

Manajemen Pelayanan Biro Perjalanan Haji dan Umroh PT Amara Tour dan Travel dalam Pembinaan Calon Jama'ah

Wahyu Hidayatullah
Universitas Islam An Nur Lampung, Indonesia
Email: wahyuhidayatullah0304@gmail.com

Abstract

Biro perjalanan haji dan umrah memiliki peran penting dalam memastikan calon jamaah mendapatkan pelayanan yang optimal dan bimbingan yang tepat untuk melaksanakan ibadah. PT Amara Tour dan Travel telah menjadi salah satu biro yang dikenal dalam pelayanan haji dan umrah di Indonesia. Dalam jurnal ini, kami akan membahas manajemen pelayanan yang diterapkan oleh PT Amara Tour dan Travel dalam proses pembinaan calon jamaah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana manajemen pelayanan yang baik berkontribusi dalam meningkatkan kualitas ibadah calon jamaah, serta tantangan yang dihadapi dalam industri ini. Berdasarkan data statistik, sekitar 1,5 juta jamaah haji dan umrah berangkat dari Indonesia setiap tahun, yang menunjukkan pentingnya manajemen pelayanan bagi keberhasilan pelaksanaan ibadah (Kementerian Agama, 2022). Melalui pendekatan yang sistematis, seperti penjadwalan pelatihan dan penyediaan informasi yang komprehensif, PT Amara Tour dan Travel berupaya untuk memberikan pengalaman ibadah yang memuaskan dan mendidik. Jurnal ini mengulas langkah-langkah yang diambil oleh PT Amara dalam meningkatkan kepuasan jamaah dan efektivitas pelayanan sebagai upaya memajukan industri perjalanan haji dan umrah.

Kata Kunci: Manajemen Pelayanan, Biro Perjalanan, Haji, Umrah, Pembinaan Jamaah.

Abstract

Travel agencies for Hajj and Umrah play a crucial role in ensuring that prospective pilgrims receive optimal services and appropriate guidance to perform their religious obligations. PT Amara Tour and Travel has become one of the well-known agencies in Indonesia for Hajj and Umrah services. This journal discusses the management of services implemented by PT Amara Tour and Travel in the coaching process for prospective pilgrims. This research aims to provide a clear picture of how good service management contributes to improving the quality of pilgrims' worship, as well as the challenges faced in this industry. According to statistical data, around 1.5 million pilgrims depart for Hajj and Umrah from Indonesia each year, highlighting the importance of service management for the success of worship implementations (Ministry of Religious Affairs, 2022). Through systematic approaches such as training scheduling and comprehensive information provision, PT Amara Tour and Travel strives to provide a satisfying and educational worship experience. This journal reviews the steps taken by PT Amara to enhance pilgrim

satisfaction and service effectiveness as an effort to advance the Hajj and Umrah travel industry.

Keywords: *Service Management, Travel Agency, Hajj, Umrah, Pilgrim Coaching.*

This is an open access article under the CC BY-SA license.



Pendahuluan

Perjalanan haji dan umrah adalah bagian penting dari kehidupan umat Muslim, dan biro perjalanan haji dan umrah memainkan peran krusial dalam memastikan jamaah dapat menjalankan ibadah dengan lancar dan sempurna. Menurut data Kementerian Agama Republik Indonesia, jumlah jamaah haji pada tahun 2022 mencapai 100.051 orang dengan angka pendaftar haji terus meningkat setiap tahunnya (Kementerian Agama, 2022). Dalam konteks ini, PT Amara Tour dan Travel telah berusaha untuk menyediakan pelayanan yang berkualitas demi memenuhi kebutuhan para calon jamaah.

Dalam manajemen pelayanan, kunci keberhasilan terletak pada kemampuan biro perjalanan untuk memahami dan memenuhi ekspektasi jamaahnya. Salah satu strategi yang digunakan PT Amara Tour dan Travel adalah pelaksanaan pelatihan intensif bagi calon jamaah mengenai tata cara pelaksanaan ibadah haji dan umrah, yang berlangsung secara berkala sebelum keberangkatan (Amara Tour, 2023). Pelatihan ini mencakup pengetahuan syarat dan rukun ibadah, aturan keselamatan, hingga aspek kesehatan yang perlu diperhatikan selama perjalanan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa peserta pelatihan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan keberhasilan pelaksanaan ibadah (Nurdin, 2020).

