



DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Strategi dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jemaah Haji Khusus di PT. Dania Dzulqornain Jepara

Siti Rois Yuwandira Puteri^{1*}, Anasom², Abdul Rozaq³, Yuyun Affandi⁴, Kurnia Muhajarah⁵

¹Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia, 2101056072@walisongo.ac.id

²Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia, anasom@walisongo.ac.id

³Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia, abdul_rozaq@walisongo.ac.id

⁴Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia, yuyunaffandi@walisongo.ac.id

⁵Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia, kurniamuhajarah@walisongo.ac.id

*Corresponding Author: 2101056072@walisongo.ac.id

Abstract: *This study discusses the strategy of PT. Dania Dzulqornain Jepara in improving the quality of special hajj pilgrim services. The formulation of the problem in this study includes how the strategy is implemented in improving the quality of service, factors that influence pilgrim satisfaction, and how the Kano Model is applied in analyzing pilgrim needs. The purpose of this study is to identify the service strategies implemented, analyse the factors that influence pilgrim satisfaction, and evaluate the effectiveness of the strategy using the Kano Model. This study uses a qualitative method with data collection techniques through interviews, documentation, and literature studies. The results of the study indicate that PT. Dania Dzulqornain implements flexible Standard Operating Procedures (SOP), conducts routine evaluations 2-4 times a month, and provides additional services beyond basic services to improve pilgrim satisfaction. Analysis using the Kano Model identifies three categories of pilgrim needs: must be (basic needs), one-dimensional (performance needs), and attractive (surprise needs). Although the bureau does not yet have a formal satisfaction measurement system, intensive communication and routine evaluation are key to maintaining and improving service quality. This study recommends the development of a data-based satisfaction measurement system to improve objective performance evaluation and ensure the sustainability of service quality improvement.*

Keywords: *Service Strategy, Service Quality, Special Hajj pilgrims, Kano Model, PT. Dania Dzulqornain*

Abstrak: Penelitian ini membahas strategi PT. Dania Dzulqornain Jepara dalam meningkatkan kualitas pelayanan jemaah haji khusus. Rumusan masalah dalam penelitian ini mencakup bagaimana strategi yang diterapkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan jemaah, dan bagaimana penerapan Model Kano dalam menganalisis kebutuhan jemaah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi pelayanan yang diterapkan, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan jemaah,

dan mengevaluasi efektivitas strategi tersebut menggunakan Model Kano. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan studi literature. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Dania Dzulqornain menerapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang fleksibel, melakukan evaluasi rutin 2-4 kali sebulan, dan memberikan layanan tambahan di luar layanan dasar untuk meningkatkan kepuasan jemaah. Analisis menggunakan Model Kano mengidentifikasi tiga kategori kebutuhan jemaah: must-be (kebutuhan dasar), one-dimensional (kebutuhan kinerja), dan attractive (kebutuhan kejutan). Meskipun biro belum memiliki sistem pengukuran kepuasan formal, komunikasi intensif dan evaluasi rutin menjadi kunci dalam menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan sistem pengukuran kepuasan berbasis data untuk meningkatkan evaluasi kinerja secara objektif dan memastikan keberlanjutan peningkatan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Strategi Pelayanan, Kualitas Layanan, Jemaah Haji Khusus, Model Kano, PT. Dania Dzulqornain

PENDAHULUAN

Ibadah haji merupakan ibadah yang memerlukan niat yang tulus, dengan tekad yang kuat untuk meninggalkan tanah kelahiran dan keluarga, serta menjauhi segala perbuatan yang buruk (Affandi, 2021). Menunaikan ibadah haji adalah suatu kewajiban umat muslim diseluruh dunia dengan syarat mereka istitha'ah, baik dalam materi maupun non-materi. Dari sisi materi, karena tidak dapat diabaikan bahwa ibadah haji memerlukan biaya perjalanan ibadah haji (BIPIH) sebagai syarat minimal. Sementara dari sisi non-materi, ibadah haji mensyaratkan kondisi kesehatan jemaah yang baik, yaitu baik fisik maupun mental (Sattar & Hasanah, 2023). Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa haji adalah ibadah yang dilakukan dengan pergi ke Ka'bah pada waktu yang telah ditentukan, dengan memenuhi segala syarat yang telah ditetapkan, semuanya dilakukan sebagai bentuk ketaatan terhadap perintah Allah SWT dan untuk meraih keridhaan-Nya (Zumrotus, 2024).

Pelaksanaan ibadah haji menyediakan peningkatan kualitas fasilitas, terutama dalam aspek makanan dan kenyamanan. Kenyamanan tersebut mencakup berbagai layanan yang telah ditingkatkan, khususnya dalam hal akomodasi dan kenyamanan. Kenyamanan ini meliputi berbagai fasilitas, seperti lokasi yang dekat dengan masjid, penginapan yang nyaman, serta pengaturan makanan yang sesuai dengan petunjuk para pendahulu. Beberapa layanan perjalanan haji dan umrah juga memberikan jaminan keamanan atau asuransi kecelakaan untuk memastikan keselamatan dan kesejahteraan para jemaah, sehingga hal ini menjadi pilihan yang menarik (Widiayunita Miranti, 2023). Perjalanan ibadah haji merupakan sebuah kegiatan yang diikuti oleh ribuan jemaah asal Indonesia dan melibatkan kerja sama antar negara. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Agama, memiliki tanggung jawab untuk memfasilitasi pelaksanaan ibadah haji tersebut. Dalam hal ini, peraturan yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 Pasal 3a, tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umrah adalah untuk menyediakan pembinaan, pelayanan, serta perlindungan bagi para jemaah, sehingga mereka dapat menjalankan ibadah sesuai dengan ketentuan syariat Islam (Haryanto et al., 2021).

