mengambil pembahasan studi deskriptif kualitatif mengenai "IMPLEMENTASI MODEL KUALITAS PELAYANAN *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* TERHADAP JEMAAH HAJI KHUSUS" untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang dilakukan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan di PT. NRA *Tour and Travel.*

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka fokus penelitian yang teridentifikasi oleh penulis adalah "bagaimana implementasi model pelayanan *SERVQUAL* Parasuraman, Valarie Zeithaml, dan Leonard L.Berry pada PT. NRA *Tour & Travel*? Adapun pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fasilitas yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan jemaah haji khusus?
2. Bagaimana penyedia layanan haji khusus memberikan pelayanan yang baik secara konsisten kepada jemaah?
3. Bagaimana penyedia layanan merespons keluhan dan kebutuhan jemaah haji khusus dengan cepat dan tepat?
4. Bagaimana kompetensi dan sikap penyedia layanan dapat memperkuat rasa percaya jemaah haji khusus?
5. Bagaiman bentuk perhatian dan kepedulian dari penyedia layanan terhadap kenyamanan dan kebutuhan Jemaah haji khusus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui fasilitas yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan jemaah haji khusus.
2. Untuk mengetahui penyedia layanan haji khusus memberikan pelayanan yang baik secara konsisten kepada jemaah.

3. Untuk mengetahui penyedia layanan merespons keluhan dan kebutuhan jemaah haji khusus dengan cepat dan tepat.
4. Untuk mengetahui kompetensi dan sikap penyedia layanan dapat memperkuat rasa percaya jemaah haji khusus.
5. Untuk mengetahui bentuk perhatian dan kepudilian dari penyedia layanan terhadap kenyamanan dan kebutuhan Jemaah haji khusus.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

a. Sebagai pengembangan ilmu manajemen haji dan umrah secara umum dan sebagai referensi bagi mahasiswa manajemen haji dan umrah khususnya di lingkungan fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati.
b. Sebagai sumbangsih pemikiran untuk bahan kajian terkhusus padamata kuliah berbasis manajemen yang disajikan oleh prodi manajemen haji dan umrah.
c. Sebagai syarat penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Manajemen Haji dan Umrah.

2. Secara Praktis

a. Bagi peneliti menambah wawasan tentang bagaimana manajemen yang diberikan Biro Travel Haji dan Umrah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

b. Bagi civitas akademik, sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya untuk mengembangkan kembali kajian mengenai pelayanan

c. Bagi Travel, sebagai Gambaran dalam implementasi model pelayanan, bagi jamaah haji dan umrah.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Relevan

Untuk membandingkan dengan penelitian sebelumnya dan sekaligus untuk melihat posisi penelitian yang akan dilakukan, maka penulis melihat penelitian-penelitian lain yang pernah dilakukan. Adapun penelitian yang hampir sama dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian sebagai berikut.

a. Thoriq Ramadhan Julianto dalam skripsi yang berjudul ”Analisis SWOT dalam kualitas pelayanan pada jemaah haji khusus PT. Albayt Universal Tangerang Selatan 2024”. hasil penelitian menunjukan bahwa kekuatan utama PT. Albayt Wisata Universal terletak pada pegawai dan pembimbing yang tersertifikasi, perusahaan selalu siap melakukan evaluasi dan peningkatan layanan jika ada keluhan. Persamaan dalam penelitian ini, sama-sama membahas tentang pelayan biro perjalanan wisata atau travel pada jamaah haji dan umrah. Perbedaan penelitian ini, yaitu teori yang digunakan dan *object* penelitian.

