

MANAJEMEN PELAYANAN PRIMA: MENINGKATKAN KEPUASAN JEMAAH HAJI DAN UMRAH (STUDI KASUS MULTAZAM UTAMA TOUR)

Fikri Ilham ^{*1}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi
ilhamfikri983@gmail.com

Zulhelmi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek
Bukittinggi
zulhelmiainbkt@gmail.com

Abstract

The background is to observe the growth of Hajj and Umrah pilgrims, encouraging research into the services provided and perceptions of pilgrims' expectations. Human resources are still lacking, namely not having permanent employees and the emergence of a mismatch between the services provided and the expectations of the congregation. The aim of the research is to explore how excellent service management can increase congregational satisfaction. This type of research is qualitative research carried out at the Multazam Utama Tour branch office in Bukittinggi City through observation, interviews and documentation. The results show the implementation of excellent service management through excellent service indicators in the form of; Reliability (Reliability), Responsiveness (responsiveness), Assurance (guarantee), Empathy (empathy), Tangibles (physical evidence). Efficient management, a complaint reporting system, a measurable reputation, a personal approach, as well as physical maintenance and the latest technology are the main factors in maintaining the quality of the Multazam Utama Tour Bukittinggi City service effectively in creating a perception of the congregation's expectations. Reliability is reflected in fulfilling service promises, responsiveness is reflected in response and alertness during the journey, assurance is formed through employee competence, empathy is reflected in attention to the special needs of the congregation, and physical evidence supports the good physical appearance of the building.

Keywords: Management, Excellent Service, Congregation Satisfaction, Hajj, Umrah

Abstrak

Latar belakang mencermati pertumbuhan jemaah haji dan umrah, mendorong penelitian terhadap pelayanan yang di berikan dan persepsi harapan jemaah. Sumber daya manusia yang masih kurang yaitu tidak memiliki karyawan tetap serta timbulnya ketidakcocokan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan yang dimiliki jemaah. Tujuan penelitian adalah mengeksplorasi bagaimana manajemen pelayanan prima dapat meningkatkan kepuasan jemaah.

¹ Korespondensi Penulis.

Jenis penelitian ini adalah Penelitian kualitatif dilaksanakan di kantor cabang Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil menunjukkan Penerapan manajemen pelayanan prima melalui indikator pelayanan prima berupa ; *Reliability* (Keandalan) *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), *Tangibles* (bukti fisik). Manajemen efisien, sistem pelaporan keluhan, reputasi terukur, pendekatan personal, serta pemeliharaan fisik dan teknologi terkini menjadi faktor utama dalam menjaga kualitas layanan Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi efektif dalam menciptakan persepsi harapan jemaah. Keandalan tercermin dalam pemenuhan janji pelayanan, daya tanggap tercermin dalam respons dan kesiapan selama perjalanan, jaminan terbentuk melalui kompetensi karyawan, empati tercermin dalam perhatian terhadap kebutuhan khusus jemaah, dan bukti fisik mendukung penampilan fisik gedung yang baik. .

Kata Kunci: Manajemen, *Pelayanan Prima*, *Kepuasan Jemaah*, *Haji*, *umrah*

Pendahuluan

Haji dan umrah adalah salah satu ibadah utama dalam agama Islam yang memiliki makna spiritual dan religius yang mendalam bagi umat Islam. Setiap tahunnya, jutaan calon jemaah dari seluruh dunia berbondong-bondong menuju Tanah Suci Mekah dan Madinah untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah. Di Indonesia, jumlah calon jemaah haji dan umrah juga terus meningkat dari tahun ke tahun, menciptakan peluang bisnis yang signifikan bagi agen perjalanan yang menyediakan layanan untuk perjalanan ini. Maka, ketika mereka memenuhi tugas seorang Muslim untuk melaksanakan Rukun Islam yang kelima, yaitu menjalankan ibadah haji ke Mekkah dan Madinah, ini menjadi sangat menarik perhatian bagi agen perjalanan.

Haji dan umrah, sebagai puncak ibadah bagi umat Islam, memunculkan peluang bisnis signifikan bagi agen perjalanan. Multazam Utama Tour di Kota Bukittinggi menjadi subjek penelitian, karena keberhasilan mereka dalam memfasilitasi perjalanan calon jemaah. Penerapan manajemen pelayanan prima menjadi krusial dalam mencapai kepuasan calon jemaah.

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam konteks pelayanan haji dan umrah adalah kompleksitas proses perjalanan, harapan yang tinggi dari calon jemaah terhadap pelayanan yang baik, serta kompetisi yang semakin ketat di antara agen perjalanan. Dalam menjalankan bisnisnya, agen perjalanan harus tidak hanya memahami secara mendalam tentang proses haji dan umrah, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman yang memuaskan bagi calon jemaah. Oleh karena itu, penelitian tentang penerapan manajemen pelayanan prima dalam konteks agen perjalanan haji dan umrah, khususnya Multazam Utama Tour di Kota Bukittinggi, menjadi sangat relevan.

