

STRATEGI LAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAAN JAMAAH HAJI (Studi Kasus KBIHU Nurul Haramain Probolinggo 2020)

Dr. H. Moh. Rifa'i, M.Pd.
mohrifaiahmad@gmail.com

Dela Maghfiroh Kamila
maghfirah@gmail.com
Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi Probolinggo

DOI:

Received: November 2020

Accepted: December 2020

Published: January 2021

Abstack

Realizing satisfaction (Satisfaction) for the hajj pilgrims apparently cannot be done by all KBIHU. Many of these service business actors try in various ways to formulate specific strategies how to provide ideal services so that it has implications for these goals. Therefore it is necessary to identify and analyze with special attention how to satisfy the pilgrims it serves. This research uses a qualitative approach, with a descriptive type of research. Sources of research data were obtained from KBIHU Nurul Haramain (Purpose sampling) and also considered the snowball sampling model. Data collection techniques using documentation, observation, and interviews. While the technical data analysis is by collecting data, reducing data, displaying data, and drawing conclusions. The validity of the data used a triangulation model (researchers, data sources, methods, and theories). The results of research in this journal explain that the service strategy in increasing the satisfaction of pilgrims consists of travel documentation services, providing health services (theoretical & practical), professional TL (Tour Leader) and TG (Tour Guide), providing Hajj ritual services. maximally, facilitate the formation of hajj alumni reunion forums every year, provide adequate facilities related to consumption and media for Hajj rituals, involve figures and professionals in congregational guidance

المخلص

الضروري تحديد وتحليل كيفية إرضاء الحجاج الذين يخدمونهم باهتمام خاص. يستخدم هذا البحث المنهج النوعي ، مع نوع البحث الوصفي. تم الحصول على مصادر بيانات البحث من KBIHU Nurul Haramain (أخذ العينات الغرض) واعتبر أيضًا نموذج أخذ عينات كرة الثلج. تقنيات جمع البيانات باستخدام التوثيق والملاحظة والمقابلات. بينما يتم التحليل الفني للبيانات عن طريق جمع البيانات وتقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. صدق البيانات المستخدمة نموذج التثليث (الباحثون ، مصادر البيانات ، الأساليب ، والنظريات). توضح نتائج البحث في هذه المجلة أن استراتيجية الخدمة في زيادة رضا الحجاج تتكون من خدمات توثيق السفر ، وتقديم الخدمات الصحية (النظرية والعملية) ، و TL (قائد الرحلة) المهني ، و TG (الدليل السياحي) ، وتقديم خدمات مناسك الحج. الحد الأقصى ، تسهيل تشكيل منتديات لم شمل خريجي الحج كل عام ، وتوفير التسهيلات الكافية المتعلقة باستهلاك طقوس الحج ووسائل الإعلام ، وإشراك الشخصيات والمهنيين في توجيهه الجماعي.

Abstrak

Mewujudkan kepuasan (Satisfaction) bagi jamaah haji ternyata tidak dapat dilakukan oleh semua KBIHU. Sekian banyak pelaku bisnis jasa ini berupaya dengan berbagai cara menyusun strategi-strategi khusus bagaimana memberikan layanan yang idel sehingga berimplikasi terhadap tujuan tersebut. Karena itu perlu diidentifikasi dan dianalisis dengan perhatian khusus bagaimana memuaskan para jamaah haji yang dilayaninya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data penelitian didapatkan dari KBIHU Nurul Haramain (Purpose sampling) dan juga mempertimbangan model snowball sampling. Teknik pengumpulan data dengan teknik dokumentasi, observasi, dan wawancara. Sedangkan teknis analisis datanya dengan cara mengumpulkan data, mereduksi data, mendisplay data, dan mengambil kesimpulan. Keabsahan data menggunakan model triangulasi (Peneliti, sumber data, metode, dan teori). Hasil penelitian dalam jurnal ini menjelaskan bahwa strategi layanan dalam meningkatkan kepuasan jamaah haji terdiri atas layanan dokumentasi perjalanan (Travel document), memberikan layanan kesehatan (Teoritis & praktis), TL (Tour Leader) dan TG (Tour Guide) profesional, memberikan layanan manasik haji secara maksimal, memfasilitasi pembentukan forum reuni alumni haji setiap tahun, memberikan fasilitas yang memadai berkaitan dengan konsumsi dan media manasik haji, pelibatan tokoh dan professional dalam bimbingan jamaah.