b. Dailah Rizky Pitriani dalam skripsi yang berjudul ”Manajemen strategi pelayanan umrah pada penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah (PPIU) di PT. Madinah Iman Wisata perwakilan Bojongsoang Bandung 2024”. hasil penelitian dan pembahasan dari skripsi ini adalah manajemen PT Madinah Iman Wisata telah menerapkan tahapan manajemen strategik dimana di dalam tahapan ini mencangkup formulasi, implementasi, dan evaluasi. Persamaan pada penelitian ini juga sama sama membahas tentang pelayanan pada biro travel haji dan umrah. Perbedaan dengan penelitian ini pada teori yang digunakan dalam aspek pelayanan dan object penelitian yang berbeda.

c. Dita Susilawati dalam skripsi yang berjudul ”Manajemen pelayanan ibadah haji dan umrah di PT. Mastour haji dan travel 2021”. Hasil penelitian dan pembahasan dari penelitian ini Manajemen pelayanan haji dan umrah di PT Mastour Mataram Lombok telah diterapkan sesuai dengan teori dan praktik yang ada. PT Mastour menjalankan layanan mereka berdasarkan fungsi-fungsi manajemen, yaitu: perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), pelaksanaan (*Actuating*), dan pengendalian (*Controlling*). Selain itu, mereka juga memperhatikan karakteristik pelayanan yang baik. Persamaan pada penelitian ini juga sama sama membahas tentang pelayanan pada biro travel haji dan umrah. Perbedaan dengan penelitian ini pada

teori yang digunakan dalam aspek pelayanan dan object penelitian yang berbeda.

d. Jurnal 2021 ”Peningkatan pelayanan pada PT. Saudi Patria Wisata kota metro dilihat dari analisis SWOT”. oleh Muthia Maharani, Liana Dewi Susanti. Hasil penelitian ini mengungkapkan analisis SWOT dalam peningkatan pelayanan pada PT. Saudi Patria Wisata Kota menunjukan bahwa memiliki pimpinan yang telah berpengalaman dalam dunia travel haji dan umrah, memiliki banyak relasi dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dalam hal promosi. Namun demikian, namun masih terdapat ancaman yaitu terjadinya perubahan sistem pada haji dan umrah dibuat oleh pihak Arab Saudi. Persamaan pada penelitian ini penulis membahas peningkatan pelayanan pada biro travel haji dan umrah. Perbedaan dengan peneliti yaitu model yang digunakan, dan object penelitian.

e. Jurnal 2024 ”Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan jemaah umrah”. oleh Emil Jamilatunniswa, Asep Iwan Setiawan, Muh. Idham Kurniawan. Penelitian ini menekankan bahwa kualitas pelayanan dapat sangat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jemaah. Hal ini juga menjelaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh jemaah maka akan semakin tinggi kepuasan jemaah umrah. Persamaan penelitian ini yaitu pada model pelayanan yang digunakan sama sebagai teori penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Perbedaan dengan peneliti sebelumnya yaitu pada metode penelitian dan object penelitian.

2. Landasan Pemikiran

a. Implementasi

Edwards menyatakan bahwa implementasi kebijakan merupakan tahap yang sangat penting karena keberhasilan suatu kebijakan sangat tergantung pada pelaksanaannya. Ia mengemukakan empat faktor penting dalam implementasi: komunikasi, sumberdaya, disposisi (sikap pelaksana), dan struktur birokrasi. (George C. Edwards III, 1980).

Implementasi adalah proses krusial dalam merealisasikan suatu kebijakan, rencana, atau program menjadi tindakan nyata yang dapat dirasakan efeknya oleh masyarakat. Sebagaimana dinyatakan oleh (Van Meter dan Van Horn, 1975). Implementasi merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan kebijakan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, implementasi adalah jembatan antara formulasi kebijakan dengan pencapaian hasil yang diharapkan.

b. Model

Menurut (Kerlingger, 2006) model adalah representasi abstrak atau penyederhanaan dari kenyataan yang membantu dalam memahami, menjelaskan, dan memprediksi fenomena tertentu. Model dapat berguna untuk menyederhanakan realitas kompleks

sehingga lebih mudah dipahami, menjelaskan hubungan antar variabel dalam suatu penelitian, membantu dalam merumuskan hipotesis dan memandu proses penelitian. Model ini mengarahkan peneliti untuk fokus pada aspek-aspek tertentu dari fenomena yang diteliti, sehingga penelitian dapat dilakukan secara lebih terarah dan terstruktur.