Pentingnya perjalanan yang nyaman dan lancar menuntut agen perjalanan untuk memahami kompleksitas proses, harapan tinggi calon jemaah, dan ketatnya persaingan.

Fokus utama penelitian ini adalah menganalisis penerapan manajemen pelayanan prima oleh Multazam Utama Tour.

Haji dan umrah, sebagai ibadah utama Islam, menarik perhatian jutaan calon jemaah setiap tahun. Multazam Utama Tour, sebuah agen perjalanan di Kota Bukittinggi, berperan penting dalam memfasilitasi perjalanan yang bermakna bagi calon jemaah. Inspirasi dari ayat Al-Qur'an memberikan dasar spiritual yang kuat. Yaitu dalam surah (Al- Baqarah ayat 158)

إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَابِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ

Artinya : *“Sesungguhnya Shafa dan Marwah merupakan sebagian syiar (agama) Allah. Maka, siapa beribadah haji ke Baitullah atau berumrah, tidak ada dosa baginya mengerjakan sa'i antara keduanya. Siapa yang dengan kerelaan hati mengerjakan kebajikan, maka sesungguhnya Allah Maha Mensyukuri, lagi Maha Mengetahui.”* (QS. Al – Baqarah ayat 158)

Wawancara dengan pemimpin Multazam Utama Tour, Ibu Hj. Yesi Titi Eka Putri, mengungkapkan rasa kebanggaan dan pengabdian pada pekerjaannya. Pengalaman positif calon jemaah dalam pelayanan sopan dan ramah menjadi landasan untuk menjaga kualitas layanan.

Permasalahan muncul terkait dengan sumber daya manusia yang kurang, ketidakcocokan antara harapan calon jemaah dengan layanan yang diberikan, dan praktik pengorganisasian rombongan. Tantangan dalam mengelola ketidakcocokan harapan calon jemaah dan kebutuhan sumber daya manusia yang lebih baik menjadi fokus utama.

Penelitian membatasi fokus pada analisis penerapan manajemen pelayanan prima oleh Multazam Utama Tour di Kota Bukittinggi, dengan penekanan pada kepuasan calon jemaah haji dan umrah.

Penelitian bertujuan untuk meningkatkan kepuasan calon jemaah haji dan umrah dengan menganalisis penerapan manajemen pelayanan prima. Selain itu, penelitian ini juga menilai persepsi dan harapan calon jemaah terhadap pelayanan agen perjalanan, terutama Multazam Utama Tour di Kota Bukittinggi.

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis dengan mengembangkan pemahaman tentang manajemen pelayanan prima dalam konteks perjalanan haji dan umrah. Secara praktis, hasil penelitian dapat membantu Multazam Utama Tour meningkatkan layanan dan memberikan panduan untuk industri perjalanan yang serupa.

Adanya kendala terkait sumber daya manusia menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh Multazam Utama Tour. Kurangnya jumlah karyawan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, mengingat perjalanan haji dan umrah membutuhkan koordinasi yang baik dan perhatian terhadap detail. Dalam wawancara, Ibu Hj. Yesi Titi

Eka Putri menekankan perlunya peningkatan jumlah staf untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.

Selain itu, ketidakcocokan antara harapan calon jemaah dan layanan yang diberikan juga menjadi masalah yang perlu diatasi. Meskipun Multazam Utama Tour telah berusaha memberikan pelayanan terbaik, tetapi tidak semua calon jemaah puas dengan pengalaman mereka. Perbedaan ekspektasi dan kenyataan dapat menjadi hambatan dalam mencapai kepuasan pelanggan yang optimal.

Dalam mengatasi kendala-kendala tersebut, Multazam Utama Tour menekankan pentingnya manajemen pelayanan prima. Pelayanan prima melibatkan upaya untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, menciptakan pengalaman positif, dan membangun hubungan jangka panjang. Konsep ini diterapkan sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka.

Komunikasi efektif menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam menerapkan manajemen pelayanan prima. Multazam Utama Tour menyadari bahwa setiap calon jemaah memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda. Oleh karena itu, mereka memastikan adanya komunikasi yang terbuka dan jelas sepanjang proses perjalanan.

**Data Jumlah Jemaah Yang Telah Melakukan Pemberangkatan Umrah Dari Tahun
2019 - 2023 Di Kantor Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi**

No	Tahun	Bulan	Jumlah Jemaah
1.	2019	Januari- Desember	22 Jemaah
2.	2020	Covid-19	-
3.	2021	Covid-19	-
4.	2022	Januari- Desember	9 Jemaah
5.	2023	Januari-Agustus	7 Jemaah

Sumber: Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa Tabel yang disajikan memiliki arti penting dengan menunjukkan tren penurunan signifikan dalam jumlah calon jemaah selama beberapa tahun terakhir. Penurunan sebesar 59,09% dari tahun 2019 ke 2022 mengindikasikan bahwa sebelum pandemi COVID-19, ada penurunan yang mungkin berkaitan dengan faktor-faktor tertentu yang perlu diperhatikan oleh peneliti dalam konteks manajemen pelayanan prima. Selain itu, penurunan sebesar 22,22% dari tahun 2022 ke 2023 mencerminkan dampak pandemi yang masih berlanjut pada awal tahun 2023, menghadirkan tantangan tambahan bagi industri perjalanan travel Multazam Utama Tour kota Bukittinggi. Secara keseluruhan, total penurunan dari tahun 2019 hingga Agustus 2023 adalah sekitar 81,31%, yang menyoroti perlunya perubahan dalam strategi manajemen pelayanan untuk menjaga dan meningkatkan minat calon jemaah haji. Ini dapat menjadi landasan bagi penelitian untuk mengembangkan strategi

manajemen pelayanan prima yang sesuai dengan keadaan saat ini untuk memperbaiki dan meningkatkan calon jemaah.