Kunci: Strategi Layanan, Kepuasan Jamaah

PENDAHULUAN

Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk melakukan suatu pekerjaan yang berkontribusi baik bagi dirinya dan bagi orang lain. Melayani orang lain dengan jiwa keikhlasan menjadi suatu harapan yang dapat dilakukan oleh setiap manusia guna mendapatkan ridla Allah SWT. Dengan demikian bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas. Allah SWT berfirman dalam al-Quran surat al-Baqarah ayat 267, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (سورة
البقرة: 267).

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah SWT) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah SWT Maha Kaya lagi Maha Terpuji." (QS. al-Baqarah: 267).

Layanan yang berimplikasi terhadap kepuasan konsumen antara lain harus ditekankan kepada pengertian kuat bahwa perusahaan harus mengakui bahwa karakteristik konsumen adalah berbeda-beda dalam mendefinisikan

layanan, kualitas jasa kepuasan juga akan bergantung pada mutu jasa yang dikerjakan (M. & Rifa'i & Adhiem, 2018), penetapan harga jasa yang sama kualitasnya namun ditetapkan dengan harga yang lebih rendah akan memberikan nilai lebih, dan perlakuan langsung pihak perusahaan terhadap konsumen merupakan bagian dari layanan yang terbaik bagi konsumen (Kotler dan Keller 2007).

Kualitas layanan akan tampak pada dimensi-dimensi tertentu seperti keterwujudan (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*). Dalam hal tersebut layanan secara spesifik akan tampak pada adanya karyawan perusahaan yang profesional (M. Rifa'i, 2019), tersedianya sarana dan prasarana yang memadai, tanggungjawab yang baik bagi setiap jamaah dari awal hingga selesai ibadah, layanan dengan komitmen ketepatan waktu, kemampuan berkomunikasi secara jelas dan mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah (Hardiyansyah, 2011). Berdasarkan ciri-ciri layanan inilah maka bisa terwujud kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu alat ukur untuk melihat daya saing suatu perusahaan (M. Rifa'i, 2017a). Berdasarkan beberapa artikel ilmiah tentang kepuasan pelanggan, terdapat 5 faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk dengan dimensi yang berpengaruh yaitu *performance, features, reliability*, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan harapan dengan dimensi yang meliputi *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*, faktor emosional konsumen yaitu perasaan bangga dan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia apabila menggunakan jasa sebuah perusahaan dan inilah yang disebut *social value* (Rifa'i, 2017b), harga jasa dengan kualitas yang sama, namun ditetapkannya harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen, dan yang terakhir biaya operasional untuk mendapatkan produk atau jasa relatif murah (Irawan, 2003).

Memberi pelayanan yang terbaik merupakan suatu pekerjaan mulia dalam perspektif Islam bagi semua pihak yang bersedia melaksanakannya. Allah SWT melalui firmanNya memerintah kepada manusia untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan dan melarang pekerjaan yang membuahkan kerugian. Demikian Rasulullah SAW bahkan memberikan standar dalam memberikan layanan kepada orang lain yaitu konsumen. Sebagaimana hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik RA, yaitu:

لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ. (رواه البخاري)

Artinya: "Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri". (HR. al-Bukhari).