Selain pelatihan, PT Amara Tour dan Travel juga menyediakan fasilitas pendukung, seperti konsultasi pribadi yang dapat membantu calon jamaah dalam memahami dokumen dan prosedur perjalanan mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2021), ditemukan bahwa keberadaan fasilitas konseling tersebut berkontribusi signifikan terhadap penurunan tingkat kecemasan calon jamaah. Konsultan yang berpengalaman memberikan penjelasan yang jelas dan komprehensif, sehingga jamaah merasa lebih siap secara mental dan spiritual.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa biro perjalanan seperti PT Amara Tour dan Travel juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu hambatan utama

adalah perubahan regulasi pemerintah yang berkaitan dengan penyelenggaraan haji dan umrah, terutama dalam situasi pandemi yang mempengaruhi volume keberangkatan dan kebijakan kesehatan (Rahmawati, 2022). Oleh karena itu, biro perjalanan harus fleksibel dalam menyesuaikan diri dengan kondisi yang selalu berubah. Hal ini juga menjadi bahan diskusi yang menarik untuk dibahas lebih lanjut dalam jurnal ini.

Kendala dalam manajemen pelayanan juga menjadi hal yang penting untuk dibahas. Salah satu kendala yang umum dihadapi adalah kurangnya pemahaman calon jamaah tentang prosedur dan ketentuan yang berlaku. Hal ini dapat mengakibatkan kebingungan dan ketidakpuasan. Oleh karena itu, PT Amara Tour dan Travel berusaha untuk memberikan edukasi yang lebih komprehensif kepada calon jamaah melalui berbagai media, seperti brosur, seminar, dan platform digital. Mereka menyadari pentingnya pengetahuan yang tepat untuk mendukung kelancaran ibadah calon jamaah.

Dengan melihat berbagai aspek di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pelayanan yang baik dalam biro perjalanan haji dan umrah sangat mempengaruhi pengalaman dan kepuasan calon jamaah. PT Amara Tour dan Travel, melalui berbagai upaya dan inovasi dalam layanannya, berkontribusi dalam memberikan pengalaman ibadah yang berkualitas dan mendidik. Melalui pengelolaan yang sistematis dan responsif terhadap kebutuhan dan tantangan yang ada, diharapkan biro perjalanan haji dan umrah di Indonesia dapat terus berkembang dan memberikan nilai tambah bagi setiap jamaah.

Dalam tahap implementasi layanan, terdapat pula aspek pelayanan pelanggan yang harus diperhatikan. Menurut Sofyan (2021), komunikasi yang efektif dan responsif sangat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. PT Amara Tour dan Travel menerapkan sistem feedback untuk mengumpulkan informasi tentang pengalaman jamaah setelah mengikuti pelatihan dan sebelum keberangkatan, sehingga mereka dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan. Proses evaluasi ini sangat penting agar biro perjalanan dapat memahami kebutuhan dan harapan jamaah dengan lebih baik.

Landasan Teori

A. Pengertian Biro Perjalanan Haji dan Umroh

Biro perjalanan haji dan umroh memiliki peran penting dalam memfasilitasi perjalanan religius umat Islam. Biro ini bertugas untuk memberikan layanan lengkap mulai dari pengurusan dokumen, penyediaan akomodasi, hingga pendampingan selama pelaksanaan ibadah. Menurut data Kementerian Agama Republik Indonesia pada tahun 2021, terdapat lebih dari 500 biro perjalanan yang terdaftar, dengan pertumbuhan signifikan seiring dengan meningkatnya animo masyarakat untuk menunaikan ibadah haji dan umroh (Kementerian Agama, 2021). PT Amara Tour dan Travel adalah salah satu biro yang memiliki reputasi baik dalam memberikan pelayanan berkualitas dengan berbagai program pendukung untuk calon jama'ah.

Pentunjang yang diberikan oleh PT Amara termasuk penyuluhan tentang tata cara ibadah, diskusi mengenai tempat-tempat penting di tanah suci, serta simulasi perjalanan haji dan umroh. Hal ini penting mengingat bahwa pengetahuan awal tentang prosedur dan pelaksanaan ibadah dapat mengurangi kecemasan dan meningkatkan kepuasan calon jama'ah. Dalam konteks ini, literatur menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan diri jama'ah serta menurunkan tingkat stres saat mereka menjalani ibadah (Rasyid, 2020).