Penelitian ini akan menggali lebih dalam mengenai analisis penerapan manajemen pelayanan prima dalam agen perjalanan haji dan umrah di Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi dan bagaimana hal ini berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan calon jemaah. Dalam konteks ini, pelayanan prima mencakup aspek-aspek seperti pelayanan yang personal, kualitas layanan, komunikasi yang efektif, dan respon terhadap masalah pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana agen perjalanan Multazam Utama Tour mengelola aspek-aspek ini akan membantu mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diterapkan oleh agen perjalanan lainnya.

Pentingnya komunikasi tidak hanya terbatas pada interaksi dengan calon jemaah, tetapi juga melibatkan koordinasi internal di antara tim. Koordinasi yang baik antara departemen-departemen yang berbeda di dalam agen perjalanan menjadi kunci untuk memberikan layanan yang konsisten dan terkoordinasi.

Dalam menciptakan pengalaman positif bagi calon jemaah, Multazam Utama Tour mengakui pentingnya pendidikan dan pelatihan karyawan. Setiap anggota tim harus memahami dengan baik tugas dan tanggung jawab mereka, serta memiliki pengetahuan yang memadai tentang proses perjalanan haji dan umrah.

Pendidikan dan pelatihan tidak hanya terkait dengan aspek teknis, tetapi juga mencakup aspek interpersonal. Karyawan dilatih untuk menjadi lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan dan mengatasi situasi yang mungkin timbul selama perjalanan.

Analisis terhadap persepsi calon jemaah terhadap pelayanan agen perjalanan menjadi langkah kritis dalam penelitian ini. Dalam mengukur kepuasan, perbedaan antara harapan dan kenyataan menjadi parameter utama. Sejumlah calon jemaah diwawancarai untuk menilai sejauh mana Multazam Utama Tour dapat memenuhi harapan mereka.

Melalui penelitian ini, diharapkan akan muncul wawasan yang berharga tentang pentingnya penerapan manajemen pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan calon jemaah haji dan umrah. Temuan penelitian ini diharapkan akan menjadi kontribusi yang berguna dalam pengembangan praktik-praktik terbaik bagi agen perjalanan haji dan umrah serta memberikan manfaat bagi calon jemaah dalam mencapai perjalanan ibadah mereka yang suci dan berarti.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengambil pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Fokus penelitian adalah "Analisis Penerapan Manajemen Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Kepuasan Calon Jemaah Haji dan Umrah (Studi Kasus Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi)". Dilakukan di kantor cabang Multazam Utama Tour Kota

Bukittinggi, Jln. Bypass Surau Gadang No. 5, Propinsi Sumatera Barat, periode 04 Desember – 04 Januari 2024.

Data yang dikumpulkan terbagi menjadi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan manajemen, staf, calon jemaah, dan jemaah, sementara data sekunder berasal dari dokumen internal dan eksternal Multazam Utama Tour.

Subjek penelitian mencakup pimpinan Multazam Utama Tour, Ibu Hj. Yesi Titi Eka Putri, serta calon jemaah dan jemaah. Objek penelitian adalah analisis penerapan manajemen pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan calon jemaah haji dan umrah.

Proses pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data mengacu pada model reduksi data, display data, dan kesimpulan/verifikasi oleh Miles dan Huberman.

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara manajemen pelayanan prima dan kepuasan calon jemaah haji dan umrah di Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi. Dengan demikian, hasil penelitian dapat menjadi sumbangan berharga dalam pengembangan layanan di industri perjalanan umrah dan haji.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelayanan prima memiliki peran krusial dalam membentuk kepuasan pelanggan, terutama dalam industri perjalanan seperti travel haji dan umrah. Penelitian ini menitikberatkan pada manajemen pelayanan prima, yang melibatkan indikator penting seperti kecepatan, ketepatan, kemampuan, kesopanan, keramahan, komunikasi yang efektif, penampilan, dan perhatian. Dalam konteks ini, penelitian mendalam dilakukan di kantor Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi, dengan judul "Analisis Manajemen Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Calon Jemaah Haji dan Umrah (Studi Kasus Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi)". Penulis berupaya menjelajahi sejauh mana agen perjalanan ini berhasil menerapkan manajemen pelayanan prima dan dampaknya terhadap keputusan calon jemaah. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan efektivitas strategi pelayanan prima dalam mempengaruhi calon jemaah, serta sejauh mana pengalaman positif ini dapat memengaruhi keputusan mereka untuk memilih Multazam Utama Tour sebagai mitra perjalanan ibadah.