Sebagian besar masyarakat Indonesia dengan pendapatan rendah hingga menengah, tingginya biaya haji menjadi kendala tambahan. Untuk menutupi biaya perjalanan, banyak calon jemaah haji harus menabung selama bertahun-tahun atau bahkan puluhan tahun. Banyak calon jemaah haji yang terpaksa menunda atau membatalkan perjalanan haji mereka karena tidak mampu membayar biaya yang terus meningkat. Pemerintah memberi kesempatan kepada pihak swasta, khususnya biro perjalanan, untuk turut serta dalam penyelenggara haji dan umrah

secara komersial guna meringankan beban masyarakat. Biro perjalanan haji swasta tersebut dikenal sebagai sebutan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK). Tanpa harus menunggu bertahun-tahun dalam antrian untuk mendapatkan jatah haji regular dari pemerintah, keberadaan PIHK memberikan alternatif bagi masyarakat untuk tetap dapat melaksanakan ibadah haji wajib dan sunah sesuai dengan kemampuan finansial masing-masing (Nadia Tiara, 2024). Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada jemaah dapat membuat mereka merasa bahagia, dan pada akhirnya, hal ini akan mendorong mereka untuk tetap setia pada penyelenggara travel yang dianggap terpercaya (Atalah Sopyan, 2023). Baik pemerintah maupun organisasi yang menyelenggarakan haji tertarik pada kesempatan ini dan bersaing untuk mendapatkan simpati jemaah, semua biro bersaing untuk mendapatkan pelanggan dengan menyediakan layanan, keselamatan, dan pemandu dengan fasilitas terbaik. Hal ini menunjukkan kepada masyarakat untuk memperoleh tujuan utama yaitu mendapatkan pelayanan terbaik (Achmad, 2017).

Strategi adalah suatu pendekatan atau metode yang dirancang untuk memudahkan dan membantu dalam menyelesaikan masalah dengan cara-cara yang sudah dipersiapkan secara sistematis. Langkah-langkah tersebut direncanakan untuk mencapai solusi dalam tantangan, baik didalam suatu perusahaan maupun organisasi. Strategi dapat dipahami sebagai rencana tindakan yang dirancang secara hati-hati untuk mengatasi berbagai permasalahan yang muncul, strategi bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang mungkin timbul baik dalam operasional sehari-hari, pengambilan keputusan, maupun pencapaian tujuan jangka panjang. Dengan adanya strategi, perusahaan memiliki arah yang jelas dan langkah-langkah terstruktur untuk menghadapi hambatan atau tantangan, sehingga proses penyelesaian masalah menjadi lebih efisien dan efektif (Kahfi, 2024). Gronroos mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai serangkaian kegiatan nyata yang terjadi, kualitas pelayanan ini bukan hanya sekedar hasil, tetapi juga bagian utama dari hubungan antara perusahaan dan pelanggan, yang harus dijaga dan ditingkatkan secara konsisten agar dapat memberikan kepuasan yang optimal. Meningkatkan mutu layanan bagi jemaah haji menjadi fokus utama dalam pelaksanaan ibadah haji pada tahun 2024. Kementerian Agama RI telah memperkenalkan berbagai inovasi layanan untuk memastikan kenyamanan dan keselamatan jemaah (Oktaviani, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Nadia Tiara dan Maharani mengungkapkan bahwa pertumbuhan pesat jumlah perusahaan jasa pelayanan haji khusus di Indonesia menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat, yang mendorong setiap perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan menjadi faktor utama yang di pertimbangkan oleh calon jemaah dalam memilih penyelenggara haji (PIHK dan PPIU) (Maharani, 2020). Kualitas pelayanan dapat memotivasi pelanggan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan, sehingga strategi peningkatan kualitas pelayanan sangat diperlukan agar visi perusahaan dapat tercapai. Analisis ini memberikan dasar untuk memperbaiki kualitas pelayanan melalui pemanfaatan peluang dan pengelolaan kelemahan serta ancaman, terutama dalam memberikan pelayanan kepada calon jemaah haji lansia (Nadia Tiara, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh jemaah haji dalam melaksanakan ibadah haji. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi kenyamanan dan keselamatan jemaah selama perjalanan haji, termasuk aspek kesehatan, aksesibilitas fasilitas, dan dukungan sosial yang harus diterapkan oleh PT. Dania Dzulqornain. Dengan memahami masalah ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tepat untuk meningkatkan pengalaman ibadah haji bagi jemaah pada PT. Dania Dzulqornain, sehingga mereka dapat menjalani ibadah dengan lebih baik dan mendapatkan makna spiritual yang mendalam. Berdasarkan penjabaran permasalahan yang telah dicantumkan, penulis tertarik dengan tema tersebut untuk dijadikan penelitian di artikel jurnal ini dan PT. Dania Dzulqornain juga memiliki peran yang signifikan dalam PIHK, serta berbagai

tantangan dan peluang yang dihadapi dalam memenuhi regulasi dan kebutuhan jemaah. Oleh karena itu penulis memilih PT. Dania Dzulqornain menjadi objek penelitian.