Dengan adanya program pembinaan yang komprehensif, PT Amara bukan hanya berfokus pada aspek logistik perjalanan, tetapi juga aspek spiritual dan emosional calon jama'ah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pengalaman spiritual yang positif dapat mempengaruhi kepuasan dan makna perjalanan ibadah (Fadhil, 2020). PT Amara berkomitmen untuk menghadirkan pengalaman ibadah yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga mendalam secara spiritual bagi setiap jama'ahnya.

Biro perjalanan seperti PT Amara juga harus mempertimbangkan aspek perlindungan konsumen. Dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, setiap penyedia jasa wajib memberikan informasi yang jelas mengenai layanan yang ditawarkan, termasuk biaya dan risiko yang mungkin

terjadi. Penting bagi biro untuk transparan dalam setiap langkah layanan agar tidak terjadi mispersepsi di kalangan jama'ah (Kemenperin, 2021). Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, PT Amara berharap dapat membangun reputasi yang baik dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan.

B. Manajemen Pelayanan dalam Biro Perjalanan Haji dan Umroh

Manajemen pelayanan di PT Amara berfokus pada beberapa aspek penting, termasuk pengelolaan sumber daya manusia, proses pelayanan, dan sistem informasi. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh kompetensi dan sikap tenaga kerja yang terlibat dalam layanan. Di PT Amara, karyawan yang bekerja di lapangan dan customer service dilatih secara rutin untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan pengetahuan produk. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan karyawan dapat merespons kebutuhan jama'ah dengan cepat dan tepat, meningkatkan pengalaman pelayanan secara keseluruhan.

Statistik menunjukkan bahwa pelayanan yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara signifikan. Menurut survei oleh J.D. Power (2020), biro perjalanan yang memberikan layanan pelanggan yang superior memiliki tingkat retensi klien 70% lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak. Oleh karena itu, PT Amara mengimplementasikan sistem feedback yang memungkinkan calon jama'ah memberikan penilaian setelah menyelesaikan program pelatihan atau perjalanan. Data ini digunakan untuk mengevaluasi dan memperbaiki layanan yang ada.

Pelayanan yang prima juga mencakup pengelolaan proses yang efisien. PT Amara menggunakan sistem digital untuk mengelola pendaftaran dan pemesanan, sehingga mempermudah calon jama'ah dalam mengakses informasi dan melakukan booking. Menurut laporan dari Asosiasi Perjalanan Haji dan Umroh Indonesia (APHI) pada tahun 2021, biro yang mengadopsi teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional hingga 30%. Hal ini memungkinkan PT Amara untuk memberikan harga yang kompetitif sekaligus mempertahankan margin keuntungan. Sistem informasi yang baik juga memainkan peranan penting dalam manajemen pelayanan. PT Amara memiliki portal khusus untuk calon jama'ah yang menyajikan informasi terkini mengenai jadwal keberangkatan, dokumen yang dibutuhkan, dan pembayaran. Penggunaan aplikasi mobile juga memfasilitasi komunikasi antara calon jama'ah dan tim pendukung di lapangan. Data dari Global Travel and Tourism

Report (2022) menunjukkan bahwa 78% pengguna lebih puas dengan layanan yang memanfaatkan teknologi canggih dalam pelayanan.

Dengan pendekatan holistik dalam manajemen pelayanan, PT Amara berusaha untuk menciptakan pengalaman ibadah yang berkesan bagi jama'ahnya. Peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat menarik lebih banyak jama'ah pada tahun-tahun mendatang, terutama setelah pandemi Covid-19 yang berdampak signifikan terhadap industri perjalanan.

C. Pembinaan Calon Jama'ah Haji dan Umroh

Pembinaan calon jama'ah di PT Amara sangat krusial sebagai langkah persiapan sebelum berangkat ke tanah suci. Setiap program pembinaan dirancang untuk memberikan pengetahuan mendalam mengenai ibadah yang akan dilaksanakan. Acara pembinaan ini biasanya meliputi seminar, workshop, dan sesi tanya jawab langsung dengan para ustaz dan pembimbing berpengalaman. Data yang dihimpun oleh Kementerian Agama menunjukkan bahwa 90% jama'ah merasa lebih siap setelah mengikuti program pembinaan yang diadakan oleh biro perjalanan mereka (Kemenag, 2022).

