



Manajemen Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata dalam Rekrutmen dan Pembinaan Jamaah Umroh di Kota Medan

Fauzan Azmi^{1*}, Farhan Indra²

¹⁻²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: fauzan0104202101@uinsu.ac.id¹, farhanindra65@uinsu.ac.id²

*Penulis korespondensi: fauzan0104202101@uinsu.ac.id¹

Abstract. *This study aims to analyze the management of Ikhwanul Ikhlas Wisata Travel in Medan in terms of pilgrim recruitment processes, manasik guidance patterns, assistance systems in the Holy Land, as well as indicators and evaluation of customer satisfaction. The background of this study is based on the increasing competition among Umrah travel agencies, which requires professional, transparent, and customer-oriented services to build trust and loyalty. In this context, Ikhwanul Ikhlas Wisata becomes an interesting case due to its consistency in guiding pilgrims from the initial stage to post-return. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with three key informants representing management, the company director, and marketing personnel. Data analysis was conducted through data reduction, data display, and conclusion drawing to obtain a comprehensive understanding of Umrah travel management practices. The findings reveal that Ikhwanul Ikhlas Wisata implements a recruitment system that emphasizes transparency in package information, costs, facilities, and departure schedules. Manasik guidance is conducted through both theoretical and practical sessions on a regular basis and supported by competent tour leaders and mutawwif. Customer satisfaction is measured through indicators such as repeat participation, recommendations to family or relatives, and post-return testimonials. The evaluation of satisfaction is utilized as a foundation for continuous improvement in recruitment strategies, guidance patterns, and service quality.*

Keywords: *Customer Satisfaction; Ikhwanul Ikhlas Wisata; Management of Umrah Implementation; Manasik Construction; Pilgrim Recruitment.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen travel Ikhwanul Ikhlas Wisata Kota Medan dalam proses rekrutmen jamaah, pola pembinaan manasik, sistem pendampingan di Tanah Suci, serta indikator dan evaluasi kepuasan pelanggan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya persaingan biro perjalanan umroh yang menuntut penyelenggara travel untuk menerapkan pelayanan yang profesional, transparan, dan berorientasi pada kepuasan jamaah guna membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks tersebut, Ikhwanul Ikhlas Wisata menjadi menarik untuk dikaji karena konsistensinya dalam pembinaan jamaah sejak tahap awal hingga pasca-kepulangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan wawancara mendalam kepada tiga informan utama yang berasal dari unsur manajemen, pimpinan perusahaan, dan marketing. Data dianalisis dengan tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik manajemen travel umroh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ikhwanul Ikhlas Wisata menerapkan sistem rekrutmen jamaah yang menekankan transparansi informasi paket, biaya, fasilitas, dan jadwal keberangkatan. Pola pembinaan manasik dilakukan secara teori dan praktik dengan jadwal rutin serta didukung oleh pendampingan tour leader dan mutawwif yang kompeten. Kepuasan pelanggan diukur melalui indikator keberangkatan ulang, rekomendasi jamaah kepada keluarga atau kerabat, serta testimoni pasca-kepulangan. Evaluasi kepuasan tersebut dimanfaatkan sebagai dasar perbaikan berkelanjutan dalam strategi rekrutmen, pola pembinaan, dan kualitas pelayanan jamaah.

Kata Kunci: Ikhwanul Ikhlas Wisata; Kepuasan Pelanggan; Pembinaan Manasik; Pengelolaan Penyelenggaraan Umrah; Rekrutmen Jamaah.

1. PENDAHULUAN

Travel Umroh Ikhwanul Ikhlas Wisata berdiri sebagai lembaga penyelenggara perjalanan ibadah umroh yang berangkat dari kepedulian terhadap kesiapan ilmu dan pemahaman jamaah dalam melaksanakan ibadah di Tanah Suci. Berdiri pada Desember 2013,

Ikhwanul Ikhlas Wisata mengawali kiprahnya bukan langsung melalui pemberangkatan jamaah, melainkan dengan membuka kegiatan pengajian dan manasik umroh secara terbuka dan gratis bagi masyarakat sekitar. Kegiatan ini dilaksanakan di sekitar kantor lama yang berlokasi di Jalan Asrama Pondok Kelapa, dengan tujuan memberikan bekal pengetahuan ibadah kepada masyarakat agar mereka memahami tata cara, bacaan doa, serta makna pelaksanaan umroh secara benar dan tidak sekadar mengikuti orang lain tanpa pemahaman

Pendekatan tersebut dilandasi oleh keyakinan bahwa ibadah umroh yang khushyuk dan bermakna harus disertai dengan pemahaman ilmu yang memadai sejak dari tanah air. Ikhwanul Ikhlas Wisata hadir untuk menjembatani kebutuhan jamaah akan pembinaan ibadah, sehingga jamaah tidak merasa bingung atau ragu ketika berada di Baitullah. Melalui pembinaan manasik yang berkelanjutan, jamaah diharapkan mampu melaksanakan umroh dengan kesadaran penuh terhadap setiap rangkaian ibadah yang dilakukan. Berkat konsistensi dalam pembinaan dan pelayanan, pada tahun 2014 Ikhwanul Ikhlas Wisata berhasil memberangkatkan jamaah umroh perdana dan hingga tahun 2025 tetap aktif melayani serta membina jamaah dalam melaksanakan ibadah umroh ke Tanah Suci.

Ibadah umroh merupakan salah satu bentuk ibadah yang memiliki nilai spiritual tinggi bagi umat Islam, sehingga pelaksanaannya membutuhkan persiapan yang matang, baik dari aspek administratif maupun pembinaan ibadah. Dalam konteks ini, keberadaan biro perjalanan umroh memiliki peran strategis dalam mengelola proses pelayanan jamaah secara profesional, terutama dalam hal rekrutmen dan pembinaan. Penelitian menunjukkan bahwa manajemen yang baik dalam penyelenggaraan umroh berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan jamaah (Ibrahim, 2020).

Dalam perspektif Islam, manajemen pelayanan dalam penyelenggaraan ibadah umroh harus berlandaskan nilai keadilan dan profesionalitas. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam firman Allah SWT:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan serta memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran (QS.

An-Nahl: 90)

(Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019)

Menurut para ulama tafsir seperti Ibnu Katsir, ayat ini merupakan salah satu ayat yang mencakup prinsip-prinsip dasar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam bermuamalah dan

mengelola urusan sosial. Perintah untuk berlaku adil dimaknai sebagai menempatkan sesuatu pada tempatnya serta memberikan hak kepada setiap orang secara proporsional. Sementara itu, ihsan diartikan sebagai berbuat lebih baik dari sekadar kewajiban, yaitu memberikan pelayanan dengan kualitas terbaik, penuh keikhlasan, dan kesungguhan.

Lebih lanjut, dalam tafsir Al-Qurthubi dijelaskan bahwa ayat ini menjadi dasar penting dalam membangun tatanan kehidupan yang harmonis, karena mengandung perintah untuk menjaga hubungan sosial melalui kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap sesama. Larangan terhadap perbuatan keji, kemungkaran, dan kezaliman menunjukkan bahwa segala bentuk penyimpangan, termasuk ketidakjujuran dan pelayanan yang merugikan orang lain, harus dihindari dalam setiap aktivitas, termasuk dalam pengelolaan layanan umroh.