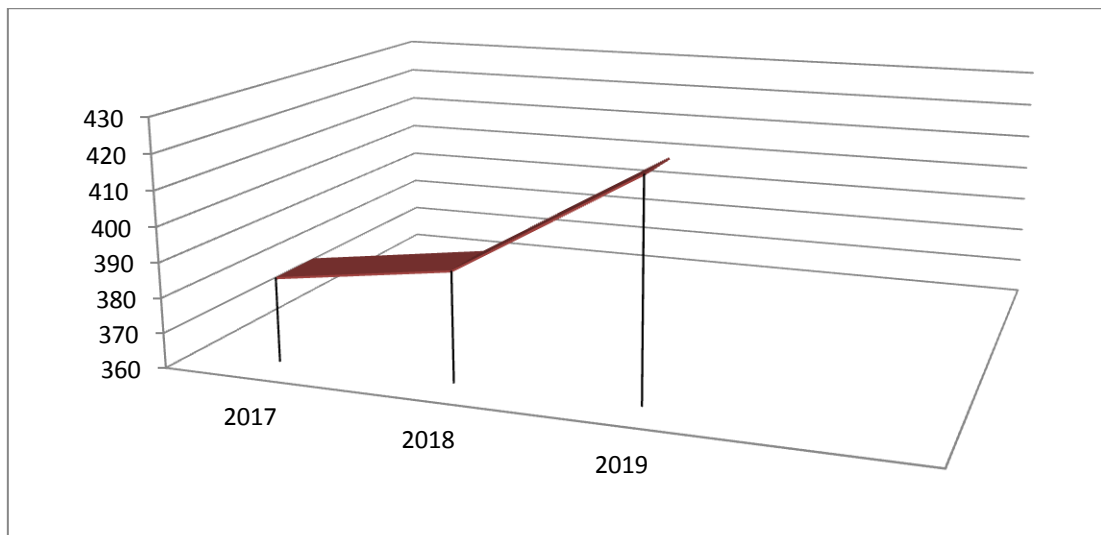
Layanan perlu dilakukan sebagaimana kita memperlakukan orang lain seperti memperlakukan diri sendiri. Komitmen bahwa kita pasti ingin dilayani dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan cepat dan tepat, harus dapat diaplikasikan dalam berbagai usaha memberikan layanan kepada orang lain sehingga berimplikasi positif terhadap kepuasan konsumen terhadap layanan

yang diberikan (M. & A. A. Rifa'i, 2018). Sedangkan standar pelayanan ibadah haji dan umrah di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, konsumsi, serta kesehatan (Bimbingan & Haji, 2017). Maka kesabaran harus menjadi perhatian dalam hal ini.

Realita problematika yang berkembang, ternyata tidak semua perusahaan jasa bimbingan ibadah haji dan umrah dapat memberikan layanan yang memuaskan bagi para penggunanya. Sekian alasan tersampaikan untuk menutupi kelemahan dalam memberikan layanan yang terbaik. Kasus ini banyak dialami oleh pelaku bisnis bimbingan ibadah haji. Sehingga karenanya terwujudnya kepuasan jamaah haji tidak terjadi dan berakibat pada tidak banyaknya calon jamaah haji yang ingin bergabung dalam kelompok bimbingan ibadah haji dan umrah tersebut. Salah satunya adalah terkait dengan porsi pembimbing yang sangat terbatas sehingga utusan profesional KBIHU tidak bisa mendampingi jamaah hingga di tanah suci. (Sulaiman, 2014).

Berbeda dengan perusahaan bimbingan haji dan umrah KBIHU Nurul Haramain Kraksaan Probolinggo. Sekian banyak calon jamaah haji yang mendaftarkan diri untuk mendapatkan bimbingan dari KBIHU Nurul Haramain dari tahun ke tahun. Berdasarkan data, menunjukkan bahwa pada tahun 2017 terdapat sebanyak 384 jamaah, pada tahun 2018 terdapat sebanyak 391 jamaah, dan pada tahun 2019 terdapat sebanyak 421 jamaah. Data ini membuktikan ada peningkatan volume jamaah pada KBIHU Nurul haramain Probolinggo, yang tentu berdasarkan prestasi-prestasi kinerja baik yang berimplikasi terhadap kepuasan para jamaah sehingga tertarik untuk bergabung dalam bimbingan yang diberikan.