METODE

Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami realitas sosial sebagaimana adanya, tanpa bergantung pada gambaran ideal. Penelitian ini dilakukan di dalam lingkungan yang alami dan lebih menekankan pada penemuan-penemuan baru. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berfungsi sebagai alat utama dalam proses penelitian. Oleh karena itu, peneliti perlu memiliki pemahaman dan wawasan yang luas untuk dapat mengajukan pertanyaan, menganalisis, serta menjelaskan objek yang diteliti dengan lebih rinci (Muhammad Hasan, 2023). Penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi serta data primer jemaah haji khusus di travel tersebut. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, dan artikel yang berkaitan dengan tema ini.

Model Kano adalah sebuah model yang diperkenalkan oleh Noriaki Kano pada tahun 1985. Tujuan utama dari model ini adalah untuk mengklasifikasikan atribut-atribut produk atau jasa berdasarkan sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan. Metode Kano memiliki beberapa keuntungan, di antaranya adalah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang keinginan konsumen, memunhkan prioritas dalam mengembangkan aktivitas berikutnya, serta membantu membedakan karakteristik pasar (Mauliddiyah, 2021). Model Kano memiliki peran yang sangat penting dalam mengklasifikasikan kinerja layanan serta memprioritaskan kesenjangan layanan, untuk mengidentifikasi atribut layanan yang perlu mendapatkan perhatian lebih. Dalam konteks ini, Model Kano digunakan untuk menentukan tingkat hierarki antara kebutuhan dan kepuasan konsumen (Istikomah et al., 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pendapat Mudrajat Kuncoro, strategi merupakan kerangka yang meliputi sasaran, tujuan, serta kebijakan umum yang dirancang untuk mencapai hasil yang diharapkan. Penentuan strategi oleh suatu organisasi atau lembaga dipengaruhi oleh target yang ingin diraih dan kondisi yang diharapkan terwujud (Riskha Fabriar & Muhajarah, 2021). Strategi merupakan perpaduan antara seni dan ilmu yang digunakan untuk merancang, menjalankan, serta mengevaluasi keputusan strategi dalam berbagai fungsi, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yang diharapkan di masa mendatang (Laurens, 2021). Berdasarkan definisi tersebut, strategi dapat disimpulkan sebagai rangkaian keputusan penting yang berfungsi untuk merancang, mengimplementasikan, dan mengatur berbagai tindakan serta sumber daya guna mencapai sasaran yang diharapkan.

Kualitas pelayanan dapat dinilai dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan layanan yang sebenarnya mereka harapkan, berdasarkan berbagai atribut layanan yang disediakan oleh lembaga pemerintah. Pelayanan yang berkualitas dapat mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan lembaga tersebut. Hubungan yang baik ini memungkinkan penyedia layanan untuk lebih memahami kebutuhan dan harapan jemaah (Herman et al., 2019). Memberikan pelayanan yang terbaik adalah tugas mulia dalam pandangan Islam bagi siapa saja yang bersedia melaksanakannya. Allah SWT dalam firman-Nya memerintahkan umat manusia untuk saling membantu dalam hal kebaikan dan melarang segala bentuk perbuatan yang dapat mendatangkan kerugian (Rifa'i, 2021).

Menerapkan strategi pelayanan haji khusus adalah upaya untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen guna menambah jumlah jemaah serta mengukur keberhasilan organisasi perusahaan, dengan berfokus pada pemenuhan harapan jemaah, penerapan

strategi yang efektif sangat penting meskipun terkadang tampak seperti impian yang sulit tercapai. Pada tahap ini, diperlukan kegiatan yang menyeluruh serta tanggung jawab dan kerja sama dari seluruh karyawan dan petugas untuk memastikan kesuksesan sebuah perusahaan (Irmayani, 2018). Pelayanan yang diberikan oleh petugas haji, mulai dari konsumsi, akomodasi, hingga kesehatan, semuanya berjalan sesuai dengan kebijakan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, PT. Dania Dzulqornain Jepara menerapkan sejumlah strategi inovatif yang sebelumnya belum banyak dilakukan oleh penyelenggara haji khusus lainnya. Salah satu bentuk pelayanan baru yang menjadi daya tarik utama adalah pemberian layanan tambahan di luar layanan dasar seperti pendampingan ekstra di bandara dan pemberian souvenir sebagai bentuk perhatian terhadap kenyamanan emosional jemaah. Layanan kejutan ini memberikan kesan positif yang mendalam dan meningkatkan loyalitas jemaah. Di sisi lain, fleksibilitas pelayanan menjadi kekuatan biro ini, ditunjukkan dengan kemampuan mereka menyesuaikan permintaan individu jemaah seperti upgrade akomodasi atau penyesuaian layanan tour guide secara personal. Fleksibilitas ini mencerminkan komitmen PT. Dania dalam menempatkan kepuasan jemaah sebagai prioritas utama. Dengan menggunakan strategi pelayanan yang efektif, perusahaan travel haji dapat meningkatkan kepuasan jemaah serta unggul dalam persaingan di industri haji (Tamirano & Zen, 2023).