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2011) kualitas pelayanan adalah seberapa besar perbedaan antara kenyataan dan harapannya mengenai layanan yang mereka terima. Dengan membandingkan pendapat pelanggan tentang layanan yang mereka terima dengan harapan mereka yang sebenarnya, maka kualitas pelayanan dapat dinilai (Indrasari, 2019). Sedangkan menurut Tjiptono (2011) adalah ”kemampuan proses, pengaturan, sumber daya manusia, serta barang dan jasa untuk mencapai atau melampaui tingkat kualitas layanan yang disyaratkan membuat kualitas layanan menjadi kondisi yang dinamis” (Sulistiyowati, 2018). Menurut Tjiptono mendefinisikan yang dibarengi dengan keinginan pelanggan serta ketepatan cara penyampaiannya untuk mengimbangi harapan dan kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan mulai dari awal sampai akhir yang dilakukan oleh direktur tertinggi sampai karyawan terendah untuk memenuhi kebutuhan calon

ataupun pengguna barang dan jasa, yang ditangani. Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung diterima. Dengan kata lain agar masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapat kepuasan.

Salah satu model kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL (Service Quality)* yang dikembangkan oleh Parasuraman et al (1990). *SERVQUAL* adalah metode empirik yang dapat digunakan oleh perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa (pelayanan) mereka. *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima *(perceived service)* dengan layanan yang diharapkan atau diinginkan *(expected service).*

Salah satu pendekatan yang dilakukan, memandang kualitas pelayanan yang dipersepsikan pelanggan, Parasuraman et al, sebagaimana dikutip oleh Philip Khotler menyusun faktor-faktor utama yang menjadi penentu mutu pelayanan utama, mereka menemukan bahwa pada dasarnya konsumen menggunakan kriteria yang sama apapun jenis jasanya.

1) Akses: Jasa tersebut mudah didapatkan pada tempat-tempat, waktu yang tepat banyak menunggu;

2) Komunikasi: Jasa tersebut dijelaskan dengan tepat dalam bahasa konsumen;
3) Kompetensi: Para pegawai memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan;
4) Kesopanan: Para pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang;
5) Kredibilitas: Perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat dihati konsumen;
6) Keandalan: Jasa yang diberikan secara konsisten dan tepat;
7) Responsif: Pelayanan atau respon karyawan yang cepat dan kreatif terhadap permintaan atau permasalahan yang dihadapi konsumen;
8) Keamanan: Jasa yang diberikan bebas dari bahaya, resiko dan keraguan;
9) Bagian-bagian dari jasa yang berbentuk fisik benar benar mencerminkan kualitas jasa tersebut; dan
10) Memahami konsumen: Karyawan benar-benar membuat usaha memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individual.

Kualitas layanan yang dibentuk dari kesepuluh dimensi tersebut bisa dikatakan ”kualitas absolut” dalam arti nilainya tidak tergantung dari harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diinginkan. Dari beberapa faktor di atas kemudian oleh Parasuraman

et al, menyimpulkan bahwa ada lima dimensi *SERVQUAL (Service Quality)* yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan.