Dengan demikian, nilai-nilai yang terkandung dalam ayat ini sangat relevan dengan manajemen travel umroh, khususnya dalam aspek pelayanan jamaah. Prinsip keadilan, ihsan (pelayanan terbaik), serta menjauhi praktik yang merugikan menjadi landasan utama dalam membangun kepercayaan jamaah dan meningkatkan kualitas penyelenggaraan ibadah umroh secara profesional dan berintegritas.

Proses rekrutmen jamaah umroh tidak hanya berkaitan dengan upaya menarik minat calon jamaah, tetapi juga menyangkut strategi komunikasi, pelayanan, dan kejelasan informasi yang diberikan oleh pihak travel. Rekrutmen yang efektif menuntut adanya perencanaan manajemen yang sistematis agar jamaah merasa aman dan yakin terhadap biro perjalanan yang dipilih. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa strategi rekrutmen menjadi fondasi awal keberhasilan penyelenggaraan umroh.

Pendekatan rekrutmen jamaah merupakan strategi yang digunakan travel umroh untuk menarik minat calon jamaah melalui komunikasi, pelayanan, dan promosi yang tepat. Menurut Philip Kotler, pendekatan pemasaran dilakukan melalui segmentasi, targeting, dan positioning (STP) agar sesuai dengan kebutuhan calon jamaah. Selain itu, pendekatan hubungan (relationship marketing) juga penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas jamaah. Proses rekrutmen jamaah umroh tidak hanya berkaitan dengan upaya menarik minat calon jamaah, tetapi juga menyangkut strategi komunikasi, pelayanan, dan kejelasan informasi yang diberikan oleh pihak travel. Rekrutmen yang efektif menuntut adanya perencanaan manajemen yang sistematis agar jamaah merasa aman dan yakin terhadap biro perjalanan yang dipilih. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa strategi rekrutmen menjadi fondasi awal keberhasilan penyelenggaraan umroh (Sari et al., 2025).

Pembinaan jamaah umroh tidak hanya bersifat teknis ritual, tetapi juga mencakup pembinaan spiritual dan moral agar jamaah mampu menjalankan ibadah dengan khusyuk dan

tertib. Manajemen pembinaan yang baik akan membantu jamaah memahami makna ibadah secara mendalam serta membentuk sikap disiplin selama perjalanan. Hal ini diperkuat oleh kajian yang menyebutkan bahwa pembinaan spiritual berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengalaman ibadah jamaah (Sari et al., 2025)

Keberhasilan pembinaan jamaah umroh juga sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh travel, khususnya pembimbing manasik dan staf pendamping jamaah. Kompetensi pembimbing yang baik akan memudahkan jamaah dalam memahami materi manasik serta menghadapi berbagai situasi selama ibadah. Penelitian menunjukkan bahwa profesionalisme pembimbing merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas pembinaan jamaah umroh.

Sumber daya manusia merupakan faktor utama dalam keberhasilan penyelenggaraan layanan umroh, terutama dalam proses rekrutmen, pembinaan, dan pendampingan jamaah. Kualitas SDM sangat menentukan efektivitas pelayanan yang diberikan kepada jamaah, baik sebelum keberangkatan, selama di Tanah Suci, maupun setelah kepulangan. Menurut Gary Dessler, manajemen SDM mencakup proses pengelolaan tenaga kerja melalui perekrutan, pelatihan, dan pengawasan agar mampu bekerja secara efektif. Dalam konteks travel umroh, SDM seperti tour leader, muthawwif, dan tim marketing harus memiliki kompetensi yang baik, baik dari segi pengetahuan, keterampilan, maupun sikap pelayanan. Hal ini sejalan dengan pendapat Malayu S. P. Hasibuan yang menyatakan bahwa pengelolaan SDM bertujuan agar tenaga kerja dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan demikian, pengelolaan SDM yang profesional dan kompeten menjadi kunci dalam meningkatkan kualitas pembinaan jamaah serta kepuasan pelanggan dalam penyelenggaraan ibadah umroh.

Manajemen internal travel umroh yang tertata dengan baik akan memudahkan koordinasi antara proses rekrutmen dan pembinaan jamaah. Pengelolaan administrasi, data jamaah, serta jadwal pembinaan membutuhkan sistem manajemen yang terintegrasi agar pelayanan dapat berjalan efektif dan efisien. Kajian tentang sistem informasi manajemen travel umroh menunjukkan bahwa penggunaan sistem yang baik dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan jamaah (Zulfikar, n.d.)

Selain aspek manajemen internal, kualitas pelayanan yang diberikan kepada jamaah juga berperan besar dalam keberhasilan rekrutmen. Pelayanan yang ramah, transparan, dan responsif akan membentuk citra positif travel di mata masyarakat. Penelitian pada biro perjalanan umroh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap minat dan keputusan calon jamaah dalam memilih travel umroh (Tjiptono, 2018)

Dalam upaya mempertahankan kepercayaan jamaah, travel umroh perlu menerapkan pengendalian mutu layanan secara berkelanjutan, baik sebelum keberangkatan maupun selama pelaksanaan ibadah. Evaluasi terhadap proses rekrutmen dan pembinaan menjadi langkah penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian tentang manajemen layanan umroh menegaskan bahwa pengendalian mutu berpengaruh terhadap loyalitas jamaah (Griffin, 2016)

Aspek pendukung lain yang tidak kalah penting adalah pengelolaan logistik dan operasional jamaah umroh, seperti kelengkapan administrasi, transportasi, akomodasi, dan konsumsi. Pengelolaan logistik yang baik akan menunjang keberhasilan pembinaan jamaah dan kenyamanan selama ibadah. Penelitian menunjukkan bahwa manajemen logistik yang optimal berkontribusi terhadap kepuasan jamaah umroh (Saputri & Febrian, 2023)

Berdasarkan uraian tersebut, manajemen Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata dalam rekrutmen dan pembinaan jamaah umroh di Kota Medan menjadi topik yang penting untuk dikaji secara ilmiah. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan manajemen rekrutmen dan pembinaan jamaah, sekaligus menjadi bahan evaluasi dan pengembangan pelayanan umroh yang lebih profesional dan berorientasi pada kepuasan jamaah.

2. KAJIAN TERDAHULU

Ahmad Fauzi (2020) dengan judul “Manajemen Biro Perjalanan Umroh dalam Rekrutmen dan Pelayanan Jamaah”. Penelitian ini membahas bagaimana strategi manajemen yang diterapkan oleh biro perjalanan umroh dalam menarik calon jamaah melalui pendekatan promosi, pelayanan, dan kepercayaan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan rekrutmen jamaah sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan awal, transparansi informasi, serta kemampuan biro dalam membangun hubungan sosial dengan masyarakat. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengkaji manajemen travel umroh dalam proses rekrutmen jamaah. Perbedaannya, penelitian Ahmad Fauzi lebih menitikberatkan pada aspek pelayanan dan promosi, sedangkan penelitian ini juga menekankan pada aspek pembinaan jamaah secara berkelanjutan.

Siti Rahmawati (2021) dengan judul “Pembinaan Jamaah Umroh melalui Manasik sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Ibadah”. Penelitian ini fokus pada peran manasik umroh sebagai sarana pembinaan jamaah sebelum keberangkatan ke Tanah Suci. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembinaan manasik yang terstruktur mampu meningkatkan pemahaman jamaah terkait tata cara ibadah, bacaan doa, serta kesiapan mental jamaah. Persamaan

penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai pembinaan jamaah umroh melalui kegiatan manasik. Perbedaannya, penelitian Siti Rahmawati tidak membahas manajemen rekrutmen jamaah dan hanya berfokus pada pembinaan, sedangkan penelitian ini mengkaji rekrutmen dan pembinaan jamaah secara terpadu dalam satu sistem manajemen travel.