Selain itu, pendekatan evaluatif yang dilakukan secara rutin sebanyak dua hingga empat kali dalam sebulan merupakan inovasi signifikan yang membedakan PT. Dania dari biro lain. Evaluasi ini tidak hanya dilakukan secara internal oleh tim manajemen, tetapi juga melibatkan masukan langsung dari jemaah, menjadikannya strategi berkelanjutan dalam pengembangan kualitas layanan. Komunikasi intensif yang terjalin sebelum, selama, dan setelah program ibadah haji juga menjadi kunci sukses biro ini. Pendekatan personal seperti menjaga silaturahmi dengan jemaah pasca-keberangkatan menjadi bukti bahwa hubungan antara biro dan jemaah tidak hanya bersifat transaksional, melainkan emosional dan berjangka panjang. Meskipun saat ini belum memiliki sistem pengukuran kepuasan berbasis data yang formal, PT. Dania menunjukkan komitmennya untuk mengembangkan sistem tersebut ke depannya. Pelayanan yang diberikan tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan spiritual jemaah secara lebih menyeluruh. Oleh karena itu, diharapkan ke depannya akan muncul berbagai strategi pelayanan baru yang di berikan untuk jemaah haji (Rifa'i, 2021).

Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan sebaiknya dirancang dengan memperhatikan harapan dan kebutuhan jemaah haji, sehingga mereka dapat merasakan kekhusyukan dan kenyamanan dalam beribadah serta mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang diterima (Agustin & Muhajarah, 2024). Kepuasan jemaah sangatlah penting, karena hal ini dapat mendorong untuk menyampaikan pengalaman positif mereka kepada jemaah lain yang berencana untuk mendaftar. Dengan begitu kepuasan mereka tidak hanya menciptakan pengalaman ibadah yang lebih bermakna, tetapi juga berpotensi meningkatkan jumlah jemaah yang tertarik, melalui rekomendasi atau informasi yang mereka bagikan (Nurasyiah, 2023).

B. Analisis Model Kano Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jemaah di PT. Dania Dzulqornain

Model Kano merupakan metode yang digunakan untuk mengelompokkan atribut suatu produk atau layanan berdasarkan tingkat pemenuhan harapan pelanggan. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Profesor Noriaki Kano dari Universitas Tokyo Rika pada tahun 1985. Model tersebut membagi atribut produk berdasarkan pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Beberapa keunggulan Model Kano

meliputi kemampuannya untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara mendalam, mengidentifikasi fitur produk berdasarkan dampaknya terhadap kepuasan atau ketidakpuasan, serta membantu meningkatkan kualitas produk dengan menitikberatkan pada fitur-fitur yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Dwi Setiawan & Raharjo, 2023). Model Kano mengategorikan kebutuhan pelanggan menjadi beberapa dimensi yang berbeda yaitu:

1. **Must-be (Kebutuhan Dasar)** mengacu pada fitur atau elemen yang dianggap esensial oleh pelanggan dalam sebuah layanan. Fitur-fitur ini merupakan hal yang sudah diharapkan dan dianggap sebagai standar minimal. Jika kebutuhan dasar ini tidak dipenuhi, pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas, karena mereka menganggapnya sebagai sesuatu yang seharusnya ada dan tersedia.
2. **One-dimensional (Kebutuhan Kinerja)** berkaitan dengan fitur atau atribut yang secara langsung mempengaruhi tingkat kepuasan jemaah. Dalam hal ini, semakin baik suatu produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, semakin besar pula kepuasan yang dirasakan. Fitur-fitur ini memiliki hubungan yang linier, artinya peningkatan kualitas atau kinerja pelayanan akan meningkatkan kepuasan jemaah secara langsung.
3. **Attractive (Kebutuhan Kegembiraan)** merujuk pada fitur atau elemen yang tidak terduga dan dapat mengejutkan pelanggan dengan cara yang menyenangkan. Fitur-fitur ini melebihi ekspektasi pelanggan dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Meskipun tidak diharapkan, ketika ada, fitur ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, membuat mereka merasa lebih puas dan terkesan dengan layanan tersebut (Wardhana, 2024)

Menggunakan analisis Model Kano untuk menganalisis umpan balik dan preferensi pelanggan, perusahaan dapat mengenali kebutuhan yang bersifat *must-be*, *one-dimensional*, dan *attractive* yang sangat penting, serta memprioritaskan perbaikan di area tersebut untuk meningkatkan kepuasan jemaah secara maksimal. Dengan begitu perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih cerdas terkait pengembangan produk strategi layanan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing produk di pasar.