Guna mempermudah pembaca terhadap data ini, maka peneliti akan mengilustrasikannya dalam bentuk *flowchart*, sebagaimana berikut:



Gambar 1. Data Jamaah Haji KBIHU Nurul Haramain 3 Tahun Terakhir

Kemudian berdasarkan data tersebut di atas, maka peneliti perlu untuk melakukan penelitian secara mendalam (*in-depth*) berkaitan dengan strategi layanan yang dilakukan oleh pihak KBIHU Nurul Haramain dalam meningkatkan kepuasan jamaah haji yang ikut serta dalam bimbingan yang

diberikan. Hal ini dilakukan dalam rangka memberikan kontribusi pengetahuan yang lebih spesifik bagi para pelaku bisnis bimbingan ibadah haji atau umrah saat ini dan di masa yang akan datang sehingga layanan bagi jamaah terjadi peningkatan kualitas yang dibuktikan dengan meningkatnya kepuasan pelaksanaan ibadah para jamaah yang terlayani.

Adapun judul yang hendak diangkat dalam penelitian ini adalah strategi layanan dalam meningkatkan kepuasan jamaah haji. Sedangkan pisau analisis temuan penelitian yang digunakan berpedoman kepada teori *relation marketing* Mc Kenna (1991) dalam meraih kepuasan pelanggan yang terdiri atas *fokus customer retention*, orientasi manfaat produk atau jasa, orientasi jangka panjang, perhatian terhadap layanan pelanggan, komitmen tinggi terhadap pelanggan, intensitas komunikasi dengan pengguna layanan, dan komitmen tinggi terhadap kualitas layanan yang akan diberikan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji penelitian secara detail, jenis penelitian deskriptif. Sumber data penelitian didapatkan dari direktur KBIHU Nurul Haramain (*Purpose sampling*) namun juga mempertimbangan model *snowball sampling*. Adapun teknik pengumpulan data dengan teknis dokumentasi, observasi, dan teknik wawancara. Sedangkan teknis analisis datanya dengan cara mengumpulkan data, mereduksi data, mendisplay data, dan mengambil kesimpulan. Sedangkan untuk keabsahan datanya menggunakan triangulasi, yaitu uji data antara sumber data, metode, teknik pengumpulan data, dan teori). Kemudian data dianalisis dengan teori *relation marketing* oleh Mc Kenna (1991). Selanjutnya penelitian ini dilakukan sampai jenuh dengan mempertimbangkan perpanjangan waktu dan biaya bila diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KBIHU Nurul Haramain berlokasi di Jl. Ir. Juanda No. 370 Patokan Kraksaan Probolinggo Jawa Timur Indonesia 67282. Kelompok bimbingan ini telah lama berdiri dengan dipimpin oleh jajaran Kyai yang juga memimpin dan mengasuh Pondok Pesantren Al-Mashduqiah Kraksaan Probolinggo, dan berkembang sampai detik ini layanan ibadah umrah dan haji plus. Peningkatan prestasi kerja dalam berbagai aspek layanan ibadah haji dan umrah terus terjadi dengan manajemen yang selalu diperbaharui dan disempurnakan setiap saat secara langsung tanpa menundanya.

Layanan yang diberikan pihak KBIHU Nurul Haramain Probolinggo terbagi menjadi dua layanan, yaitu:

1. Layanan langsung kepada jamaah, antara lain berkaitan dengan:

a. Administrasi dan Dokumentasi

Dokumen pribadi jamaah bisa dikatakan hampir 75% - 80% tidak sesuai antara data pada KTP, KK, dan buku nikah, sehingga secara administrasi ada kendala yang perlu diperbaiki guna melaksanakan ibadah haji. Proses perbaikan banyak dilakukan oleh pihak KBIHU Nurul

Haramain hal ini sekaligus sebagai layanan prima dalam memberikan kemudahan dan kepuasan bagi calon jamaah.

b. Faktor Pendidikan

Status pendidikan jamaah haji KBIHU Nurul Haramain bisa diidentifikasi, bahwa hampir 80% berpendidikan tingkat rendah dan bahkan belum tamat. Karenanya para jamaah tidak bisa membaca, mengaji al-Qur'an, ibadah sholatnya belum sempurna masih sehingga perlu bimbingan, dan aspek pengetahuan fiqih lainnya yang belum dipahami. Berangkat dari inilah strategi layanan direncanakan untuk diberikan kepada jamaah agar terjadi kemudahan dalam beribadah dan berimplikasi terhadap kepuasan.