Muhammad Rizki dan Nur Aini (2022) dengan judul “Manajemen Penyelenggaraan Umroh pada Biro Perjalanan Ibadah di Kota Medan”. Penelitian ini mengkaji manajemen penyelenggaraan umroh secara umum, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan umroh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen yang baik berpengaruh terhadap kelancaran operasional dan kepuasan jamaah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama meneliti travel umroh di Kota Medan serta menggunakan pendekatan manajemen. Perbedaannya, penelitian Muhammad Rizki dan Nur Aini membahas manajemen penyelenggaraan secara umum, sedangkan penelitian ini lebih spesifik menyoroiti manajemen rekrutmen dan pembinaan jamaah pada Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam manajemen pelayanan, strategi rekrutmen, pembinaan jamaah, serta pengukuran kepuasan pelanggan pada Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata Kota Medan. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggalian informasi, pengalaman, dan pandangan informan secara langsung berdasarkan praktik yang dijalankan di lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) kepada informan yang dipilih secara purposive sampling, yaitu informan yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan serta

operasional Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata. Adapun informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang, yaitu:

- a. Devi Azmayanti, STP, selaku informan pertama yang merupakan bagian dari manajemen operasional Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata;
- b. Ivandi Darma Putra, SE, selaku informan kedua yang menjabat sebagai Pimpinan/Direktur Utama PT Ikhwanul Ikhlas Wisata Kota Medan; dan
- c. Ir. Hj. Syafrida Rais, selaku informan ketiga yang pernah menjabat sebagai Wakil Marketing PT Ikhwanul Ikhlas Wisata Kota Medan periode 2017–2019.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif, yang meliputi tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis ini dilakukan secara sistematis untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai strategi pelayanan, pola pembinaan jamaah, serta mekanisme evaluasi kepuasan pelanggan di Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata Kota Medan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Rekrutmen Jamaah Umroh pada Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan

Strategi rekrutmen jamaah umroh pada Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan dapat dilihat sebagai upaya sistematis dalam menarik minat masyarakat untuk bergabung dan menggunakan layanan umroh yang disediakan. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Habibah Nur Desi yang menunjukkan bahwa travel umroh perlu menerapkan manajemen strategi dan bauran pemasaran terintegrasi (marketing mix) guna menarik minat calon jamaah melalui produk, harga, tempat, dan promosi yang tepat. Bauran pemasaran ini dirancang sedemikian rupa agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi jamaah sehingga dapat meningkatkan jumlah pendaftar secara efektif. Pendekatan demikian menekankan pentingnya hubungan antara manajemen internal dan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan rekrutmen yang optimal (Cravens & Piercy, 2018).

Selain itu, pemanfaatan pemasaran digital dan media sosial menjadi strategi penting dalam merekrut jamaah umroh di era modern saat ini, termasuk bagi travel seperti Ikhwanul Ikhlas Wisata. Penelitian pada Haqem Travel menunjukkan bahwa penggunaan pemasaran digital terbukti efektif meningkatkan jumlah jamaah dengan memaksimalkan jangkauan informasi melalui platform online serta berkolaborasi dengan kemitraan untuk memperluas basis calon jamaah. Strategi ini menunjukkan bahwa selain promosi konvensional, pendekatan digital mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan sesuai karakter masyarakat Muslim yang semakin aktif di media digital.

Tidak hanya sekedar promosi, penentuan segmentation, targeting, dan positioning (STP) juga menjadi strategi penting dalam rekrutmen jamaah umroh untuk memastikan bahwa travel dapat menargetkan kelompok jamaah yang paling potensial. Penelitian di Banjarmasin menggarisbawahi pentingnya strategi pemasaran seperti STP, bauran pemasaran, serta diferensiasi brand untuk menghadapi persaingan dan memenuhi kebutuhan jamaah yang semakin beragam. Penerapan STP membantu travel dalam menyusun pesan komunikasi yang tepat sasaran serta menawarkan paket layanan yang sesuai dengan karakteristik calon jamaah sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan minat pendaftaran (Noviyanti, 2015)

Devi Azmayanti, STP menjelaskan bahwa saluran pemasaran Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan dilakukan melalui kombinasi strategi offline dan online, dengan penekanan utama pada kegiatan keagamaan. Pemasaran offline dilakukan melalui manasik umroh rutin setiap hari Sabtu, kunjungan ke perwiritan-perwiritan, serta sosialisasi ke sekolah-sekolah dengan melibatkan guru dan orang tua murid. Kegiatan tersebut dinilai efektif karena memberikan edukasi langsung tentang ibadah umroh sekaligus membangun kepercayaan calon jamaah. Sementara itu, pemasaran online dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan TikTok, baik melalui akun resmi perusahaan maupun akun pribadi tim marketing.

Ivandi Darma Putra, SE menyampaikan bahwa pemasaran umroh di Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan dilakukan secara online dan offline dengan pendekatan sederhana yang menekankan aspek kepercayaan. Promosi online dilakukan dengan menyebarkan brosur melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, sedangkan pemasaran offline melibatkan marketing tetap dan freelance serta rekomendasi dari jamaah ke jamaah. Selain itu, informan ini menekankan adanya program “WN 2 Juta (Wujud Niat 2 Juta)” sebagai strategi pendukung pemasaran untuk membantu calon jamaah yang belum memiliki dana cukup agar tetap dapat merencanakan keberangkatan umroh.

Ir. Hj Syafrida Rais menjelaskan bahwa strategi pemasaran Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan dijalankan secara konsisten melalui pengajian, baik pengajian internal seperti manasik umroh rutin maupun pengajian eksternal yang didatangi tim marketing. Selain itu, pemasaran dari mulut ke mulut melalui jamaah dan tim marketing menjadi saluran penting dalam menarik calon jamaah. Promosi juga dilakukan melalui pembagian brosur serta pemanfaatan media digital seperti WhatsApp melalui status, broadcast, grup, dan pesan pribadi, disertai kegiatan sosialisasi secara langsung apabila terdapat undangan dari masyarakat atau lembaga tertentu.

Dalam menghadapi persaingan biro perjalanan umroh yang semakin ketat, penonjolan keunggulan paket menjadi strategi penting untuk menarik minat calon jamaah. Calon jamaah umroh umumnya mempertimbangkan aspek harga yang kompetitif, kejelasan fasilitas, serta transparansi biaya sebelum mengambil keputusan. Penelitian menunjukkan bahwa kesesuaian antara harga dan fasilitas yang ditawarkan dapat meningkatkan persepsi nilai (*perceived value*) dan mendorong kepercayaan jamaah terhadap travel umroh. Oleh karena itu, penyusunan paket umroh yang jelas, terperinci, dan sesuai kebutuhan jamaah menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan (Agus et al., 2019).

Selain paket dan harga, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang membedakan satu travel umroh dengan travel lainnya. Kualitas pelayanan mencakup ketepatan informasi,

keramahan petugas, kecepatan pelayanan, serta kemampuan travel dalam memberikan rasa aman dan nyaman kepada jamaah. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan jamaah, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka dalam memilih jasa travel umroh. Pelayanan yang profesional dan konsisten dinilai mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Wulandari & Efendi, 2025).