Ada delapan dimensi kualitas yang di kembangkan garvindan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis terutama untuk produk manufaktur, dimensi tersebut adalah:

1) Kinerja karakteristik operasi pokok dari produk inti *(core product)* yang dibeli.
2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan *(features)* yaitu karakteristik sekunder dan pelengkap.
3) Keandalan *(reliability) yaitu sangat kecil resiko terjadi mengalami kerusakan atau gagal dipakai* (tidak dapat dipergunakannya suatu produk).
4) Kesesuaian dengan spesifikasi *(conformance to specifications)* yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan.
5) Daya tahan *(durability),* berkaitan dengan berapa lama suatu produk tersebut dapat terus dipergunakan. (baik umur teknis maupun umur ekonomis)
6) *Serviceability,* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan untuk direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca Indera.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

8) Kualitas yang dipersepsikan *(perceived quality)*, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

d. Dimensi Kualitas Pelayanan *(Service Quality)*

Kualitas Pelayanan *(Service Quality)* sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas layanan relatif lebih sulit ditiru dibandingkan kualitas produk dan harga. Salah satu konsep kualitas layanan relatif lebih sulit ditiru dibandingkan kualitas produk dan harga. Salah satu konsep kualitas layanan yang populer adalah *SERVQUAL* . Berdasar konsep ini, kualitas layanan diyakini memiliki lima dimensi, yaitu *reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan *tangibles.* Dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas ini yang menjadi acuan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

1) Bukti langsung/fisik *(Tangibles)*

Berwujud. Kemampuan perusahaan untuk membuktikan eksistensinya kepada pihak lain. Bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa dapat dilihat dari infrastruktur, peralatan teknologi tambahan dan fasilitas fisik perusahaan yang dapat diandalkan oleh masyarakat. Menurut Ma'ruf (2005) hubungan Lokasi terhadap kualitas pelayanan karena memiliki pengaruh terhadap kualitas pelayanan dengan memilih Lokasi yang tepat akan lebih sukses dibandingkan

dengan yang lainnya meskipun menjual produk atau layanan jasa yang sama. (Hilman at, al., 2023: 66); 2)

2) Keandalan (*Reliability)*

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan secara akurat, dan tepat waktu. Harapan pelanggan, keramahan, dan akurasi yang tinggi, harus sesuai dengan kinerja. Pelayanan yang diberikan sebelum dan sesudah kedatangan merupakan contoh dari dimensi ini.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness)*

Suatu Kebijakan untuk membantu pelanggan dan memberikan informasi yang jelas secara tepat waktu, akurat, dan responsive. Untuk memastikan bahwa pelanggan tidak dikecewakan, maka pelayanan harus diberikan kepada mereka dengan cepat dan akurat. Menawarkan informasi penting yang dibutuhkan pelanggan merupakan salah satu cara untuk memberikan pelayanan. Pelanggan harus segera mengetahui informasi ini karena mereka bisa saja membutuhkannya saat itu juga ketika mereka memintanya. Sebagai hasilnya, perusahaan memiliki pengetahuan tentang apa yang akan dibutuhkan oleh pelanggan agar pelayanan informasi dapat diberikan dengan segera.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

4) Jaminan (*Assurance)*

Pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Setiap bentuk pelayanan diperlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari pelayanan dapat ditentukan oleh kepastian dari karyawan sehingga pelanggan yang menerima pelayanan tersebut merasa puas dan percaya, sehingga diharapkan dengan adanya jaminan atau kepastian, kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan akan meningkat.

5) Empati (*Empaty)*

Memberikan perhatian kepada pelanggan berdasarkan pemahaman tentang keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memahami dan memiliki pengetahuan tentang pelanggan. Empati dapat membantu dalam menentukan persyaratan dan preferensi pelanggan dengan khusus jika sekedar transaksi, maka pelanggan tidak akan senang. Namun demikian, penting juga untuk mendapatkan kejelasan apakah permintaan dan keinginan pelanggan tersebut selaras denga apa yang diharapkan oleh pelanggan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

d. Haji Khusus

Haji khusus, atau sering dikenal sebagai haji khusus, adalah penyelenggaraan ibadah haji dengan pengelolaan, pembiayaan, dan pelayanan bersifat khusus. Pasal 1 angka 14 Undang-Undang Nomor 13 tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji menyebutkan bahwa Penyelenggaraan Ibadah Haji Khusus atau Plus adalah penyelenggaraan Ibadah Haji yang pengelolaan, pembiayaan, dan pelayanannya bersifat khusus (Depag RI, 2009: 88).