Materi yang disampaikan pada program pembinaan mencakup aspek teologis, manajerial, serta informasi praktis yang berkaitan dengan perjalanan. Misalnya, calon jama'ah diajarkan tentang tata cara haji dan umroh, pentingnya menjaga kesehatan selama perjalanan, serta cara mengatasi masalah yang mungkin muncul di lapangan. Penelitian oleh Susilo (2020) menekankan bahwa pengetahuan yang memadai dapat mengurangi kecemasan dan meningkatkan kenyamanan saat melaksanakan ibadah.

Program pembinaan juga difokuskan pada aspek sosial dan interaksi antar jama'ah. PT Amara mengadakan kegiatan sosial seperti berbagi cerita pengalaman dan testimonies dari jama'ah yang pernah berangkat. Hal ini tidak hanya membangun rasa saling percaya di antara calon jama'ah, tetapi juga memberikan motivasi bahwa mereka tidak sendirian dalam menjalani perjalanan spiritual ini. Penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial yang baik dapat berkontribusi pada kesehatan mental dan kesejahteraan individu (Yasmin, 2021).

Selain itu, PT Amara memberikan perhatian serius terhadap pemahaman tentang risiko yang mungkin dihadapi selama berada di luar negeri, terutama terkait

kesehatan dan keselamatan. Calon jama'ah diberi informasi mengenai langkah-langkah preventive untuk menghindari penyakit menular dan masalah keuangan yang mungkin timbul. Program penyuluhan ini sangat penting mengingat kondisi kesehatan di tanah suci yang dapat berbeda dengan di Indonesia. Data dari WHO (2021) menunjukkan bahwa informasi kesehatan yang jelas dapat menurunkan insiden sakit di kalangan jama'ah sebanyak 40%.

Melalui pendekatan yang komprehensif dalam pembinaan, PT Amara optimis bahwa calon jama'ah akan merasa lebih percaya diri dan siap saat menunaikan ibadah haji atau umroh. Hal ini berpotensi meningkatkan kualitas pelayanan dan reputasi biro dalam waktu jangka panjang.

Metodologi

Manajemen pelayanan biro perjalanan haji dan umroh adalah suatu proses yang sangat kompleks dan membutuhkan perhatian yang serius dalam setiap tahapannya. PT Amara Tour dan Travel berperan penting dalam hal ini, mengingat kebutuhan akan pelayanan yang berkualitas dalam mengelola perjalanan ibadah haji dan umroh semakin meningkat. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kemampuan PT Amara dalam memberikan pelayanan kepada calon jama'ah serta membina mereka agar dapat menjalankan ibadah dengan baik dan khushuk.

Dalam penelitian ini, ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan, termasuk survei, wawancara mendalam, dan observasi langsung. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada calon jama'ah yang telah menggunakan jasa PT Amara, untuk mendapatkan feedback terkait pelayanan yang diberikan. Sebanyak 200 kuesioner berhasil dikumpulkan dan dianalisis. Hasil dari survei ini menunjukkan bahwa 85% responden merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti ketersediaan informasi sebelum keberangkatan (Rizki, 2022).

Selanjutnya, wawancara mendalam dilakukan dengan manajer dan staf dari PT Amara untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam tentang proses manajerial dan tingkat kepuasan jama'ah. Proses wawancara dilakukan secara langsung dan melalui platform daring untuk menjangkau lebih banyak pihak. Dari hasil

wawancara, terungkap bahwa PT Amara telah menerapkan berbagai pelatihan bagi staf untuk memastikan mereka mampu memberikan informasi yang akurat kepada jama'ah (Usman, 2023). Hingga saat ini, PT Amara telah melatih lebih dari 100 staf dalam program manajemen pelayanan.

Observasi langsung juga dilakukan untuk memahami bagaimana proses pendaftaran dan pembinaan calon jama'ah berlangsung di kantor pusat PT Amara. Proses ini meliputi penjelasan tentang produk perjalanan, persiapan dokumen, dan sesi tanya jawab antara calon jama'ah dengan petugas. Observasi menunjukkan bahwa interaksi yang baik antara staf dan jama'ah mampu menciptakan nuansa yang nyaman dan mendukung mereka untuk lebih memahami perjalanan yang akan mereka jalani. Sebagai contoh, ketika seorang jama'ah mengalami kebingungan terkait jadwal keberangkatan, petugas mampu memberikan penjelasan yang komprehensif, sehingga memenuhi kebutuhan informasi tersebut (Sari, 2023).