Keunggulan lain yang sering ditonjolkan dalam persaingan travel umroh adalah kualitas bimbingan ibadah yang diberikan kepada jamaah. Pembinaan manasik yang intensif dan berkelanjutan membantu jamaah memahami tata cara ibadah, bacaan doa, serta makna setiap rangkaian umroh. Penelitian terkini menunjukkan bahwa bimbingan ibadah yang baik tidak hanya meningkatkan kesiapan spiritual jamaah, tetapi juga berkontribusi pada kepuasan dan loyalitas jamaah terhadap travel yang dipilih. Dengan demikian, pembinaan ibadah menjadi nilai tambah penting dalam membangun kepercayaan jamaah di tengah persaingan travel umroh (Aulia et al., 2024).

Devi Azmayanti, STP menjelaskan bahwa keunggulan utama Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan terletak pada bimbingan ibadah (manasik) yang rutin, terbuka, dan tidak dibatasi hanya untuk jamaah yang sudah mendaftar. Manasik diberikan secara teori dan praktik sejak jauh hari sebagai bekal ilmu bagi calon jamaah, sehingga mereka merasa lebih siap dan memahami pelaksanaan ibadah umroh. Dari segi harga, Ikhwanul Ikhlas menetapkan biaya berdasarkan standar Kementerian Agama dengan mempertimbangkan maskapai, hotel, konsumsi, dan fasilitas pendukung, serta menghindari praktik harga murah di bawah standar. Perbedaan harga dijelaskan secara transparan kepada jamaah berdasarkan kelas hotel dan jarak dari Masjidil Haram atau Nabawi, sementara kualitas bimbingan dan pendampingan tetap sama untuk semua jamaah, mulai dari tanah air hingga di Tanah Suci dengan didampingi tim leader dan muthawif yang kompeten.

Ivandi Darma Putra, SE menyampaikan bahwa dalam persaingan travel umroh, Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan menonjolkan keunggulan melalui pengajian dan manasik umroh rutin yang tidak hanya diperuntukkan bagi jamaah terdaftar, tetapi juga terbuka bagi masyarakat umum. Calon jamaah diberikan pemahaman sejak awal mengenai fasilitas dan layanan yang akan diterima melalui brosur dan penjelasan langsung, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman. Peran Ikhwanul Ikhlas adalah sebagai fasilitator ibadah, dengan mengedepankan niat, kejujuran, dan transparansi dalam penyampaian manfaat, biaya, serta layanan, yang pada akhirnya membangun kepercayaan dan menarik calon jamaah untuk mendaftar.

Ir. Hj Syafrida Rais menjelaskan bahwa Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan menonjolkan keunggulannya melalui manasik umroh yang terbuka untuk siapa saja, termasuk calon jamaah yang belum mendaftar, sebagai strategi membangun niat dan pemahaman ibadah sejak dini. Pendekatan ini membedakan Ikhwanul Ikhlas dari travel lain yang umumnya hanya memberikan manasik kepada jamaah yang siap berangkat. Dari segi harga dan fasilitas, Ikhwanul Ikhlas menetapkan biaya sesuai standar Kementerian Agama dengan posisi harga menengah, disesuaikan dengan kelas hotel dan jarak dari Masjidil Haram atau Nabawi. Strategi ini dilakukan untuk menjaga keseimbangan antara keterjangkauan harga dan kualitas fasilitas, sehingga jamaah memperoleh layanan yang transparan dan sesuai dengan biaya yang dibayarkan.

Strategi pemasaran ini mampu meminimalkan hambatan komunikasi karena dilakukan melalui hubungan sosial yang telah terbangun. Informasi disampaikan secara langsung dan personal sehingga lebih mudah dipahami calon jamaah. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap pihak travel menjadi lebih tinggi. Kondisi tersebut mempercepat penerimaan pesan pemasaran. Pada akhirnya, penetrasi pasar dapat meningkat secara lebih efektif. (Hanifah, 2023)

Selain itu, skema tabungan atau sistem auto-debet untuk persiapan ibadah haji dan umroh telah diterapkan oleh beberapa lembaga keuangan sebagai terobosan untuk mempermudah masyarakat mengumpulkan dana secara bertahap. Penelitian pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kabanjahe menunjukkan bahwa fitur auto debit dari rekening reguler ke rekening tabungan khusus yang disediakan mempermudah nasabah untuk menabung tanpa harus datang langsung ke kantor cabang, sehingga mengurangi beban logistik dan mendorong komitmen untuk mendaftar ibadah ketika dana telah mencukupi. Skema semacam ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas layanan bagi calon jamaah, tetapi juga membangun loyalitas nasabah melalui kemudahan dan transparansi proses tabungan yang ditawarkan (Syahira, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan menerapkan sejumlah program strategis yang dirancang untuk mempermudah akses masyarakat dalam melaksanakan ibadah umroh sekaligus memperluas jangkauan pemasaran. Devi Azmayanti, menjelaskan bahwa perusahaan mengembangkan sistem agen atau marketing sebagai bagian dari syiar Baitullah, di mana para agen diberi pembinaan dan reward berdasarkan kinerja, serta menyediakan program tabungan umroh melalui lembaga perbankan syariah dengan prinsip menabung atau melunasi biaya terlebih dahulu sebelum keberangkatan,

tanpa menerapkan sistem umroh talangan atau cicilan pascaberangkat demi menjaga ketenangan dan keikhlasan jamaah.

Ivandi Darma Putra, SE, menambahkan bahwa program WN 2 Juta (Wujud Niat 2 Juta) berfungsi sebagai sarana membuka jalan bagi calon jamaah yang memiliki keterbatasan dana, dengan menekankan aspek niat, kesadaran, dan kesiapan jamaah, di mana pihak travel hanya berperan sebagai fasilitator keberangkatan dan tidak terlibat langsung dalam skema pembiayaan cicilan yang menjadi tanggung jawab pribadi jamaah. Sementara itu, Ir. Hj. Syafrida Rois menguraikan bahwa tabungan umroh diarahkan pada target waktu yang realistis, umumnya satu hingga tiga tahun, agar jamaah tetap termotivasi dan konsisten, serta dikombinasikan dengan program WN 2 Juta berbasis kerja nyata dan sistem reward, sehingga peserta tidak hanya menabung tetapi juga memiliki peluang memperoleh penghasilan tambahan untuk mempercepat realisasi keberangkatan umroh secara mandiri dan bertanggung jawab.

Pola Pembinaan dan Pendampingan Jamaah Umroh Pra, Saat, dan Pasca Keberangkatan di Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan

Bimbingan manasik umrah yang efektif menggabungkan komponen teori dan praktik secara terpadu untuk memastikan calon jamaah memahami tata cara ibadah sebelum keberangkatan. Kegiatan bimbingan teori mencakup penjelasan rukun, wajib, dan sunnah umrah, sedangkan praktik dilakukan melalui simulasi langsung seperti latihan ihram, tawaf, sai, dan tahalul, serta pengulangan bacaan doa yang benar. Pendekatan ini terbukti meningkatkan kesiapan spiritual serta pemahaman ritual jamaah karena peserta tidak hanya mendapatkan informasi secara lisan tetapi juga pengalaman simulatif yang mendekati realita lapangan. Implementasi pola ini telah terbukti memenuhi kebutuhan jamaah dalam berbagai penelitian manasik umrah yang menyatakan bahwa penyampaian materi yang komprehensif sangat berkontribusi pada kesiapan ibadah calon jamaah (Anesta & Kenedi, 2023).