Ketentuan bersifat khusus dalam penyelenggaraan ibadah haji khusus atau plus mengharuskan biro perjalanan haji dan umrah untuk menjalankan tugasnya secara profesional dengan memprioritaskan kepentingan jamaah. Salah satu bentuk *profesionalisme* tersebut adalah menyediakan berbagai pilihan layanan yang dapat diakses langsung oleh Masyarakat. Layanan ini meliputi fasilitas unggulan seperti penginapan atau hotel berbintang yang berjarak maksimal 1.500 meter dari masjidil Haram di Makkah, penyediaan makanan bergizi (katering), serta penyelenggaraan kegiatan tur berbagai destinasi wisata. Selain itu, biro perjalanan juga wajib memastikan konsumsi dan fasilitas lainnya mencukupi demi kenyamanan jamaah.

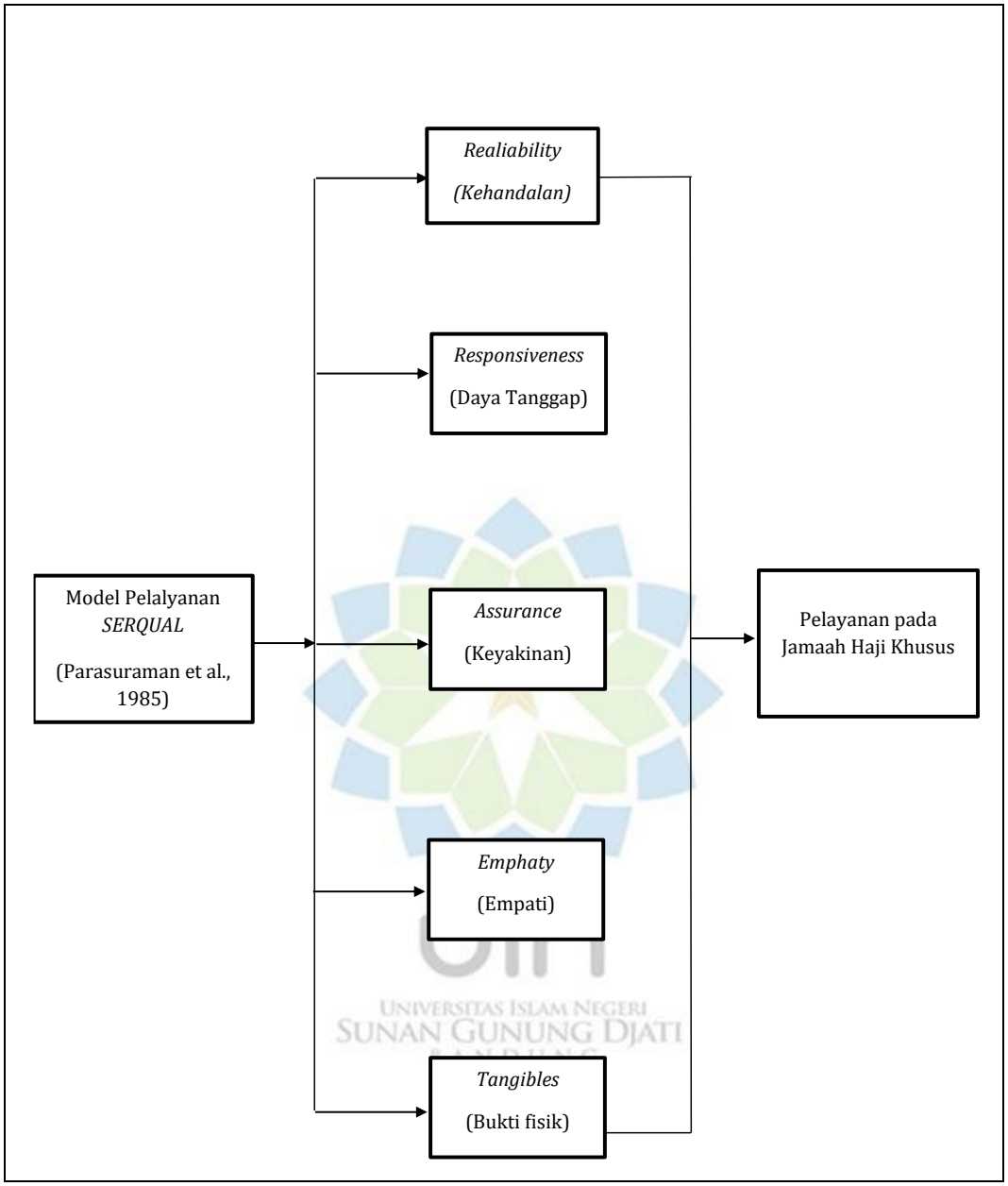
Perbedaan utama antara haji khusus dan haji reguler terletak pada biaya keberangkatan, durasi waktu di tanah suci, serta fasilitas yang diterima jamaah. Jamaah Haji khusus biasanya mendapatkan