c. Faktor Usia

Mayoritas umur para jamaah haji, rata-rata berkisar 50 tahun ke atas sehingga perlu dilakukan bimbingan maksimal yang sangat detail dalam berbagai aspek pengetahuan pelaksanaan ibadah haji. Kesulitan dalam mengerti dan memahami pelaksanaan ibadah haji tidak cukup dengan teori namun juga praktek-praktek secara spesifik dan itupun tidak cukup di tanah air namun berlanjut bimbingan dan pendampingan harus berlangsung di Tanah Suci Makkah dan Madinah. Di samping ibadah haji ini memang bukan ibadah harian yang setiap hari dilaksanakan setiap manusia. Salah satu contohnya adalah bimbingan manasik haji harus benar-benar detail agar jamaah mudah memahami, faktor ini bisa menghambat kesempurnaan dan kepuasan mereka dalam beribadah. Maka pihak KBIHU Nurul Haramain harus berkomitmen memahami secara sadar untuk memberikan layanan yang prima demi kepentingan para jamaah yang berimplikasi terhadap kepuasan mereka dalam mengikuti bimbingan ibadah haji.

2. Layanan tidak langsung, yaitu:

Selain layanan langsung bagi para jamaah di atas, dan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak KBIHU Nurul Haramain, ternyata juga terdapat layanan tidak langsung yang dilakukan demi peningkatan kepuasan para jamaah, antara lain:

a. Hubungan langsung dengan Pemerintah yang bertanggungjawab atas urusan pelaksanaan ibadah haji dan umrah. Hal ini dilakukan oleh KBIHU Nurul Haramain karena tidak semua calon jamaah memiliki kompetensi dan waktu khusus untuk langsung berhadapan dengan pihak pemerintahan dalam rangka mengatasi segala kebutuhan dan problematika yang dihadapi masing-masing. Maka ini menjadi salah satu layanan prima yang juga diberikan.

b. Budaya atau adat istiadat antara masyarakat Indonesia dan masyarakat Makkah yang tidak semua jamaah memahaminya. Maka menjadi strategi layanan yang perlu diperhatikan oleh KBIHU untuk memfasilitasi para jamaah dengan SDM yang profesional memahami adat istiadat dan berbahasa arab maupun inggris di kala berada di Kota Suci Makkah dan Madinah dalam memenuhi kebutuhannya baik dalam aspek kebutuhan

transportasi, akomodasi, dan kebutuhan lainnya yang harus berhadapan dengan orang asing.

Selain itu, semua layanan selalu disampaikan dengan budaya kerja yang baik dan santun, dengan senyuman dalam setiap tatap muka, menyapa dan melayani dalam menanggapi setiap problematika yang dihadapi oleh calon jamaah haji, sesuai prosedur yang telah ditetapkan.

Kemudian secara fokus dan spesifik pada permasalahan penelitian, ditemukan beberapa strategi layanan yang dilakukan oleh KBIHU Nurul Haramain dalam meningkatkan kepuasan para jamaahnya, antara lain:

1. Layanan Dokumentasi Perjalanan

Layanan dokumentasi perjalanan yang di berikan KBIHU Nur Haramain sebagaimana disampaikan dalam penelitian sebelumnya (Sulaiman, 2014). Ini merupakan layanan langsung bagi para jamaah dalam mengatasi segala persoalan kurang validasi dokumentasi yang dimiliki oleh para calon jamaah. Dalam hal ini KBIHU berperan aktif dengan manajemen yang teratur dan terorganisir dalam pengurusan dokumentasi tersebut sehingga para jamaah merasakan layanan yang prima dan kemudahan dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi. Mc. Kenna dalam teorinya tidak menyinggung hal ini secara spesifik, namun bila ingin dikaitkan hal ini bisa diposisikan pada strategi layanannya pada poin perhatian terhadap layanan pelanggan dan komitmen tinggi terhadap pelanggan. Dengan demikian strategi layanan yang diberikan oleh KBIHU Nurul Haramain adalah lebih spesifik detail.