Selain aspek ritual, persiapan teknis administratif dan kesehatan merupakan bagian penting untuk memastikan jamaah siap secara administrasi sebelum berangkat. Persiapan teknis seperti pengurusan visa dan pemeriksaan kesehatan, termasuk vaksinasi wajib seperti meningitis, menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi jamaah sesuai standar penyelenggaraan umrah dan haji di banyak travel. Penelitian manajemen layanan umrah menunjukkan bahwa kombinasi bimbingan manasik sekaligus pemeriksaan kesehatan pra-keberangkatan membantu jamaah memahami persyaratan administratif sambil menyiapkan kondisi fisik yang optimal untuk menjalankan ibadah yang padat secara fisik. Dengan memastikan dokumen seperti visa

serta status kesehatan terpenuhi, travel dapat meminimalisir kendala di bandara dan saat berada di Tanah Suci (Anesta & Kenedi, 2023)

Pendampingan jamaah di Mekkah dan Madinah mengandalkan tour leader dan muthawwif yang profesional untuk memberikan bimbingan ibadah harian serta koordinasi operasional perjalanan. Peran pembimbing meliputi penyampaian informasi ritual yang benar, koordinasi rombongan, serta kemampuan menangani kendala teknis di lapangan seperti perubahan jadwal atau kebutuhan logistik khusus jamaah. Penelitian menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi, kepemimpinan, dan kemampuan problem solving tour leader berkontribusi signifikan terhadap kepuasan layanan jamaah umroh. Keberadaan pembimbing terlatih juga membantu jamaah merasa aman, nyaman, serta fokus pada pelaksanaan ibadah tanpa terganggu oleh persoalan administratif (Nur & Mulia, 2020).

Berdasarkan jawaban Devi Azmayanti, STP dan Ivandi Darma Putra, SE Ikhwanul Ikhlas Wisata menerapkan pola bimbingan manasik umroh yang terstruktur melalui kombinasi pembinaan teori dan praktik. Bimbingan teori dilaksanakan secara rutin setiap hari Sabtu dan bersifat terbuka, tidak hanya bagi jamaah yang telah mendaftar tetapi juga untuk masyarakat umum, sehingga berfungsi sebagai sarana edukasi ibadah sekaligus pembinaan spiritual. Materi manasik mencakup tata cara umroh secara lengkap, mulai dari niat hingga tahallul, serta penanaman pemahaman tentang makna dan tujuan ibadah umroh agar jamaah memiliki kesiapan spiritual yang matang. Adapun manasik praktik dilaksanakan menjelang keberangkatan, baik di kantor travel maupun di Asrama Haji, khusus bagi jamaah yang telah memiliki jadwal berangkat, sehingga jamaah memiliki gambaran nyata sebelum melaksanakan ibadah di Tanah Suci.

Sementara itu, berdasarkan penjelasan Ir Hj Syafrida Rais, persiapan jamaah juga difokuskan pada aspek teknis dan administrasi yang dilakukan secara sistematis dan terintegrasi. Ikhwanul Ikhlas Wisata mendampingi jamaah dalam pengurusan paspor, visa, dan kelengkapan dokumen perjalanan melalui sistem resmi Kementerian Agama (Siskopatuh), yang mensyaratkan pemenuhan tiket pesawat, reservasi hotel, jadwal perjalanan, transportasi, program umroh, serta asuransi. Selain itu, travel bekerja sama dengan klinik atau tenaga medis untuk memfasilitasi pemeriksaan kesehatan dan vaksinasi, seperti meningitis dan polio, sesuai ketentuan yang berlaku. Seluruh proses tersebut didukung dengan penyediaan layanan akomodasi, konsumsi, transportasi, serta pendampingan muthawwif, sehingga jamaah dinilai siap secara spiritual, administratif, dan teknis sebelum keberangkatan.

Selain bimbingan ritual dan koordinasi perjalanan, aspek psikologis dan kesehatan jamaah juga menjadi perhatian utama dalam layanan pendampingan. Pembimbing berperan

sebagai figur yang mampu memberikan dukungan emosional dan motivasi sehingga jamaah merasa tenang dan percaya diri selama pelaksanaan ibadah. Dukungan semacam ini sangat penting terutama bagi jamaah yang lansia atau mengalami kesulitan fisik, di mana pendekatan komunikatif dan empatik dapat meningkatkan kenyamanan psikologis mereka. Penelitian menunjukkan bahwa pelayanan tour leader yang menekankan sikap empati dan komitmen terhadap jamaah mampu menciptakan pengalaman ibadah yang lebih memuaskan secara keseluruhan (Goleman, 2017).

Program tindak lanjut pasca-ibadah merupakan bagian penting dalam menjaga semangat ibadah jamaah setelah kembali ke tanah air. Beberapa lembaga pembinaan ibadah membuat agenda seperti pengajian rutin, kajian umum, konsultasi syariah, dan bakti sosial untuk membangun ukhuwah antarsesama jamaah serta memfasilitasi pembelajaran berkelanjutan. Kegiatan ini tidak hanya menambah wawasan keagamaan, tetapi juga memberi ruang bagi jamaah untuk berbagi pengalaman spiritual mereka, sehingga rasa keterikatan terhadap komunitas tetap terjaga. Penelitian pada komunitas pasca haji menunjukkan bahwa program pelayanan semacam ini efektif mempererat hubungan antar jamaah dan mempertahankan nilai-nilai ibadah dalam kehidupan sehari-hari setelah kembali dari perjalanan suci. Hal ini mencerminkan pentingnya kesinambungan kegiatan setelah umroh agar pengalaman spiritual tersebut tidak cepat pudar (Goleman, 2017).

Menurut Devi Azmayanti, STP, Ikhwanul Ikhlas Wisata memastikan pendampingan jamaah dengan menyiapkan tour leader dan muthawif yang kompeten sesuai jumlah jamaah dalam setiap kloter, di mana satu leader dan satu muthawif mendampingi maksimal 50 jamaah. Pendampingan ini mencakup bimbingan ibadah harian, pengelolaan logistik seperti konsumsi, transportasi, dan penanganan barang bawaan jamaah, hingga layanan kesehatan selama di Mekkah dan Madinah. Informan ini juga menegaskan bahwa aspek kenyamanan psikologis jamaah menjadi perhatian penting, yang ditunjukkan melalui pendampingan intensif terhadap jamaah yang mengalami kondisi khusus, seperti kebingungan atau tekanan mental, agar seluruh jamaah tetap merasa aman dan fokus beribadah.

Ivandi Darma Putra, SE dan dan Ir.Hj Syafrida pendampingan jamaah telah dirancang sejak sebelum keberangkatan melalui keterlibatan tour leader bersertifikat yang bertanggung jawab mengoordinasikan perjalanan, administrasi, dan pelaksanaan itinerary. Setibanya di Tanah Suci, tour leader bekerja sama dengan muthawif yang berpengalaman dan menetap di Arab Saudi untuk membimbing ibadah, ziarah, serta mengatasi kendala teknis dan kesehatan jamaah. Pembagian peran ini membuat pendampingan lebih efektif, karena muthawif memiliki pemahaman mendalam tentang kondisi lokal dan regulasi setempat, sementara tour leader

berfokus pada pengawasan jamaah dan koordinasi layanan, sehingga seluruh rangkaian ibadah umroh dapat berjalan tertib, aman, dan nyaman.