pelayanan yang lebih cepat dalam hal keberangkatan, dengan waktu tunggu yang lebih singkat dibandingkan haji regular. Selain itu, fasilitas yang disediakan selama pelaksanaan ibadah haji juga lebih baik, mencakup akomodasi, transportasi, dan layanan lainnya yang lebih nyaman.

F. Kerangka Konseptual

Landasan konseptuaal pada penelitian ini menjelaskan tentang kualitas pelayanan calon jemaah haji khusus dalam meningkatkan kualitas layanan di PT. PT. NRA *Tour & Travel*, lalu di korelasikan dengan fokus penelitian yang didalamnya. Fokus penelitian sudah terpenuhi maka dapat menghasilkan kesimpulan atau capaian yang diinginkan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

G. Langkah Langkah Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini mengambil objek PT. Nur Rima Al Waali (PT. NRA *Tour & Travel*). Penelitian dilakukan di PT. Nur Rima Al Waali (PT. NRA *Tour & Travel*) NRA *Tour & Travel* terletak di JL. Mampang

Prapatan Raya No. 74 E Kecamatan Mampang Prapatan kota Jakarta Selatan. PT. Nur Rima Al Waali (PT. NRA *Tour & Travel*) didirikan di Jakarta pada tahun 2000 dan merupakan pemilik, presiden dan direktur atas nama Ibu Hj. Irmawati, S.E. Sebuah perusahaan yang menyediakan layanan untuk Ibadah Haji dan Umrah serta ziarah mekah, alamat kantor PT. NRA *Tour & Travel* di Jl. Mampang Prapatan Raya No. 74 E Tegal Parang, Jakarta Selatan 12790. Pada saat itu PT. NRA *Tour & Travel* masih dikelola secara konvensional oleh 5 orang staf dengan jumlah jama'ah tidak lebih dari 100 orang tahun itu.

2. Paradigma dan Pendekatan

Pada penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme yaitu memandang realitas sosial sebagai suatu hal yang utuh, kompleks, dinamis, dan penuh makna, dan hubungan gejala interaktif/*reciprocal* (sugiyono, 2019). Proses pelayanan calon jemaah haji adalah hal yang kompleks, melibatkan banyak orang dan adanya interaksi yang aktif agar tercipta suasana yang baik. Maka dari itulah paradigma yang dipilih yaitu paradigma konstruktivisme, paradigma ini mengerahkan peneliti bagaimana jemaah dan pihak penyedia jasa berperan aktif dalam membangun pemahaman bersama tentang bagaimana proses pelayanan yang dilaksanakan oleh PT. NRA *Tour & Travel*, pendekatan ini juga bisa menggali bagaimana jemaah merespons dan menafsirkan pelayanan yang diberikan oleh PT. NRA

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Tour & Travel serta bagaimana pelayanan yang di berikan bermakna bagi jemaah.