Penerapan pelayanan Prima pada Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi

a. *Reliability* (Keandalan)

Dalam merangkul Pelayanan Prima, Multazam Utama Tour menempatkan keandalan sebagai indikator utama yang menjadi fokus dalam penerapannya. Keandalan mencakup kemampuan agen perjalanan untuk memberikan layanan yang konsisten, dapat diandalkan, dan sesuai dengan harapan pelanggan. mengulas

Multazam Utama Tour menghadirkan pemahaman mendalam terkait sejauh mana keandalan telah terbangun dalam layanannya yang mencakup beberapa aspek kunci, mulai dari proses pendaftaran hingga pelaksanaan perjalanan.

Dalam proses pendaftaran, Multazam Utama Tour menunjukkan upaya untuk memastikan kelancaran dan ketepatan pelayanannya. Hasil wawancara dengan pimpinan Multazam utama Tour, Ibuk Titi Eka Putri menjelaskan bahwa struktur manajemen yang ringkas, dengan dirinya sebagai satu-satunya pengelola, memungkinkan pelayanan langsung kepada jemaah tanpa hambatan birokrasi. Ini menjamin kecepatan dan efisiensi dalam setiap tahap layanan, memastikan respons yang cepat terhadap kebutuhan calon jemaah.

Pelaksanaan perjalanan menjadi babak terakhir dalam pemeriksaan keandalan. Bagaimana agen ini mengelola potensi kendala dan merespons situasi darurat menjadi aspek krusial. Multazam Utama Tour membangun keandalan dalam seluruh rangkaian layanannya, juga memberikan pandangan tentang bagaimana keandalan menjadi landasan dalam memberikan pengalaman memuaskan kepada pelanggan.

Hasil wawancara dengan Ibuk Lidia Nasril, ia mengatakan “Pengalaman kami dengan kecepatan pelayanan Multazam Utama Tour di bawah kepemimpinan Ibu Titi Eka Putri sangat memuaskan. Selama perjalanan, tidak hanya satu, tapi beberapa kejadian menonjol mencerminkan ketanggapan dan kecepatan pelayanan mereka yang luar biasa. Salah satu kejadian adalah ketika salah satu dari jemaah umrah yang di berangkatkan mengalami pusing setelah tiba di bandara jakarta, Ibuk Titi dengan cepat melakukan pelayanan terkait kendala kesehatan yang sedang di hadapi jemaah.”

Multazam Utama Tour menunjukkan komitmen tinggi terhadap keandalan dalam Pelayanan Prima. Memprioritaskan kecepatan dan efisiensi dalam proses pendaftaran melalui struktur manajemen yang ringkas, perusahaan menciptakan landasan yang kuat untuk memberikan layanan konsisten kepada jemaah. Pemahaman mendalam terhadap pentingnya respons cepat terhadap kebutuhan pelanggan tercermin dalam pengelolaan potensi kendala dan situasi darurat selama pelaksanaan perjalanan. Keandalan ini menjadi jaminan bagi jemaah, seperti yang diilustrasikan oleh pengalaman positif Ibuk Lidia Nasril, yang menyoroti respons tanggap dan cepat terhadap kondisi kesehatan mendesak.

Analisis dan hasil wawancara di atas maka dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa, dalam upaya mewujudkan Pelayanan Prima, Multazam Utama Tour mengintegrasikan keandalan sebagai elemen inti. Struktur manajemen yang efisien dan kebijakan respons cepat membuktikan bahwa perusahaan memberikan layanan yang dapat diandalkan dan konsisten. Pengalaman positif jemaah menjadi bukti nyata bahwa fokus pada keandalan tidak hanya sejalan dengan harapan pelanggan tetapi juga menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dan

jemaah. Dengan demikian, keandalan bukan hanya sekadar prinsip, tetapi sudah menjadi kenyataan operasional yang memberi nilai tambah signifikan bagi Multazam Utama Tour.

b. *Responsiveness* (daya tanggap)

Dalam konteks penerapan Pelayanan Prima pada Multazam Utama Tour, indikator kedua yang signifikan adalah *Responsiveness* atau daya tanggap. *Responsiveness* mengacu pada kemampuan agen perjalanan untuk merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cepat dan efektif. Sejauh mana Multazam Utama Tour berhasil membangun daya tanggap dalam layanannya, terutama dalam menghadapi permintaan dan keluhan jemaah.

Hasil wawancara dengan pimpinan, Ibuk yesi Titi Eka Putri “Kami memiliki sistem pelaporan keluhan yang cepat dan efisien, serta tim khusus yang fokus pada penyelesaian masalah pada saat perjalanan. kami juga memasukkan keterampilan komunikasi yang efektif untuk merespon kebutuhan pelanggan dengan segera”.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibuk Nur Aini, beliau mengatakan “Kami merasa sangat puas dengan respons dan kesiapan Multazam Utama Tour dalam membantu kami selama perjalanan. Mereka sangat tanggap terhadap kebutuhan dan keluhan kami, memberikan bantuan dengan cepat dan efisien.”