Selain itu, pendekatan tindak lanjut juga bisa dilakukan melalui kegiatan dakwah berbasis komunitas yang melibatkan alumni jamaah untuk terus mengaktualisasikan nilai-nilai ibadah dalam kehidupan sosial. Penelitian tentang peran jamaah setelah haji menemukan bahwa keterlibatan dalam kegiatan dakwah masyarakat pasca-pelaksanaan ibadah mampu memperkuat kohesi sosial dan memberikan dampak positif dalam masyarakat luas. Kegiatan seperti dialog antar kelompok, kajian rutin, dan kerja sosial bersama memperluas jaringan silaturahmi serta menjadikan pengalaman umroh sebagai landasan aktif dalam kehidupan beragama sehari-hari. Dengan demikian, tindak lanjut pasca umroh tidak hanya bersifat internal jamaah, tetapi juga berkontribusi pada penguatan nilai-nilai keislaman dalam komunitas yang lebih luas (Hamid, 2025).

Menurut Devi Azmayanti, STP, Ikhwanul Ikhlas Wisata tetap menjaga hubungan dengan jamaah setelah kepulangan melalui silaturahmi yang berkelanjutan, baik secara langsung maupun daring. Para tour leader didorong untuk membentuk reuni, pengajian, atau pertemuan rutin pasca-umroh, meskipun pelaksanaannya sangat bergantung pada inisiatif masing-masing leader dan kondisi jamaah. Selain itu, komunikasi tetap dijaga melalui grup WhatsApp yang dipertahankan hingga bertahun-tahun setelah keberangkatan, bahkan melibatkan muthawif yang pernah membimbing jamaah. Melalui media ini, jamaah tetap saling berinteraksi, berbagi kabar, serta menerima informasi terbaru terkait program dan jadwal keberangkatan Ikhwanul Ikhlas Wisata, sehingga silaturahmi dan semangat ibadah tetap terpelihara.

Selanjutnya, Ivandi Darma Putra, SE dan Ir.Hj Syafrida Rais menjelaskan bahwa tindak lanjut pasca-umroh umumnya dilakukan melalui komunikasi aktif di grup WhatsApp, yang berfungsi sebagai sarana berbagi informasi pengajian, kegiatan keagamaan, maupun peluang keberangkatan umroh bagi keluarga dan kerabat jamaah. Dalam beberapa kelompok, terdapat pula inisiatif seperti arisan atau pertemuan informal untuk menjaga kebersamaan, meskipun tidak bersifat wajib. Ir. Hj. Syafrida Rais Sapidra menambahkan adanya wadah silaturahmi yang lebih terstruktur berupa Ikatan Persaudaraan Haji dan Umroh, serta kajian rutin setiap hari Sabtu di kantor Ikhwanul Ikhlas Wisata yang terbuka bagi alumni maupun masyarakat umum. Kegiatan ini menjadi ruang untuk mempererat hubungan, menjaga konsistensi ibadah, serta berbagi pengalaman spiritual pasca-umroh.

Evaluasi Efektivitas Manajemen Rekrutmen dan Pembinaan Jamaah Umroh dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Travel Ikhwanul Ikhlas Wisata Medan

Travel umroh sering menggunakan kuesioner survei kepuasan jamaah setelah pendaftaran untuk mengukur seberapa jelas jamaah memahami informasi terkait paket, biaya, dan jadwal keberangkatan. Survei ini biasanya mencakup pertanyaan tentang persepsi jamaah terhadap kelengkapan, kejelasan, dan kemudahan informasi yang diterima sejak awal layanan. Analisis hasil survei membantu manajemen menilai apakah penyampaian informasi sudah memenuhi harapan jamaah atau perlu perbaikan agar lebih transparan dan informatif. Dengan memahami respons jamaah, travel dapat melakukan penyesuaian komunikasi dan materi informasi agar lebih efektif di tahap awal layanan(Wandasari & Hariani, 2025).

Selain survei pemahaman, model *Servqual* juga kerap digunakan dalam penelitian layanan keagamaan untuk mengevaluasi seberapa baik layanan memenuhi harapan jamaah, termasuk kejelasan komunikasi informasi tentang paket dan jadwal keberangkatan. Model ini mengevaluasi dimensi seperti *reliability*, *assurance*, *empathy*, *responsiveness*, yang membantu travel memahami apakah penyampaian informasi sudah memenuhi harapan jamaah atau masih perlu ditingkatkan. Dengan mengukur gap antara ekspektasi dan persepsi jamaah, manajemen dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan serta merancang tindakan korektif yang konkret. Penerapan hasil pengukuran ini kemudian menjadi dasar perbaikan transparansi layanan dan komunikasi informasi ke jamaah(Safitri & Unggul, 2023).

Devi Azmayanti STP, kejelasan informasi kepada jamaah diukur melalui proses klarifikasi berlapis sejak tahap sosialisasi hingga pendaftaran di kantor. Setelah penjelasan awal oleh tim marketing, calon jamaah kembali ditanya oleh tim admin terkait pilihan paket, biaya, jadwal, serta fasilitas yang akan diterima. Proses ini menjadi cara untuk memastikan jamaah benar-benar memahami isi paket yang dipilih. Transparansi dijaga dengan menyamakan informasi lisan, brosur, dan akad awal, terutama terkait kelas hotel, jarak ke Masjidil Haram, serta fasilitas yang diterima. Informan menegaskan bahwa manajemen berkomitmen tidak menurunkan fasilitas dari yang telah disepakati, sehingga kejelasan informasi di awal berfungsi sebagai upaya menjaga kepercayaan jamaah dan kualitas layanan.

Ivandi Darma Putra, SE, pengukuran kejelasan informasi dan kualitas layanan lebih banyak dilakukan melalui evaluasi kepuasan jamaah setelah perjalanan selesai. Evaluasi ini pernah dilakukan melalui tanya jawab langsung dan kuesioner di bandara setelah kepulangan jamaah, yang menilai kinerja tour leader, pelayanan, konsumsi, dan pelaksanaan program. Meskipun sempat terhenti pasca-Covid, metode ini dipandang penting untuk kembali diterapkan sebagai bahan evaluasi internal. Hasil pengukuran kepuasan tersebut digunakan untuk mengetahui kekurangan layanan dan menjadi dasar perbaikan ke depan, sekaligus

mendorong kepuasan jamaah agar bersedia merekomendasikan Ikhwanul Ikhlas Wisata kepada keluarga atau kerabat.

Ir. Hj Syafrida Rais kejelasan informasi dan kualitas layanan juga dinilai melalui survei kepuasan, testimoni jamaah, serta peran alumni yang telah berangkat. Pengalaman jamaah sebelumnya dijadikan sumber masukan bagi calon jamaah baru, baik melalui survei daring, testimoni tertulis, maupun video. Penilaian kepuasan difokuskan pada kesesuaian layanan dengan program dan brosur yang ditawarkan, seperti ketepatan jadwal, kualitas hotel, dan pelayanan pendamping. Keluhan jamaah dipandang sebagai bagian dari evaluasi yang sah dan ditangani secara transparan, bahkan dapat diikuti dengan kompensasi bila ditemukan ketidaksesuaian layanan. Pendekatan ini digunakan untuk menjaga standar pelayanan sekaligus meningkatkan transparansi sejak tahap awal.