2. Memberikan Layanan Teori dan Praktek Kesehatan

Dalam rangka mengatasi segala problem yang berkaitan dengan kesehatan para calon jamaah, maka mulai dari pertemuan awal pihak KBIHU Nurul Haramain telah memberikan pengarahan secara khusus tentang kesehatan agar mulai dilakukan dalam kehidupan sehari-hari sehingga perjalanan dan pelaksanaan ibadah haji selama di Kota Suci Makkah dan Madinah berjalan dengan baik. Dalam memberikan layanan kesehatan ini KBIHU Nur Haramain bekerjasama dengan para tim medis yaitu dokter baik secara langsung atau secara pemerintahan. Layanan dalam memberikan kepuasan ini tidak disinggung oleh Mc Kenna karena ia lebih fokus kepada hal yang berkaitan dengan barang. Karenanya ini merupakan temuan baru dalam kaitannya dengan stategi layanan yang disampaikan oleh Mc Kenna.

3. Fasilitas TL (*Tour Leader*) dan TG (*Tour Guide*) Professional

layanan pendamping bagi jamaah haji dilakukan oleh pihak KBIHU Nur Haramain dalam memberikan kemudahan yang berimplikasi terhadap kepuasan seluruh jamaah haji baik yang kaya dan miskin, baik yang berpengetahuan tinggi maupun berpengetahuan rendah, baik yang fisiknya normal lebih-lebih bagi jamaah yang berkebutuhan khusus, dan seterusnya. Hal ini sebagai fasilitas yang bersifat *intangibile* guna membantu para jama'ah haji. Secara spesifik layanan pendampingan ini dilakukan mulai di tanah air seperti urusan administrasi dan dokumentasi, bimbingan manasik sampai dengan bimbingan di tanah suci dalam berbagai kebutuhan. Strategi ini

relevan dengan pendapat Mc Kenna pada poin nomor 4 tentang strategi layanan yang fokus pada perhatian terhadap layanan pelanggan. Namun lebih dari itu strategi yang dilakukan oleh KBIHU Nurul Haramain lebih memberikan penjelasan secara spesifik bagaimana memberikan layanan bagi para jamaah sehingga mereka merasakan *satisfaction* terhadap bimbingan yang diberikan.

Fasilitasitasasi jamaah haji dengan TL dan TG yang profesional menjadi standar layanan minimal yang diberikan oleh pihak KBIHU Nurul Haramain. Layanan ini sangat diperhatikan dan diprioritaskan guna memberikan layanan yang terbaik bagi para jamaah dengan terus melakukan *monitoring* dan *evaluating* terhadap setiap aspek keberangkatan rombongan jamaah haji yang dibimbingnya. Mc Kenna dalam teorinya tidak memberikan pendapat dalam hal ini, sehingga adalah temuan terbaru bila dikomparasikan dengan teorinya. Ia secara universal menyatakan memperhatikan konsumen namun tidak menjelaskan secara detail dan spesifik, sehingga temuan dalam penelitian ini benar-benar memberikan kontribusi spesifik bagaimana melayani jamaah haji dari aspek layanan TL dan TG.

4. Memberikan Layanan Manasik Haji Secara Maksimal

Layanan manasik haji atau yang juga disebut dengan penataran bagi calon jamaah haji merupakan strategi layanan yang diberikan secara maksimal. Hal itu dilakukan dalam memberikan pengetahuan perjalanan dan ibadah haji yang lebih dari sekedarnya bagi berbagai elemen masyarakat yang berbeda-beda tingkat pengetahuannya. Terdapat 14 kali layanan manasik yang diberikan yang dibagi secara khusus baik untuk jamaah secara keseluruhan atau untuk para ketua rombongan dan ketua regu secara khusus. Strategi ini berkontribusi baik dan bisa membantu para jama'ah haji dalam melaksanakan rentetan ibadah haji dan sebagai bagian dari tambahan ilmu pengetahuan bagi para ketua rombongan dan ketua regu dalam memimpin jamaah yang berbeda-beda melalui pelibatan-pelibatan yang efektif dan efisien. Strategi layanan ini tidak ditemukan dalam teori Mc Kenna sebagaimana tertera di atas. Strategi ini merupakan temuan baru dalam penelitian ini yang menjelaskan secara spesifik tentang strategi layanan guna meningkatkan kepuasan jamaah haji.