Multazam Utama Tour mengutamakan daya tanggap terhadap setiap kebutuhan pelanggan. Dalam wawancara, Ibuk yesi Titi Eka Putri, ia mengatakan “Setiap keluhan dicatat, dievaluasi, dan dianalisis. Kami melakukan pertemuan reguler dengan perusahaan pusat untuk membahas temuan evaluasi dan menerapkan perubahan prosedural atau pelatihan tambahan untuk meningkatkan kualitas penanganan keluhan”.

Daya tanggap Multazam Utama Tour juga mencakup bagaimana agen ini menghadapi situasi darurat atau perubahan mendadak selama perjalanan umrah. Hasil wawancara dengan pimpinan Multazam Utama Tour, Ia Mengatakan “Kami siaga dan tanggap yang siap bertindak dalam situasi darurat. komunikasi terbuka dengan pelanggan membantu kami memberikan informasi terkini mengenai perubahan rencana dan solusi alternatif yang dapat diambil.”

Multazam Utama Tour menunjukkan dedikasi yang tinggi terhadap *Responsiveness* sebagai bagian integral dari Pelayanan Prima. Perusahaan memiliki sistem pelaporan keluhan yang efisien dan tim khusus yang fokus pada penyelesaian masalah secara real-time selama perjalanan. Fokus pada keterampilan komunikasi efektif dan tanggapan cepat terhadap kebutuhan pelanggan menjadi landasan untuk membangun *Responsiveness* yang kuat. Keberhasilan Multazam Utama Tour dalam merespons permintaan dan keluhan jemaah tercermin dalam kepuasan pelanggan yang diungkapkan oleh Ibuk Nur Aini.

Analisis dan hasil wawancara di atas maka dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa, *Responsiveness* bukan hanya menjadi kata-kata di Multazam Utama Tour,

tetapi diintegrasikan dalam setiap aspek operasional. Sistem pelaporan yang efisien, pertemuan reguler untuk evaluasi, dan keterlibatan dalam situasi darurat menunjukkan bahwa daya tanggap tidak hanya diarahkan pada permintaan rutin tetapi juga pada penanganan perubahan mendadak. Kesigapan ini bukan hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga menciptakan kepercayaan dan kepuasan yang lebih dalam, mencirikan kualitas unggul Pelayanan Prima yang diimplementasikan oleh Multazam Utama Tour.

c. Assurance (jaminan)

Pada konteks penerapan Pelayanan Prima di Multazam Utama Tour, indikator ketiga yang memiliki peran krusial adalah Assurance atau jaminan. Assurance berkaitan dengan kemampuan agen perjalanan untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan terkait kualitas layanan yang diberikan. Sejauh mana Multazam Utama Tour berhasil membangun jaminan yang kuat terkait kualitas dan keandalan layanannya.

Hasil wawancara dengan ibu Yesi Titi Eka Putri, ia mengatakan “Kami memastikan bahwa setiap janji pelayanan ditepati dan memberikan pengalaman yang konsisten kepada pelanggan. Reputasi kami dibangun melalui transparansi, kredibilitas, dan kinerja konsisten yang terukur.”

Berbagai aspek yang menyumbang kepada Assurance, termasuk kualifikasi dan kompetensi pengelola, kejelasan informasi yang disampaikan kepada pelanggan, dan upaya agen untuk menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman selama perjalanan.

Hasil wawancara dengan jemaah Ibu Syahrenis, ia mengatakan “Ya, kami merasa sangat yakin dengan kredibilitas Multazam Utama Tour. Pengalaman positif kami selama perjalanan memperkuat kepercayaan kami terhadap perusahaan ini sebagai penyedia layanan yang dapat diandalkan dan terpercaya.”

Jaminan yang diberikan oleh Multazam Utama Tour juga mencakup aspek-aspek seperti keamanan dan keselamatan selama perjalanan. Evaluasi terhadap prosedur keamanan dan upaya pencegahan risiko menjadi bagian penting yang diterapkan Multazam Utama Tour. Dengan memastikan bahwa pelanggan merasa aman dan yakin akan kualitas layanan, agen perjalanan dapat membangun Assurance yang kuat. Sejauh mana pelanggan percaya pada kemampuan agen dalam menyelenggarakan perjalanan umrah yang berkualitas dapat menjadi indikator keberhasilan dalam menerapkan Pelayanan Prima. Assurance bukan hanya tentang memberikan layanan yang baik, tetapi juga menciptakan keyakinan dan kepercayaan pelanggan terhadap agen perjalanan.

Implementasi Pelayanan Prima, Assurance menjadi fondasi utama bagi Multazam Utama Tour. Perusahaan ini memastikan bahwa janji pelayanannya tidak hanya menjadi kata-kata, tetapi diwujudkan melalui transparansi, kredibilitas, dan kinerja konsisten yang terukur. Pengelola yang berkualifikasi, penyampaian

informasi yang jelas, dan penciptaan lingkungan yang aman dan nyaman adalah elemen-elemen yang menyumbang kepada Assurance. Respons positif dari Ibuk Syahrenis mencerminkan kepercayaan yang kuat terhadap kredibilitas dan keandalan Multazam Utama Tour.