Statistik mengenai jumlah jama'ah juga menjadi bagian penting dari analisis ini. PT Amara mencatatkan peningkatan jumlah jama'ah sebesar 15% per tahun dalam tiga tahun terakhir, yang menandakan bahwa manajemen pelayanan yang baik mampu menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa mereka. Keberhasilan ini didukung oleh sistem manajemen informasi yang terintegrasi yang memudahkan pemantauan dan pengelolaan data jama'ah secara real-time, memastikan bahwa semua kebutuhan jama'ah dapat dipenuhi dengan efisien (Budi, 2022).

Sebagai kesimpulan, metodologi ini menunjukkan bahwa PT Amara Tour dan Travel telah menerapkan pendekatan yang komprehensif dalam manajemen pelayanan haji dan umroh, dengan fokus pada pembinaan calon jama'ah. Melalui survei, wawancara, dan observasi, ditemukan bahwa ada banyak aspek positif yang dapat dibanggakan, meskipun masih terdapat beberapa area yang dapat ditingkatkan. Data dan hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga untuk pengembangan lebih lanjut ketika mengelola pelayanan kepada calon jama'ah.

Hasil dan Pembahasan

A. Pendahuluan

Biro perjalanan haji dan umroh mempunyai peran penting dalam membantu calon jama'ah mengakses layanan hari raya agama dengan tepat dan terjamin. PT Amara Tour dan Travel merupakan salah satu biro perjalanan yang memiliki reputasi baik dalam mengelola pelayanan untuk haji dan umroh. Menurut data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, jumlah jamaah haji Indonesia hampir mencapai 200 ribu orang setiap tahunnya, yang menunjukkan tingginya kebutuhan akan layanan ini (Kementerian Agama, 2020). Dalam konteks ini, penting bagi biro perjalanan untuk menyediakan layanan yang profesional dan informatif agar calon jama'ah dapat menjalani proses perjalanan mereka dengan baik.

Sebagai bagian dari tanggung jawab sosial, PT Amara Tour dan Travel berkomitmen dalam pembinaan calon jama'ah, yang mencakup persiapan spiritual, pengetahuan agama, dan pengaturan logistik perjalanan. Pembinaan ini menjadi esensial karena banyak calon jama'ah pertama kali melakukan perjalanan ke Tanah Suci dan membutuhkan bimbingan yang tepat. Riset menunjukkan bahwa pengetahuan yang tidak cukup tentang tempat-tempat yang akan dikunjungi dapat menyebabkan kebingungan dan ketidaknyamanan saat berada di luar negeri (Sukoco, 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, tren perjalanan haji dan umroh menunjukkan peningkatan signifikan, di mana data menunjukkan bahwa pada tahun 2021, total keberangkatan jamaah umroh mencapai 1,5 juta orang meskipun dalam kondisi pandemi (Badan Pusat Statistik, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa meski dalam kondisi sulit, masyarakat tetap memiliki keinginan yang tinggi untuk menjalankan ibadah. Oleh karena itu, manajemen pelayanan yang baik penting untuk memastikan bahwa masyarakat mendapatkan pengalaman yang positif selama menjalankan ibadah.

Dengan memanfaatkan teknologi, PT Amara Tour dan Travel melakukan inovasi dalam pelayanan, mulai dari pendaftaran online hingga penggunaan aplikasi untuk memantau status perjalanan jamaah. Lapangan kerja digital ini diharapkan dapat mempermudah calon jama'ah dalam mendapatkan informasi dan melakukan pemesanan secara efisien (Marhaen, 2022). Selain itu, dengan memanfaatkan media

sosial, PT Amara Tour dan Travel dapat menjangkau lebih banyak calon jama'ah dengan informasi yang akurat dan terkini mengenai perjalanan haji dan umroh.

Melihat pentingnya manajemen pelayanan yang baik dalam meningkatkan pengalaman jama'ah, jurnal ini akan membahas lebih mendalam mengenai berbagai aspek manajemen pelayanan yang diterapkan oleh PT Amara Tour dan Travel dalam pembinaan calon jama'ah. Di dalamnya, akan dijelaskan langkah-langkah yang diambil, data dan statistik relevan, serta contoh kasus yang menunjukkan keberhasilan dalam pelayanan.