Tabel 1. Hasil Wawancara Jemaah

| No | Jemaah | Must-be | One-dimensional | Attractive |
|----|----------|---|--|---|
| 1 | Jemaah 1 | Berharap biro memberikan informasi yang jelas tentang prosedur, jadwal, dan dokumen haji, serta komunikasi yang lancar sebelum keberangkatan. | Fasilitas sesuai harapan, hotel nyaman, makanan enak dan bervariasi, serta transportasi lancar. Puas dengan bimbingan ibadah yang jelas dan pembimbing yang berpengalaman. Layanan pelanggan seponsif, dan pembimbing selalu siap membantu dengan sabar. Memberikan pengalaman yang sangat baik. | Layanan pendampingan di bandara melebihi ekspektasi, Merasa dihargai dan sangat terbantu. Siap membayar lebih untuk layanan premium dan pasti merekomendasikan PT. Dania Dzulqornain karena layanan luar biasa yang membuat pengalaman haji menjadi berkesan. |
| 2 | Jemaah 2 | Harapan saya akomodasi nyaman, transportasi memadai, dan pendampingan yang jelas selama ibadah haji. Meskipun | Fasilitas memadai, akomodasi nyaman, transportasi efisien, dan makanan enak dengan banyak pilihan. Bimbingan ibadah sangat | Terkesan dengan perhatian di bandara, di mana petugas membantu dari awal hingga akhir. Merasa aman dan nyaman. Jika layanan premium meberikan |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | ada sedikit keterlambatan transportasi, hal itu tidak mengganggu perjalanan ibadah. | memuaskan, pembimbing selalu siap membantu dan memberikan penjelasan jelas. Layanan kepada jemaah juga sangat membantu dan mudah dihubungi. | kenyamanan lebih, saya siap membayar lebih. Saya sangat merekomendasikan biro ini karena layanan ekstrapang membuat saya merasa dihargai. |
| 3 | Jemaah 3 Berharap ada perhatian pada pengaturan dokumen, hotel yang nyaman, dan informasi tempat ibadah. Saya puas dengan akomodasi dan transportasi | Puas dengan fasilitas yang diberikan, akomodasi nyaman, makanan bervariasi, dan transportasi meski kadang padat. Bimbingan ibadah memuaskan dengan pembimbing yang sabar dan jelas. Pengalaman positif, dan pembimbing selalu dapat dihubungi. | Layanan kejutan seperti souvenir dan pendampingan ekstra di bandara sangat menyenangkan dan memberikan kesan positif. Saya siap untuk membayar lebih jika layanan premium memberikan akses VIP atau proses lebih cepat. Saya pasti merekomendasikan biro ini, karena layanan yang membuat saya merasa dihargai. |
| 4 | Jemaah 4 Berharap biro memberikan penjelasan rinci tentang ibadah. Fasilitas yang memadai dalam hal akomodasi dan transportasi. | Fasilitas memuaskan, makanan enak, dan transportasi lancar. Pembimbing memberikan penjelasan jelas dan memudahkan ibadah. Layanan cepat tanggap, dengan pembimbing selalu siap membantu. Pengalaman haji saya sangat baik. | Pendampingan ekstra dan bantuan di bandara sangat membantu, terutama untuk jemaah pertama kali. Saya siap membayar jika layanan premium memberikan kenyamanan lebih. Saya puas dan akan merekomendasikan biro ini karena layanan yang membuat pengalaman haji lebih menyenangkan. |

Sumber: Data Riset

Berdasarkan wawancara dengan empat jemaah haji yang menggunakan layanan PT. Dania Dzulqornain, mereka memiliki harapan agar biro dapat memberikan informasi yang jelas mengenai prosedur haji, jadwal keberangkatan, dan dokumen yang diperlukan. Selain itu, mereka menginginkan akomodasi yang nyaman, transportasi yang memadai dan bimbingan yang jelas selama melaksanakan ibadah haji. Para jemaah merasa puas dengan fasilitas yang diberikan, seperti akomodasi dekat tempat ibadah, makanan yang enak, dan transportasi yang lancar. Dengan upaya memberikan pelayanan yang baik, jemaah haji merasa puas dan bersedia membagikan pengalaman mereka mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Dania Dzulqornain kepada orang lain (Yuhadi et al., 2022). Bimbingan ibadah pun memuaskan, dengan pembimbing yang berpengalaman dan siap memberikan penjelasan yang jelas. Layanan pelanggan juga sangat responsif, memberikan bantuan saat dibutuhkan.

Layanan kejutan seperti pendampingan ekstra di bandara membuat para jemaah merasa dihargai dan sangat terbantu, memberikan kesan positif selama perjalanan. Strategi pelayanan yang baik dan pembimbing yang berpengalaman, dianggap sebagai elemen kunci dalam menciptakan pengalaman positif selama perjalanan ibadah haji bagi jemaah (Rohimat & Sudrajat, 2023). Beberapa jemaah juga bersedia membayar lebih untuk layanan premium, seperti akses VIP, jika itu meningkatkan kenyamanan dan kemudahan perjalanan. Semua jemaah yang diwawancarai menyarankan untuk merekomendasikan PT.

Dania dzulqornain kepada orang lain, berkat layanan kejutan yang membuat pengalaman haji mereka lebih berkesan dan menyenangkan.