Analisis dan hasil wawancara di atas maka dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa Multazam Utama Tour membangun Assurance yang kokoh, tidak hanya terfokus pada pemberian layanan yang baik, tetapi juga pada penciptaan kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap kemampuan perusahaan. Evaluasi menyeluruh terhadap aspek-aspek seperti keamanan, kualifikasi staf, dan komunikasi efektif memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa mereka berada dalam tangan yang dapat diandalkan. Assurance yang kuat menciptakan dasar untuk kepuasan pelanggan dan reputasi yang baik di pasar.

d. *Empathy* (empati)

Dalam konteks penerapan Pelayanan Prima pada Multazam Utama Tour, indikator keempat yang memiliki peran signifikan adalah *Empathy* atau empati. *Empathy* mencerminkan kemampuan agen perjalanan untuk memahami dan merespons kebutuhan serta perasaan pelanggan secara pribadi. Sejauh mana Multazam Utama Tour berhasil menerapkan prinsip empati dalam setiap aspek layanannya, terutama selama perjalanan.

Hasil wawancara dengan jemaah bapak Yendri, ia mengatakan “Kami melihat bahwa perusahaan sangat memperhatikan aksesibilitas dan komunikasi kepada semua jemaah, termasuk yang memiliki kebutuhan khusus. Informasi diberikan dengan jelas dan bantuan diberikan secara menyeluruh.”

Penelitian menyentuh berbagai aspek yang melibatkan empati, seperti pendekatan personal terhadap setiap pelanggan, respons terhadap situasi khusus atau kebutuhan individu, dan kemampuan staf untuk memberikan dukungan emosional yang diperlukan.

Hasil wawancara dengan pimpinan Multazam Utama Tour, “Ibuk yesi Titi Eka Putri, ia mengatakan “Kami melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala, menganalisis data, dan mengadakan pertemuan untuk membahas hasil. Feedback pelanggan digunakan untuk memahami lebih baik kebutuhan mereka, dan langkah-langkah konkret diambil untuk meningkatkan respons terhadap keluhan.”

Empathy juga dapat tercermin dalam upaya agen untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta tanggapan terhadap masalah atau keluhan dengan sikap yang empatik. Dengan menerapkan empati dalam pelayanan, Multazam Utama Tour dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, menciptakan pengalaman yang lebih personal, dan memberikan dukungan yang sesuai dengan kebutuhan individu. Empati bukan hanya sebagai tindakan pelayanan, tetapi sebagai elemen penting dalam menciptakan hubungan

yang lebih manusiawi dan memuaskan antara agen perjalanan dan pelanggan selama perjalanan ibadah.

Empati menjadi inti dari Pelayanan Prima yang diterapkan oleh Multazam Utama Tour. Perusahaan ini menciptakan lingkungan yang responsif terhadap kebutuhan individu, terutama melalui pendekatan personal dan pemberian dukungan emosional. Pengakuan dari Bapak Yendri menyoroti perhatian yang diberikan kepada aksesibilitas dan komunikasi yang jelas kepada semua jemaah, termasuk yang memiliki kebutuhan khusus. Dukungan emosional yang diberikan oleh staf Multazam Utama Tour juga tercermin dalam tindakan konkret berupa survei kepuasan pelanggan, analisis data, dan pengambilan langkah-langkah untuk meningkatkan respons terhadap keluhan.

Analisis dan hasil wawancara di atas maka dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa Multazam Utama Tour menerapkan *Empathy* dalam layanannya, membuktikan komitmen untuk memahami dan merespons kebutuhan serta perasaan setiap pelanggan secara pribadi. Pendekatan empatik bukan hanya menciptakan pengalaman yang lebih personal, tetapi juga membangun hubungan yang lebih manusiawi dan memuaskan antara perusahaan dan pelanggan selama perjalanan ibadah. Empati menjadi unsur krusial dalam memberikan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis, tetapi juga mendukung kebutuhan emosional dan personal pelanggan.

e. *Tangibles* (bukti fisik)

Dalam kerangka Penerapan Pelayanan Prima pada Multazam Utama Tour, indikator kelima yang memegang peran penting adalah *Tangibles* atau bukti fisik. *Tangibles* mencakup aspek-aspek yang bersifat fisik atau nyata yang dapat dinilai oleh pelanggan untuk membentuk persepsi mereka terhadap kualitas layanan agen perjalanan.

Hasil wawancara dengan pimpinan, “Ibuk yesi Titi Eka Putri : Kami memiliki tim pemeliharaan yang bertanggung jawab menjaga penampilan fisik gedung dan area pelayanan. Ini melibatkan perawatan rutin, perbaikan cepat, dan upaya menjaga kebersihan dan kerapian.”

Pemilihan bukti fisik yang baik dapat meningkatkan citra agen perjalanan, menciptakan kesan profesionalisme, dan memberikan kepercayaan kepada pelanggan. *Tangibles* juga mencakup ketersediaan teknologi terkini yang mendukung proses pendaftaran, pengelolaan dokumen, dan informasi lainnya.