5. Pembentukan Forum Reuni Alumni Haji setiap Tahun

Strategi layanan lain yang dilakukan oleh KBIHU Nurul Haramain dalam meningkatkan kepuasan jamaah haji adalah pertemuan alumni haji yang telah disetting sejak di tanah Suci Makkah, tepatnya ketika berada di Mina atau di Maktan yang diputuskan dalam setiap pertemuan bimbingan manasik dan teknis. Pelayanan ini dilakukan setiap tahun sekali, sehingga sikap puas tidak terhenti setelah pelaksanaan ibadah haji atau sepulang dari Kota Makkah dan Madinah. Namun rasa puas terus berlanjut ketika mereka sudah di rumah sampai waktu yang tidak ditentukan, disebabkan adanya pertemuan-pertemuan rutin dalam reuni yang diformat dalam pengajian-pengajian dan sebagainya. Mc Kenna tidak menyinggung hal ini karena ia masih lebih fokus kepada konsumen secara umum dan bukan khusus

jamaah haji, maka temuan dalam penelitian ini merupakan hal baru yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kepuasan para jamaah haji.

6. Memberikan Fasilitas yang Memadai

Selain fasilitas yang telah disediakan oleh pemerintah khususnya Kementerian Agama bagi para jamaah haji, KBIHU Nur Haramain juga memberikan fasilitas lain sebagai penyempurna dan disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan. Tidak hanya memberikan bimbingan, akan tetapi juga memberikan fasilitas yang memuaskan, Pelayanan ini tidak disinggung oleh Mc Kenna dalam teorinya. Adapun fasilitas yang diberikan guna meningkatkan kepuasan jamaah, antara lain:

- a. Konsumsi, dalam bentuk makanan atau minuman. Fasilitas ini dipenuhi mulai dari pelaksanaan manasik haji ketika di Tanah Air sampai dengan di Tanah Suci Makkah Madinah yang disesuaikan dengan kebutuhan para jamaah masing-masing.
- b. Media manasik haji. Dalam memberikan kemudahan bagi jamaah haji untuk memahami tata cara ibadah haji dan lainnya yang berkaitan, maka KBIHU Nurul Haramain mempersiapkan segala media yang dibutuhkan dalam teori dan praktek. Hal ini berimplikasi terhadap peningkatan kepuasan jamaah haji sehingga secara sirkulatif peningkatan volume jamaah terus terjadi.

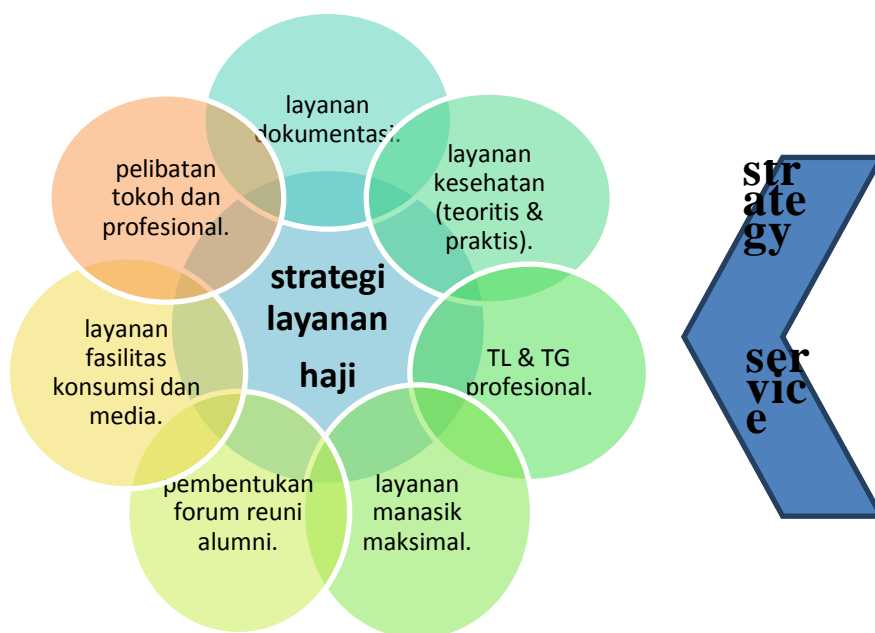
7. Pelibatan Tokoh dan Profesional dalam Bimbingan Jamaah