Tabel 2. Hasil Wawancara PT. Dania Dzulqornain

| No | Must-be | One-dimensional | Attractive |
|----|---|--|---|
| 1. | Tidak dapat dipungkiri bahwa penyelenggaraan kegiatan haji di Indonesia adalah salah satu ranah yang memiliki fleksibilitas paling tinggi. Terlebih terkait kebijakan dan peraturan baik itu di Indonesia maupun di Arab Saudi. Sebagai biro pelaku usaha di bidang ini, berbagai cara dan Upaya kami lakukan dalam menghadapi tantangan terkait pelayanan dasar. SOP kami bangun dan kami implementasikan secara optional guna memaksimalkan pelayanan. Dengan menegakkan SOP, kami dapat memberikann hak dan kewajiban jamaah. Selain itu turut mengontrol kualitas layanan serta evaluasi dari segi internal dan eksternal senantiasa kami upayakan. | Evaluasi kami lakukan setiap berjalannya program. Jika melihat dari intensitas tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam kurun waktu satu bulan kami dapat melakukan sebanyak 2 hingga 4 kali. Kegiatan tersebut berupa kegiatan internal dari pimpinan biro, keseluruhan tim, berdasarkan penyelenggaraan program yang telah berlangsung serta masukan dari jamaah. | Pelayanan. Pelayanan secara intens sebelum keberangkatan, selama program berlangsung, hingga follow up pasca berjalannya program dapat menjadi salah satu tolak ukur kepuasan jamaah/konsumen. |
| 2. | Menindaklanjuti secara langsung di lapangan adalah Upaya yang senantiasa kami lakukan terhadap permasalahan keluhan yang ada. Selama keluhan yang dimaksud adalah tugas dan tanggungjawab biro. Dalam hal ini, menjaga komunikasi dengan jamaah adalah kunci agar biro dan jamaah dapat selaras dan program dapat berjalan dengan baik. Selama menerima keluhan, kami mengatasi sesuai dengan SOP yang ada. Cara yang kami tempuh dapat dilakukan dengan pendekatan secara langsung maupun melalui media yang bisa menjadi sarana komunikasi dengan jamaah. Disisi lain, kami juga memaksimalkan pelayanan melalui komunikasi dan edukasi selama berjalannya program agar sebisa mungkin tidak menemukan keluhan dari jamaah. | Jamaah dalam hal ini konsumen yang telah mengikuti program memiliki peran yang sangat besar terhadap keberlangsungan biro. Dari jamaah yang mengikuti program tersebut kami dapat menimbang sejauh mana keberhasilan kami dalam memberikan pelayanan terbaik. | Seperti yang telah kami sampaikan dalam pertanyaan sebelumnya, bahwa kami sebagai biro jasa pelayanan dapat memberikan permintaan sesuai dengan keinginan jamaah/konsumen. Karena kebutuhan masing masing individu berbeda dan hal tersebut lantas tidak menjadi Batasan bagi kami. Artinya selama permintaan dan keinginan jamaah dapat kami berikan maka akan senantiasa kami lakukan yang terbaik demi kepuasan konsumen. Tentu saja dalam hal ini terdapat biaya diluar biaya program yang ada. |
| 3. | Sebagai biro kami memiliki fleksibilitas terhadap keinginan dari jamaah sebagai Upaya untuk kepuasan konsumen. Secara | Secara teknis kami belum melakukan pengukuran kepuasan tersebut. Jadi dalam data maupun skala kami tidak | Mengikuti perkembangan yang ada dan mengevaluasi dari program yang |

| | | |
|---|--|--|
| signifikan kami dapat mengakomodasi dan memberikan layanan diluar layanan dasar sesuai dengan keinginan. Komunikasi dari jamaah senantiasa kami butuhkan terhadap hal ini. Implementasi secara nyata adalah kami dapat memenuhi berbagai macam program diluar layanan dasar sebagai upgrade fasilitas baik hotel maupun akomodasi, pelayanan service dari tour guide sesuai kebutuhan, dan lain sebagainya. | dapat menunjukkan hasil yang dimaksud. Yang intens kami lakukan adalah menjaga silaturahmi dengan jamaah yang telah mengikuti program kami. Pendekatan lain yang kami lakukan adalah dengan tanya jawab, masukkan, serta menerima kritik guna evaluasi kami kedepan. | telah berjalan dapat menjadikan pijakan bagi kami untuk menentukan Langkah selanjutnya. Inovasi pun dapat dikembangkan dari program yang sudah ada kemudian disesuaikan dengan keadaan dan kebutuhan sesuai dengan permintaan. |
|---|--|--|

Sumber: Data Riset

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak biro yaitu bapak Rama selaku manager di PT. Dania Dzulqornain, dapat disimpulkan bahwa biro memiliki komitmen tinggi dalam menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan jemaah melalui penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas dan fleksibel. SOP ini menjadi panduan utama dalam memberikan hak dan kewajiban jemaah, memastikan kelancaran proses pelayanan, serta mengontrol kualitas di setiap tahap perjalanan haji. Penegakan SOP juga menjadi acuan dalam menangani keluhan jemaah secara langsung di lapangan, dengan pendekatan yang responsive dan sesuai tanggung jawab biro. Dalam upaya menjaga dan meningkatkan kinerja pelayanan, biro secara rutin melakukan evaluasi sebanyak 2 hingga 4 kali dalam sebulan. Evaluasi ini melibatkan pimpinan, seluruh tim, dan masukan dari jemaah yang telah mengikuti program. Proses evaluasi dilakukan di setiap tahap pra keberangkatan, selama di Tanah Suci, hingga pasca kepulangan untuk memastikan layanan berjalan sesuai ekspektasi dan kebutuhan jemaah. Setiap strategi berkontribusi besar pada tujuan perusahaan, dengan cara unik yang saling melengkapi (Abdullah et al., 2024). Meskipun biro belum memiliki sistem pengukuran kepuasan secara formal, mereka tetap mengumpulkan umpan balik melalui komunikasi langsung, tanya jawab, dan kritik dari jemaah sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa depan.

Selain memenuhi kebutuhan dasar, biro juga berusaha memberikan pelayanan di luar pelayanan standar sebagai bentuk inovasi dan respons terhadap keinginan khusus jemaah. Fleksibilitas ini terlihat dalam kemampuan biro untuk menyediakan berbagai fasilitas tambahan, seperti peningkatkan kualitas akomodasi, layanan tour guide pribadi, hingga fasilitas eksklusif lainnya sesuai permintaan. Biro memahami bahwa kebutuhan jemaah bersifat beragam, dan selama permintaan tersebut memungkinkan dan sesuai kebijakan, mereka berkomitmen untuk memenuhinya guna meningkatkan kepuasan jemaah. Komunikasi menjadi kunci utama dalam menjaga hubungan dengan jemaah. Selain menangani keluhan secara langsung, biro juga berupaya membangun hubungan jangka panjang melalui silaturahmi pasca-program. Pendekatan ini bertujuan untuk memelihara loyalitas jemaah dan memastikan bahwa masukan dari jemaah menjadi dasar dalam merancang inovasi layanan di masa mendatang. Secara keseluruhan, biro menunjukkan upaya berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui evaluasi rutin, penerapan SOP yang konsisten dan inovasi layanan yang fleksibel sesuai kebutuhan jemaah. Namun, biro masih perlu mengembangkan sistem pengukuran kepuasan formal berbasis data agar dapat secara objektif mengevaluasi kinerja dan mengidentifikasi area perbaikan di masa depan.