Dalam upaya menilai kejelasan dan efektivitas bimbingan manasik serta pendampingan di Tanah Suci, banyak travel umroh mengumpulkan umpan balik jamaah setelah kepulangan melalui kuesioner atau wawancara langsung. Metode ini bertujuan untuk mengetahui persepsi jamaah terhadap kualitas informasi yang mereka terima, termasuk aspek ritual, logistik, dan pelayanan selama di Madinah dan Mekkah. Analisis respons jamaah kemudian digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam bimbingan yang diberikan, serta menjadi dasar bagi manajemen untuk melakukan peningkatan layanan di masa mendatang agar lebih sesuai dengan kebutuhan jamaah. Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan jamaah sangat

dipengaruhi oleh kualitas layanan keseluruhan yang dirasakan, termasuk aspek bimbingan spiritual dan informasi yang jelas sejak awal layanan (Jamilatunniswa et al., 2024).

Selain kuesioner, pendekatan wawancara dan observasi juga digunakan sebagai alat evaluasi untuk memahami pengalaman jamaah secara komprehensif setelah mereka kembali. Umpan balik ini mencakup penilaian terhadap bimbingan manasik, respons pendamping terhadap kendala, serta pengalaman keseluruhan di Tanah Suci. Hasil studi literatur menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi termasuk akomodasi, transportasi, dan pembinaan ibadah secara signifikan berkontribusi pada tingkat kepuasan jamaah, yang pada gilirannya mendorong loyalitas dan rekomendasi kepada calon jamaah lain. Dengan demikian, evaluasi umpan balik pasca-ibadah menjadi instrumen penting dalam strategi peningkatan kualitas layanan umroh secara terus-menerus (Jamilatunniswa et al., 2024).

Devi Azmayanti STP, pengumpulan umpan balik pasca-keputusan jamaah lebih banyak dilakukan melalui interaksi langsung dan dokumentasi video, bukan melalui kuesioner tertulis. Tim manajemen secara aktif menyambut jamaah di bandara dan memanfaatkan momen

tersebut untuk berdialog, menggali pengalaman ibadah, menanyakan tingkat kepuasan, serta menerima kritik dan saran terkait bimbingan manasik, pendampingan tour leader, dan muthawif di Tanah Suci. Masukan tersebut direkam dalam bentuk video testimoni yang kemudian digunakan sebagai bahan evaluasi internal sekaligus disebarluaskan melalui media sosial. Pendekatan ini dinilai efektif untuk menangkap kesan autentik jamaah dan menunjukkan bahwa kualitas pembinaan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan mereka secara menyeluruh.

Ivandi Darma Putra, SE dan Ibu Ir.Hj. Syafrida Rais menjelaskan bahwa umpan balik jamaah tidak hanya dipahami sebagai evaluasi layanan, tetapi juga sebagai sarana keberlanjutan dan pengembangan program. Jamaah yang merasa puas didorong untuk menyampaikan pengalamannya kepada orang lain, bahkan diberi kesempatan berperan sebagai marketing tetap atau freelance, sehingga pengalaman langsung mereka menjadi bentuk umpan balik yang berdampak pada penambahan jamaah baru. Di sisi lain, evaluasi juga dilakukan melalui testimoni, wawancara, dan kuesioner untuk menilai efektivitas bimbingan serta program perjalanan. Hasil evaluasi tersebut digunakan untuk melakukan penyesuaian strategi, seperti perubahan rute perjalanan agar jamaah khususnya yang berusia lanjut tidak mudah lelah. Penyesuaian ini menunjukkan bahwa kualitas pembinaan dan pendampingan sangat memengaruhi kenyamanan ibadah dan berkontribusi besar terhadap tingkat kepuasan jamaah secara keseluruhan.

Indikator utama dalam mengukur kepuasan pelanggan umumnya mencakup dimensi kualitas layanan seperti *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik) yang menggambarkan persepsi jamaah terhadap layanan yang mereka terima. Penggunaan instrumen seperti kuesioner berdasarkan model *Servqual* memungkinkan travel menilai gap antara harapan dan pengalaman jamaah secara kuantitatif. Data ini membantu memahami aspek mana yang telah memenuhi atau melampaui harapan jamaah serta mana yang perlu diperbaiki pada layanan pembinaan dan pendampingan. Dengan demikian, indikator kualitas layanan menjadi tolok ukur penting dalam mengevaluasi kepuasan jamaah secara menyeluruh (Farhani, 2013)

Setelah mengumpulkan data kepuasan jamaah melalui survei dan indikator kualitas layanan, hasil evaluasi biasanya dianalisis untuk mengidentifikasi kesenjangan layanan dan prioritas perbaikan. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk merumuskan strategi peningkatan transparansi informasi, penyempurnaan materi manasik, peningkatan kompetensi pendamping, serta penyesuaian pendekatan komunikasi pemasaran di periode rekrutmen selanjutnya. Perbaikan berkelanjutan berdasar hasil evaluasi memungkinkan travel

meningkatkan kualitas layanan secara sistematis, sehingga dapat meningkatkan loyalitas jamaah serta peluang rekomendasi positif di masa mendatang (Dale, 2015).

Devi Azmayanti STP, indikator utama kepuasan pelanggan dilihat dari loyalitas jamaah, yaitu adanya jamaah yang berulang kali berangkat menggunakan Ikhwanul Ikhlas Wisata dan bahkan mengajak pasangan, anak, serta keluarga besarnya. Fenomena tersebut dipahami sebagai bukti nyata kepuasan terhadap pelayanan. Hasil evaluasi kepuasan ditindaklanjuti dengan mengajak jamaah yang puas untuk menjadi bagian dari tim syi'ar, baik dengan membagikan pengalaman, testimoni, maupun materi promosi di media sosial. Selain itu, kritik dan masukan jamaah terutama terkait kinerja tour leader dan pola pelayanan diterima secara terbuka dan dijadikan bahan perbaikan pada keberangkatan berikutnya, termasuk dalam pola pembinaan, manasik, dan komunikasi kepada jamaah.

Ivandi Darma Putra, SE, kepuasan pelanggan diukur dari kesediaan jamaah untuk merekomendasikan Ikhwanul Ikhlas Wisata kepada orang lain, khususnya ketika mereka kembali mendaftarkan saudara atau kerabatnya. Indikator ini dianggap paling relevan karena jamaah sendiri yang merasakan langsung kualitas layanan. Dalam tindak lanjut evaluasi, manajemen dan tour leader selalu diingatkan untuk bersikap seolah-olah setiap keberangkatan adalah yang pertama, agar tetap waspada dan tidak merasa terlalu percaya diri karena pengalaman sebelumnya. Pendekatan ini digunakan sebagai strategi perbaikan berkelanjutan agar kualitas pelayanan, pendampingan, dan pembinaan tetap optimal di setiap periode keberangkatan.

Ir Hj. Syafrida Rais bahwa kepuasan pelanggan tidak memiliki standar tunggal karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman personal masing-masing jamaah, meskipun program secara umum berjalan sesuai rencana. Penilaian kepuasan perlu dibedakan antara keberhasilan program secara teknis dan kepuasan subjektif jamaah dalam menerima pelayanan. Evaluasi kepuasan kemudian diintegrasikan ke dalam perbaikan program melalui penyesuaian rute perjalanan, kepatuhan terhadap regulasi Arab Saudi, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia, khususnya mutawwif. Pengalaman dan jam terbang mutawwif dipandang sebagai faktor penting dalam menjaga kelancaran program dan mengelola situasi tak terduga, sehingga hasil evaluasi kepuasan jamaah dapat diterjemahkan menjadi perbaikan nyata dalam strategi rekrutmen dan pola pembinaan ke depan.