KBIHU Nurul Haramain selalu melibatkan tokoh-tokoh masyarakat seperti Kyai pemimpin pondok pesantren dalam membimbing jamaah haji. Hal ini dirasakan ada pengakuan yang kuat dari orang-orang penting sehingga berimplikasi terhadap tertariknya masyarakat tergabung dalam bimbingan ibadah haji yang disediakan. Strategi layanan ini selalu dilakukan setiap bimbingan manasik haji baik para tokoh tersebut sebagai penyaji materi dalam setiap kegiatan manasik haji maupun sebagai pendamping dalam setiap paket keberangkatan ibadah haji. Mc Kenna tidak menjelaskan strategi ini secara spesifik bagaimana melibatkan orang-orang profesional dalam bidangnya. Sehingga temuan penelitian ini merupakan hal baru bagaimana melayani masyarakat yang berimplikasi terhadap peningkatan kepuasan.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dalam jurnal ini menerangkan bahwa strategi layanan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama perusahaan bimbingan haji dan umrah, selain memberikan layanan secara langsung kepada jamaah dan layanan tidak langsung, adalah memfasilitasi layanan pendampingan, memfasilitasi layanan dokumentasi perjalanan (*Travel document*), memberikan layanan kesehatan (Teoritis & praktis), TL (*Tour Leader*) dan TG (*Tour Guide*) profesional, memberikan layanan manasik haji secara maksimal, memfasilitasi pembentukan forum reuni alumni haji setiap tahun, memberikan fasilitas yang memadai berkaitan dengan konsumsi dan media manasik haji, pelibatan tokoh dan profesional dalam bimbingan jamaah.

Bila diilustrasikan dalam format *flowchart* maka strategi layanan dalam meningkatkan kepuasan jamaah haji adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Strategi Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Haji

Berdasarkan temuan penelitian di atas, perlu kiranya bagi para pelaku bisnis travel haji maupun umrah untuk memperhatikan temuan-temuan yang telah peneliti sajikan dalam jurnal ini sehingga nantinya dapat mengembangkan layanan bimbingan ibadah haji dengan efektif dan efisien. Tentunya temuan ini harus direlevansikan dengan kondisi KBIHU masing-masing di berbagai tempat. Dengan demikian, selanjutnya diharapkan muncul strategi-strategi layanan baru bagi jamaah haji di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bimbingan, K., & Haji, I. (2017). *No Title*. 1–95.
- Rifa'i, M. (2017a). *Community Empowerment (Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan)* (1st ed.; M. Rifa'i, Ed.). Kraksaan Probolinggo: CV. Mandiri Probolinggo.
- Rifa'i, M. (2017b). *Community Empowerment in Islamic Boarding School (Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan)* (pp. 1–165). pp. 1–165. Kraksaan Probolinggo: CV. Mandiri Probolinggo.
- Rifa'i, M. (2019). Manajemen Ekonomi Mandiri Pondok Pesantren Dalam Mewujudkan Kualitas Layanan Pendidikan. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 30–44. <https://doi.org/10.33650/profit.v3i1.538>
- Rifa'i, M. & A. A. (2018). *Manajemen Koperasi Ritel Pondok Pesantren (Seni Tata*

- Kelola Praktis Koperasi Ritel* (First Edit; M. Rifa'i, Ed.). Kraksaan Probolinggo: CV. Mandiri Probolinggo. <https://doi.org/9786025060182>
- Rifa'i, M. & Adhiem. (2018). *Manajemen Koperasi Ritel Pondok Pesantren (Seni Tata Kelola Praktis Koperasi Ritel)* (1st ed.; M. Rifa'i, Ed.). Kraksaan Probolinggo: CV. Mandiri Probolinggo.
- Sulaiman, S. (2014). Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Pelayanan KBH di Kabupaten Jepara. *Analisa*, 21(1), 51. <https://doi.org/10.18784/analisa.v21i1.27>