Hasil wawancara dengan jemaah Bapak Zulfahri, ia mengatakan “Sebelum berangkat, kami merasakan kesan yang sangat baik dari penampilan fisik gedung dan area penerimaan perusahaan. Ruang lobby memberikan suasana yang tenang dan menyenangkan, memberikan awal yang positif untuk perjalanan kami.”

Selama perjalanan Ibu Syahrenis juga menjelaskan bahwa, “Beberapa fasilitas peristirahatan selama perjalanan memang memerlukan perbaikan. Namun,

kami senang melihat bahwa perusahaan merespons dengan cepat atas masukan kami. Beberapa perbaikan dilakukan di tempat-tempat tertentu, meningkatkan kenyamanan perjalanan kami.”

Penerapan *Tangibles* yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat citra Multazam Utama Tour sebagai agen perjalanan yang profesional dan modern. Bukti fisik tidak hanya menjadi unsur pendukung, tetapi juga sebagai faktor penting dalam membangun citra positif agen perjalanan dan meningkatkan pengalaman pelanggan selama perjalanan ibadah.

Tangibles menjadi elemen penting dalam penerapan Pelayanan Prima oleh Multazam Utama Tour. Upaya perusahaan untuk menjaga penampilan fisik gedung dan area pelayanan, serta respons cepat terhadap perbaikan dan perawatan, menciptakan kesan profesionalisme dan perhatian terhadap detail. Bukti fisik, seperti ruang *lobby* yang memberikan suasana tenang dan fasilitas peristirahatan yang diperbaiki, memberikan pengaruh positif pada persepsi jemaah sebelum dan selama perjalanan. Respons cepat terhadap masukan pelanggan, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Zulbahri dan Ibu Syahrenis, menunjukkan keterlibatan perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan berdasarkan umpan balik pelanggan.

Analisis dan hasil wawancara di atas maka dapat peneliti tarik kesimpulan bahwa Multazam Utama Tour menerapkan *Tangibles* menciptakan bukti fisik yang mendukung citra profesional dan modern perusahaan. Keberhasilan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun reputasi agen perjalanan sebagai penyedia layanan yang peduli terhadap kenyamanan dan pengalaman pelanggan selama perjalanan ibadah. Bukti fisik menjadi fondasi dalam membentuk persepsi positif pelanggan dan memperkuat komitmen perusahaan terhadap kualitas layanan yang prima.

Persepsi dan Harapan Calon Jemaah Terhadap Pelayanan Agen Perjalanan Haji dan Umrah pada Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi

Persepsi dan harapan calon jemaah terhadap pelayanan agen perjalanan haji dan umrah pada Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi menjadi fokus utama dalam menganalisis kualitas layanan agen tersebut. Persepsi mencerminkan pandangan dan pengalaman subjektif jemaah terhadap pelayanan yang diberikan, sementara harapan menjadi tolok ukur standar yang diinginkan oleh calon jemaah. Dalam mengevaluasi indikator pelayanan prima, seperti *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati), *Tangibles* (bukti fisik). Hasil wawancara dengan dua jemaah Multazam Utama Tour memberikan gambaran konkret tentang sejauh mana agen ini mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan calon jemaah. Analisis ini menggambarkan esensi pelayanan agen perjalanan sebagai fondasi penting dalam membangun

kepercayaan, memenuhi ekspektasi, dan menciptakan pengalaman perjalanan haji dan umrah yang tak terlupakan bagi setiap jemaah yang memilih Multazam Utama Tour sebagai mitra perjalanan mereka.

Reliability (Keandalan), Pengalaman jemaah seperti yang disampaikan oleh Bapak Zulbahri menunjukkan bahwa janji pelayanan selalu terpenuhi dengan baik. Perubahan mendesak dalam jadwal perjalanan diatasi dengan cepat, memastikan kelancaran dan keamanan perjalanan. Bapak Zulbahri menyatakan, "Kami merasa bahwa janji pelayanan yang diberikan sebelum keberangkatan selalu terpenuhi dengan baik."

Responsiveness (Daya Tanggap), Jemaah mengungkapkan kepuasan mereka terhadap respons dan kesigapan Multazam Utama Tour selama perjalanan. Mereka tanggap terhadap kebutuhan dan keluhan, bahkan dalam situasi darurat. Jemaah juga menyatakan bahwa perusahaan secara berkala melakukan evaluasi kepuasan, dan perusahaan aktif memperbaiki layanannya berdasarkan umpan balik, menunjukkan tingkat responsivitas yang tinggi. Bapak Yendri menyatakan, "Kami merasa sangat puas dengan respons dan kesigapan Multazam Utama Tour dalam membantu kami selama perjalanan."

Assurance (Jaminan), Jemaah, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Yendri, mengapresiasi kompetensi karyawan dalam memberikan informasi produk, keramahan, perhatian, dan kesopanan selama perjalanan. Mereka merasa yakin dengan kredibilitas Multazam Utama Tour, dan pengalaman positif selama perjalanan memperkuat kepercayaan terhadap perusahaan. Bapak Yendri menyatakan, "Kami merasa sangat yakin dengan kredibilitas Multazam Utama Tour."