Menurut hasil wawancara dari bapak Munawwir Abdul Wahab selaku direktur kedua, dengan berdirinya PT. Dania Dzulqornain Jepara pada tahun 1994 kemudian berkembang

dan tumbuh pesat dan bergabung di PIHK pada tahun 2021 dibawah pimpinan oleh Sechah Daniyah yang berlokasi di Jl. KH. Wahid Hasyim 124, RT. 05/RW. 05, Kelurahan Saripan, Kabupaten Jepara. Perusahaan ini telah memperoleh akreditasi A dan terdaftar sebagai Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) dengan nomor SK 02200061411670001, serta menjadi anggota HIMPUGH dengan nomor registrasi 510 HIMPUGH 2021. PT. Dania Dzulqornain merupakan perusahaan yang fokus pada penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, travel ini tidak hanya menyelenggarakan ibadah haji khusus tetapi juga ada beberapa paket umrah dengan keliling berbagai Negara. Bagi PT. Dania Dzulqornain menyelenggarakan ibadah haji itu tidak hanya sekedar bisa mengantarkan ke Tanah Suci tetapi bagaimana kesiapan jemaah haji melaksanakannya sesuai dengan tuntunan sunnah, dan begitupun keamanan dan strategi pelayanan yang efektif karena keduanya akan menjadi tolak ukur untuk jemaah haji dalam memilih biro perjalanan ibadah haji (Abdul Wahab, 2024).

Travel ini menjadi salah satu pilihan yang sangat dipercaya oleh jemaah haji terutama di daerah Jepara, terutama di tengah maraknya kasus penipuan biro perjalanan haji dan umrah. Pengalaman yang luas ini menjadi salah satu tujuan utama yang memberikan keyakinan kepada jemaah, khususnya jemaah haji lansia yang membutuhkan pelayanan profesional dan amanah. Strategi pelayanan yang dilakukan oleh PT. Dania Dzulqornain yaitu memberikan berbagai fasilitas yang mendukung kenyamanan bagi jemaah haji, termasuk layanan yang lengkap baik di kantor maupun selama perjalanan ibadah (Abdul Wahab, 2024). PT. Dania Dzulqornain juga memberikan fasilitas manasik haji sebanyak dua kali sebelum melaksanakan ibadah haji yang sebenarnya dan tempat yang luas dan nyaman tepatnya dilantai 2 kantor travel tersebut (Abdul Wahab, 2024). Sebelum pemberangkatan perjalanan ibadah haji dilaksanakan diharapkan semua jemaah harus melakukan pemeriksaan kesehatannya terlebih dahulu, selain pemeriksaan kesehatan untuk mengetahui kondisi kesehatan, selain menjaga kesehatan sebagai upaya untuk mencapai istitha'ah, jemaah haji perlu melakukan persiapan dengan membawa rezeki yang halal dan bersih dari syubhat (Dian Paramita, 2023).

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, PT. Dania Dzulqornain Jepara berhasil meningkatkan kualitas pelayanan jemaah haji khusus melalui strategi seperti penggunaan SOP yang fleksibel, evaluasi layanan secara rutin 2-4 kali dalam sebulan, serta pemberian layanan tambahan seperti pendampingan ekstra dan souvenir. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas jemaah. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan jemaah meliputi kenyamanan akomodasi, kelancaran transportasi, kualitas makanan, serta kemampuan pembimbing dalam memberikan bimbingan ibadah yang jelas dan sabar. Selain itu, perhatian emosional dan komunikasi yang baik antara biro dan jemaah juga menjadi kunci penting. Model Kano digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan jemaah dalam tiga kategori: layanan dasar, layanan kinerja, dan layanan kejutan. Meski belum memiliki sistem pengukuran kepuasan formal, biro menunjukkan komitmen tinggi terhadap perbaikan layanan dan disarankan untuk mengembangkan sistem evaluasi berbasis data.

REFERENSI

- Abdul Wahab, M. (2024). *Wawancara 28 September 2024*.
- Abdullah, F., Mustiawan, & Setiawati, T. (2024). Strategi Marketing Public Relation Dalam Upaya Meningkatkan Jamaah Haji Khusus dan Umrah. *Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah* |, 12(1), 12–23.
- Achmad, Y. (2017). *JIEB (ISSN: 2442-4560) available online at: ejournal.stiepancasetia.ac.id*. 2, 208–219.