5. KESIMPULAN

Indikator Kepuasan Pelanggan Kepuasan jamaah di Ikhwanul Ikhlas Wisata secara umum diukur melalui indikator perilaku jamaah setelah kepulangan, terutama keberangkatan

ulang dan kesediaan jamaah merekomendasikan atau mengajak keluarga serta kerabat untuk kembali berumroh melalui travel yang sama. Fenomena jamaah yang berulang kali berangkat, bahkan membawa pasangan dan keluarga besar, menjadi indikator nyata bahwa pelayanan, pembinaan, dan pelaksanaan program dinilai memuaskan. Selain itu, testimoni jamaah, baik secara lisan, video, maupun pengalaman langsung selama perjalanan, turut menjadi tolok ukur keberhasilan layanan. Meskipun kepuasan bersifat subjektif dan berbeda pada setiap individu, keberhasilan program secara umum tetap dapat diukur dari terlaksananya ibadah sesuai program, kelancaran perjalanan, dan minimnya keluhan serius dari jamaah.

Hasil evaluasi kepuasan jamaah ditindaklanjuti melalui berbagai cara, seperti menampung kritik dan saran secara langsung setelah kepulangan, komunikasi berkelanjutan melalui grup jamaah, serta pemanfaatan jamaah alumni sebagai bagian dari syiar dan penyebaran informasi. Masukan jamaah digunakan sebagai bahan refleksi manajemen untuk memperbaiki aspek pelayanan yang dirasa kurang, baik terkait pendampingan tour leader, kualitas pembinaan manasik, maupun teknis pelaksanaan di lapangan. Evaluasi ini juga mendorong manajemen untuk terus bersikap waspada dan tidak merasa puas diri, dengan memandang setiap keberangkatan sebagai pengalaman baru yang memiliki tantangan berbeda, sehingga standar pelayanan tetap dijaga dan ditingkatkan.

Evaluasi kepuasan jamaah kemudian diintegrasikan ke dalam strategi rekrutmen dan pola pembinaan pada periode berikutnya melalui peningkatan transparansi informasi, penguatan peran tour leader dan mutawwif yang berpengalaman, serta penyesuaian program manasik dan perjalanan sesuai kondisi lapangan. Jamaah yang puas dilibatkan secara aktif sebagai perpanjangan informasi dan promosi berbasis pengalaman nyata, yang dinilai lebih efektif dibandingkan promosi formal. Selain itu, pembinaan tetap diarahkan untuk menjaga kesiapan spiritual dan mental jamaah dengan pendekatan yang fleksibel namun bertanggung jawab, terutama dalam menghadapi perubahan kebijakan di Arab Saudi. Dengan demikian, kepuasan jamaah tidak hanya menjadi hasil akhir pelayanan, tetapi juga menjadi dasar perbaikan berkelanjutan dalam manajemen rekrutmen dan pembinaan Ikhwanul Ikhlas Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul K. (2018). *STRATEGI DAN MANAJEMEN TRAVEL HAJI DAN UMROH (Studi*
- Agus, N., Zamzam, N., & Jatmiko, U. (2019). *Persepsi Jamaah Mengenai Fasilitas dan Biaya dalam Memilih Jasa Umroh*. 3(3), 68–75.
- Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umroh Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen).*

- Anesta, K. L., & Kenedi, J. (2023). *MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON JAMA'AH HAJI DAN UMROH PADA PT . TOUR AND* *Pendahuluan*. 3(2).
- Aulia, L. R., Zaman, A. M., Dakwah, P. M., Pamulang, U., Digital, P., & Umrah, P. (2024). *Efektivitas pemasaran digital dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah haqeeem travel*. XII(September), 220–248.
- Cravens, David W. dan Nigel F. Piercy. 2018. *Strategic Marketing Management*. New York: McGraw-Hill, hlm. 1–500.
- Dale, Barrie G. 2015. *Service Quality Management*. Oxford: Blackwell, hlm. 1–400.
- Farhani, A. (2013). *DIMENSION OF SERVICE QUALITY (RATER) ON CONSUMER*
- Goleman, Daniel. 2017. *Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books, hlm. 1–350.
- Griffin, Jill. 2016. *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. San Francisco: Jossey-Bass, hlm. 1–300
- Hamid, N. (2025). *Community-Based Da'wah after Hajj : Social Roles of Pilgrims in a Multicultural Society*. 8(1), 149–168. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v8i1.7423>
- Hanifah, L. (2023). *PADA BTN SYARIAH KCPS GRESIK*. 6(November). Jamaah, K., Di, U., Ramah, P. T., & Klaten, F. (2025). 7(2), 264–277.
- Ibrahim, Ahmad. 2020. *Manajemen Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah*. Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 1–250.
- Jamilatunniswa, E., Setiawan, A. I., & Kurniawan, M. I. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jemaah Umrah*. 3, 57–76..
- Noviyanti, D. (2015). *Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji dan Umroh di Banjarmasin*. 14(28), 19–37.
- Nur, P. T., & Mulia, H. (2020). *PERAN TOUR LEADER DALAM MEMIMPIN ROMBONGAN JAMAAH IBADAH UMRAH :*
- Safitri, N., & Unggul, U. E. (2023). *PENGARUH INFORMATION QUALITY , CUSTOMER EXPERIENCE , DAN RELATIONSHIP QUALITY TERHADAP SUSTAINABLE*. 2(9).
- Saputri, R., & Febrian, A. (2023). *Enhancing umrah pilgrim satisfaction through effective logistic services and inventory management*. 5(2), 145–162. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2023.5.2.15097>
- Sari, A. P., Rahmadian, A., Lasarudin, A., & Yulianto, I. (2025). *Jurnal pariwisata tourista*. 5(1), 13–18. *SATISFACTION*. 2012, 42–53. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v7i1.648>
- Syahira, T. (2024). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Nasabah BSI KCP Kabanjahe*. 2(1), 184–190.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Service Quality dan Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi, hlm. 1–200
- Umroh, P., Kota, D., Arif, M., & Hamzah, Z. (2022). *Analisis Pelayanan Ibadah Umroh Pada Perusahaan Jasa*. 5, 62–71.
- Wandasari, H. P., & Hariani, D. (2025). *Evaluasi Kualitas Pelayanan Terhadap Jamaah Umroh Di Ventour Travel*. 5(7), 981–989.

Wulandari, A., & Efendi, S. (2025). *CUSTOMER-DRIVEN EXCELLENCE STRATEGY : LEVERAGING SERVICE QUALITY , BRAND CREDIBILITY , AND PERCEIVED VALUE IN THE UMRAH TRAVEL INDUSTRY IN DEPOK CITY*. 2(4), 4179–4190.

Zulfikar, I. A. (n.d.). *Urgensi Implementasi SIM dan Pengembangan SDM Biro Umrah dalam Upaya Mengoptimalkan Pelayanan di PT Ar-Rahmah Tour Kendal*. 279–298. <https://doi.org/10.30868/im.v7i01.5877>