Selanjutnya pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif. Salah satu bentuk harfiah dari penelitian kualitatif adalah *narrative inquiry*. *Narrative inquiry* adalah laporan yang bersifat narasi yang menceritakan urutan peristiwa secara terperinci yang biasanya berfokus pada studi satu orang atau individu Tunggal dan bagaimana individu itu memberikan makna terhadap pengalaman melalui cerita-cerita yang disampaikan, pengumpulan data dengan cara mengumpulkan cerita, laporan pengalaman individu, dan membahas arti pengalaman itu bagi individu (Conelly, 2006).

Pendekatan kualitatif digunakan untuk melihat secara langsung bagaimana keberhasilan kualitas pelayanan melalui pengalaman dari para jemaah yang menggunakan jasa PT. NRA *Tour & Travel.* Pengalaman ini hadir secara alamiah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh jemaah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipilih yaitu metode kualitatif analisis deskriptif, menurut Moleong (2005:157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Jadi metode penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana implementasi model pelayanan

jamaah haji di PT. NRA *Tour & Travel* dalam meningkatkan kualitas pelayanan jemaah.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan adalah data kualitatif dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data dengan mengelompokan hasil wawancara dan observasi. Dan memudahkan dalam penulisan penelitian dengan cara menjelaskan secara rinci dan terstruktur.

b. Sumber data

Dalam penelitian yang akan dilakukan penulis akan menggunakan dua sumber, data primer dan data sekunder, yaitu:

1) Sumber data primer

Sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Terkait dengan penelitian ini, data primer tersebut diperoleh langsung dari objek atau sumber utama, yaitu dari PT. NRA *Tour & Travel.*

2) Sumber data sekunder

yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui informasi dari instansi terkait, buku-buku, media-media, dan laporan-laporan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini. Data sekunder tersebut penulis peroleh melalui dokumentasi berbentuk

laporan, undang-undang, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

5. Informan dan Unit Analisis

a. Informan dan unit analisis

Informan atau narasumber penelitian yang akan dilakukan adalah ketua PT. NRA *Tour & Travel*. Unit analisis adalah satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian (Arikunto, 2013) Unit analisis adalah tempat pengambilan data atau sampel yang di dalamnya terdapat kajian penelitian. Unit analisis dalam penelitian yang akan dilaksanakan adalah PT. NRA *Tour & Travel*.

b. Teknik penentuan informan

Penentuan informan merupakan salah satu hal yang vital dalam penelitian yang peneliti lakukan, maka dari itu peneliti akan menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016:216) teknik purposive sampling merupakan teknik untuk mengambil sumber data penelitian dengan berbagai pertimbangan Pertimbangan tersebut misalnya orang tersebut yang dianggap paling mengetahui tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai orang yang paling menguasai sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti, dampaknya adalah data yang dihasilkan sangat berkualitas.

Informan dalam penelitian ini yaitu staf di bagian Pelayanan jemaah, staf pelaksana sub bagian perencanaan evaluasi dan

pelaporan, dan staf di bagian lainnya yang ada di PT. NRA *Tour & Travel*.

6. Teknik Pengumpulan Data

Adapun Teknik yang digunakan untuk mendapatkan data pada penelitian sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu objek dengan sistematika fenomena yang diselidiki. Menurut pendapat Kartini Kartono, observasi adalah pengujian dengan suatu tujuan tertentu untuk mengetahui sesuatu, terutama yang bertujuan mengumpulkan fakta, data, serta nilai suatu verbalisasi. Bisa juga disebut dengan pengungkapan kata-kata mengenai segala sesuatu yang telah diamati serta diteliti dengan lebih lanjut (kartini, 1996). Pada saat observasi peneliti mendatangi lokasi secara langsung untuk mengamati baik dari segi lingkungan, program, kondisi kondusifitas ataupun minat warga kepada PT. NRA *Tour & Travel*, kemudian membuka beberapa sosial media dari PT. NRA *Tour & Travel* tersebut untuk juga di amati.