- Affandi, Y. (2021). *Haji Bagi Generasi Milenial: Paradigma Tafsir Tematik*. Fatawa Publishing.
- Agustin, T. M., & Muhajarah, K. (2024). Evaluasi Pelayanan Petugas Haji Ramah Lansia Tahun 2023 Kantor Kementerian Agama Wilayah Jawa Tengah. *Islamic Management*, 429–442. <https://doi.org/10.30868/im.v7i01.6131>
- Atalah Sopyan, F. (2023). Penerapan Strategi Pelayanan Calon Jamaah Haji Lanjut Usia Pada Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Al-Hikmah Kota Metro Lampung. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII* (Issue I).
- Dian Paramita, A. (2023). *Manajemen Pelayanan Kesehatan Kepada Calon Jemaah Haji di Dinas Kesehatan Kabupaten Demak*.
- Dwi Setiawan, E., & Raharjo, M. (2023). Analisis Model Kano Pada Rancang Bangun Game Belajar Bahasa Inggris Berbasis Android Pada Sekolah Dasar. *Jurnal Informatika Terpadu*, 9(1), 34–39. <https://journal.nurulfikri.ac.id/index.php/JIT>
- Haryanto, J. T., Anasom, Syakur, M., Fadhilah, I., & Mustaghfirin. (2021). Panduan Perjalanan Jemaah Haji. In *DIVA Press* (Vol. 5, Issue 3).
- Herman, M., Normajatun, N., & Rahmita, D. (2019). Kualitas Pelayanan Haji Dan Umrah Pada Kantor Kementerian Agama Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *AS-SIYASAH: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31602/as.v3i1.1722>
- Irmayani. (2018). *Strategi Manajemen Dalam Peningkatan Pelayanan Dan Kepercayaan Jamaah Haji dan Umrah*. 46–47.
- Istikomah, S., Ushada, M., Masruroh, N. A., Gadjah, U., & Yogyakarta, M. (2024). Penerapan Rekayasa Kansei Engineering dan Model KANO dalam Pengembangan PIAT Menuju Wisata Kebugaran Application of Kansei Engineering and KANO Model in the Development of PIAT Towards Wellness Tourism. *Kelitbangsan*, 12(3).
- Kahfi, A. (2024). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Umrah Di Pt Ar-Rahmah Wisata. In *Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah* (Vol. 7, Issue 1). <https://doi.org/10.19109/vgj6pt13>
- Laurens, C. I. J. (2021). *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kesadaran Jamaah Haji Pada Dinas Kesehatan Kota Tangerang Selatan*.
- Maharani. (2020). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Umrah Dan Haji Khusus Di PT. Al-Anshor Madinah Barokah Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga*, 6(2), 257–273.
- Mauliddiyah, S. (2021). *Analisis Dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pusat Layanan Terpadu (PLT) Di Perguruan Tinggi XYZ Dengan Metode Servqual Dan Model Kano*.
- Muhammad Hasan, et all. (2023). *Metode penelitian kualitatif* (M. Hasan (ed.)). Tahta Media Group.
- Nadia Tiara. (2024). *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jamaah Haji (Studi Deskriptif Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah Babussalam Ciburial Cimenyan Bandung)*.
- Nurasyiah, S. (2023). Strategi Peningkatan Pelayanan Terhadap Jamaah Haji Dan Umrah. *Mabrur: Academic Journal of Hajj and Umra*, 1(2), 175–184. <https://doi.org/10.15575/mjhu.v1i2.26452>
- Oktaviani, S. (2023). *Efektivitas Pelayanan Bimbingan Manasik Haji Peningkatan Kualitas Ibadah Haji Bagi Lansia Pada KBIHU MIFTAHUSSAADAH SUKABUMI* (Vol. 14, Issue 5).
- Rifa'i, M. & D. M. K. (2021). Strategi Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Haji. *Haramain*, 01(01), 1–11. <http://jurnal.stebibama.ac.id/index.php/JMB/article/view/15>
- Riskha Fabriar, S., & Muhajarah, K. (2021). Strategi dan Manajemen Dakwah Majelis Tafsir Al Qur'an melalui MTA TV Surakarta. *Journal of Islamic Management*, 1(2), 124–135. <https://doi.org/10.15642/jim.v1i2.555>

- Rohimat, A., & Sudrajat, B. (2023). Strategi Pelayanan Tour Leader Biro Haji dan Umroh Untuk Meningkatkan Reapeat Order Calon Jamaah Pada PT. Imprensa Media Wisata. *An-Nawa: Jurnal Studi Islam*, 5(2), 149–160. <https://doi.org/10.37758/annawa.v5i2.774>
- Sattar, A., & Hasanah, H. (2023). Tingkat Pengetahuan Peserta Sertifikasi Pembimbing Manasik Haji Profesional: Catatan Angkatan Vi Dari Semarang. *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 3(1), 43. <https://doi.org/10.32332/multazam.v3i1.7096>
- Tamirano, R., & Zen, M. (2023). Strategi Pemasaran Travel Haji Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah. *ADVANCES in Social Humanities Research*, 1(4), 343–348. <https://adshr.org/index.php/vo/article/view/40>
- Wardhana, A. (2024). *Model Kano* (M. Pradana (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Widiayunita Miranti. (2023). Pertanggungjawaban Hukum Biro Penyelenggara Perjalanan Haji Khusus Terhadap Pelaksanaan Perjanjian Pemberangkatan Calon Jamaah Haji Khusus. *Journal Of Social Science Research*, 3, 8567–8580.
- Yuhadi, Y., Asnaini, A., & Fryanti, Y. E. (2022). Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Kualitas Bimbingan Ibadah Haji (Studi Kasus Di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji Makrifatul Ilmi Bengkulu Selatan). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 1067–1080. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2506>
- Zumrotus, S. (2024). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Ketertarikan Calon Jemaah Haji dan Umroh Di PT. Madinah Iman Wisata Tour. In *Ayan* (Vol. 15, Issue 1).