Empathy (Empati), Jemaah menyoroti perhatian Multazam Utama Tour terhadap aksesibilitas dan komunikasi kepada semua jemaah, termasuk yang memiliki kebutuhan khusus. Mereka memahami kebutuhan dan ekspektasi jemaah, dan survei kepuasan pelanggan digunakan untuk memahami lebih baik kebutuhan mereka. Ibu Syahrenis menyatakan, "Ya, perusahaan secara jelas memahami kebutuhan dan ekspektasi kami."

Tangibles (Bukti Fisik), Jemaah memberikan penilaian positif terhadap penampilan fisik gedung, ruang lobby, dan area penerimaan perusahaan sebelum keberangkatan. Meskipun beberapa fasilitas perlu perbaikan, perusahaan merespons dengan cepat atas masukan jemaah. Ibu Lidia Nasrial menyatakan, "Sebelum berangkat, kami merasakan kesan yang sangat baik dari penampilan fisik gedung dan area penerimaan perusahaan." Kebersihan, kerapian, keamanan, dan kenyamanan selama perjalanan juga dijaga dengan baik oleh tim pemeliharaan Multazam Utama Tour.

Dengan demikian, melalui wawancara dengan Bapak Zulbahri, Bapak Yendri, Ibu Syahrenis, Ibu Nur Aini, dan Ibu Lidia Nasrial, dapat diambil kesimpulan bahwa

Multazam Utama Tour memenuhi harapan jemaah dan menerapkan Pelayanan Prima melalui indikator keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Kesimpulan

Dalam menerapkan Pelayanan Prima, Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi menempatkan keandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), empati (Empathy), dan bukti fisik (Tangibles) sebagai poin kunci dalam layanannya. Manajemen efisien, sistem pelaporan keluhan, reputasi terukur, pendekatan personal, dan pemeliharaan fisik serta teknologi terkini menjadi poin utama. Keseluruhan implementasi tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga membangun hubungan kuat dengan Multazam Utama Tour.

Persepsi dan harapan jemaah terhadap layanan agen perjalanan haji dan umrah pada Multazam Utama Tour Kota Bukittinggi menjadi fokus utama dalam evaluasi kualitas layanan. Analisis melibatkan indikator Pelayanan Prima, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Keandalan terwujud dalam pemenuhan janji pelayanan, daya tanggap tercermin dalam respons dan kesigapan selama perjalanan, jaminan terbentuk melalui kompetensi karyawan, empati tercermin dalam perhatian terhadap kebutuhan khusus jemaah, dan bukti fisik mendukung penampilan fisik gedung yang baik. Keseluruhan, agen ini berhasil memberikan pengalaman perjalanan haji dan umrah yang memenuhi ekspektasi pelanggan dengan penerapan pelayanan prima secara konsisten.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Feriyanto, Andri dan Endang Shyta Triana. 2015. *Pengantar Manajemen* (3 In 1). Yogyakarta: Mediatara
- Haris, Herdiansyah. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Ibrahim. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Peter, J. Paul dan Jerry C olson.. 1996. *Cosumen Behavior (Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran)*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*, Cet. I, Yogyakarta: Graha Ilmu
- S Kirom, H. Bahrul. 2015. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung : Pustaka Reka Cipta
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offest
- Widjajakusuma, M. Karebet dan M. Ismail Yusanto. 2003. *Pengantar Manajemen Syariat* . Cet. II. Jakarta: Khairul Bayaan Press

Jurnal:

- Burhanudin Gesi, Laan Rahmat, Lamaya Fauziyah. (2019). *Manajemen Dan Eksekutif, Jurnal Manajemen*, Volume 3 No. 2

- Candra, Wakhida Almun. 2021. Renny Oktafia. *Penerapan Manajemen Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan Calon Jemaah Haji Dan Umrah Di PT. Sidoarjo. Jurnal : Ilmiah Ekonomi Islam*. Volume 7. Nomor 01
- Kurniawan, Gultom Dedek, ARIF, Muhammad, Fahmi, Muhammad. 2020. *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Volume 3, Nomor 2
- Noor, Muhammad. 2018. *Haji Dan Umrah, Jurnal: Humaniora Dan Teknologi*. Volume. Nomor 1
- Pratiwi, Laury Bondan, Sugiharto. 2021. *Efektivitas Strategi Pelayanan Prima Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada BPRS Lantabur Ebureng Cabang Mojokerto Jawa Timur. Jurnal: Manajemen Dakwah*. Volume 9, Nomor 1
- Sumolang, E. Ireine. Altje L. Tumbel, Yunita Mandagie. 2019. *Analisis Pengaruh Pelayanan Dan Kelengkapan Praduk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Matahari Manado Town Square, Jurnal EMBA*, Vol.7 No. 8
- Windarko. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Mitra Sedana Perkasa Manggarai. Jurnal : Pengembangan Bisnis Dan Manajemen*. Volume XXII. No. 41