b. Wawancara

Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung kepada informan. Jenis interview yang digunakan adalah interview semi structured, yaitu mulanya menanyakan serangkaian pertanyaan yang sudah terstruktur,

kemudian satu-persatu diperdalam untuk mengecek pertanyaan lebih lanjut. *Key informan* yang peneliti wawancara di antaranya kepala PT. NRA *Tour & Travel*, para staf dan pembimbing ibadah, narasumber dan jemaah haji PT. NRA *Tour & Travel*.

c. Studi dokumentasi

Pengambilan referensi dalam penelitian ini diperoleh dengan cara memanfaatkan berbagai macam informasi yang tersedia. PT. NRA *Tour & Travel* seperti dokumen-dokumen pendukung yang mendukung penelitian ini seperti laporan bulanan, laporan kegiatan, atau laporan tahunan.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Teknik penentuan keabsahan menurut Sugiyono (2015:92) adalah derajat atau tingkatan kepercayaan yang valid atas data penelitian yang diperoleh dan dapat dipertanggungjawabkan oleh seorang peneliti. Salah satu teknik penentuan keabsahan data ialah dengan *triangulasi*. Moleong (2016:330) mengartikan bahwasanya triangulasi adalah sebuah pemeriksaan keabsahan data yang bersumber dari suatu hal yang lain sebagai pembanding data penelitian. Pemeriksaan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data. Dengan cara membandingkan data hasil observasi, wawancara dan dari dokumentasi yang diperoleh dari PT. NRA *Tour & Travel*.

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah sebuah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih praktis dan sistematis dalam interpretasi serta pembahasan yang menjadi informasi baru. Proses ini bertujuan untuk memahami karakteristik data yang akan menjadi data lebih mudah dipahami dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan yang berkaitan dengan penelitian, diantaranya adalah:

a. Reduksi Data

Mereduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal utama, fokus kepada hal-hal penting, mencari tema dan pola berdasarkan masalah penelitian yang ditentukan. Dengan begitu, hasil data yang telah direduksi akan lebih jelas dan akurat (Sugiyono, 2018:247-249). Dalam proses reduksi data, peneliti merangkum beberapa kegiatan pelaksanaan bimbingan manasik yang di laksanakan di wisma PT. NRA *Tour & Travel*. Sehingga data yang diperoleh peneliti akan menjadi lebih jelas dan akurat.

b. Triangulasi

Triangulasi merupakan teknik analisis data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, terutama dalam implementasi model kualitas pelayanan *SERVQUAL* pada jemaah haji khusus karena membantu dalam mengevaluasi keabsahan data, menguatkan interpretasi, mengidentifikasi pola dan persepsi, serta menghasilkan wawasan yang lebih kredibel.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah itu tahap selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan serta memvalidasinya. Semua data penelitian ini dengan penemuan baru yang belum terlihat.

9. Rencana Jadwal Penelitian

Peneliti berencana akan melakukan penelitian di tahun 2024 di PT. NRA *Tour & Travel*, serta membuat timeline waktu penelitian, agar lebih mudah nantinya, dan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Tabel 1. 1 Rencana Jadwal Penlitian

1.	Observasi awal					
2.	Penyusunan proposal					
3.	Seminar usulan proposal penelitian					
4.	Penulisan teori penelitian					
5.	Penyiapan pedoman observasi dan wawancara					
6.	Pengumpulan data penelitian					
7.	Analisis data penelitian					
8.	Penulisan hasil penelitian					
9.	Penulisan Pembahasan penelitian					
10.	Penulisan Kesimpulan					
11.	Penyusunan Laporan Penelitian					
12.	Sidang Munaqosah					