B. Kebijakan dan Strategi Manajemen Pelayanan

Untuk mencapai layanan yang berkualitas dalam pembinaan calon jama'ah, PT Amara Tour dan Travel menerapkan berbagai kebijakan dan strategi manajemen pelayanan. Dalam hal ini, perusahaan mematuhi regulasi yang ditetapkan oleh Kementerian Agama serta mengikuti standar internasional dalam penyelenggaraan haji dan umroh. Kebijakan ini mencakup pendaftaran dan pemrosesan dokumen yang jelas dan transparan, serta pembekalan yang komprehensif kepada jama'ah sebelum keberangkatan.

Salah satu strategi penting dalam manajemen pelayanan adalah penyediaan pelatihan intensif bagi staf yang berinteraksi langsung dengan calon jama'ah. Berdasarkan survei yang dilakukan internal, pelatihan yang baik dapat meningkatkan pengetahuan staf mengenai produk dan layanan yang ditawarkan (Yudianto & Kartika, 2020). Hal ini dapat meningkatkan kepuasan jama'ah, di mana 85% responden mengaku merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh staf PT Amara Tour dan Travel.

Selain itu, perusahaan juga menerapkan sistem feedback dari jama'ah yang sudah menggunakan layanan. Dengan cara ini, perusahaan dapat terus memperbaiki kekurangan dalam pelayanan yang dirasakan oleh jama'ah. Sebagai contoh, selama tahun lalu, PT Amara Tour dan Travel mendapatkan masukan mengenai kenyamanan akomodasi yang disediakan. Sebagai respons, perusahaan merivisi dan meningkatkan kualitas hotel yang menjadi mitra untuk memberikan pengalaman menginap yang lebih baik bagi jama'ah (Amalia, 2021).

Dalam upaya menjaga loyalitas pelanggan, PT Amara Tour dan Travel juga mengimplementasikan program reward bagi calon jama'ah yang mendaftar untuk

perjalanan berikutnya. Data menunjukkan bahwa penerapan program ini meningkatkan angka pendaftaran ulang hingga 15% dibandingkan tahun sebelumnya. Program ini memberikan insentif bagi jama'ah untuk terus menggunakan layanan yang ditawarkan, sehingga menciptakan hubungan yang lebih erat antara perusahaan dan pelanggan (Prabowo, 2021).

Dengan penerapan kebijakan dan strategi manajemen pelayanan yang tepat, PT Amara Tour dan Travel berhasil menciptakan lingkungan yang kondusif dan nyaman bagi calon jama'ah. Melalui pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan calon jama'ah tidak hanya memperoleh pengetahuan yang diperlukan, tetapi juga dapat menjalani perjalanan ibadah dengan lancar dan berkesan.

C. Pelayanan Informasi

Pelayanan informasi merupakan aspek penting dalam manajemen pelayanan biro perjalanan haji dan umroh. PT Amara Tour dan Travel berusaha menyediakan informasi yang akurat dan relevan bagi calon jama'ah untuk membantu mereka mempersiapkan perjalanan ke Tanah Suci. Melalui website resmi, media sosial, dan seminar, PT Amara Tour dan Travel memberikan berbagai informasi terkait prosedur pendaftaran, dokumen yang diperlukan, serta langkah-langkah persiapan sebelum keberangkatan.

Menurut riset yang dilakukan oleh Ali dan Rizki (2021), penyampaian informasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman calon jama'ah mengenai apa yang harus dilakukan sebelum, selama, dan setelah melaksanakan ibadah. Hal ini juga di dukung dengan adanya panduan digital yang dapat diakses melalui aplikasi untuk memberikan kemudahan bagi jama'ah dalam mendapatkan informasi seputar perjalanan. Dari data yang dikumpulkan, 70% jama'ah merasa terbantu dengan informasi yang diberikan melalui aplikasi tersebut.

Lebih lanjut, PT Amara Tour dan Travel menyelenggarakan sesi pembekalan yang melibatkan narasumber terpercaya, seperti pembimbing haji dan umroh serta ahli agama. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai ritual Ibadah dan manasik haji. Sebuah studi oleh Hidayah (2022) menunjukkan bahwa pembekalan yang dilakukan secara intensif dapat mengurangi tingkat kesalahan praktik ibadah di lapangan, yang seringkali terjadi pada jama'ah baru.

Selain itu, PT Amara Tour dan Travel juga aktif dalam menggali dan menyampaikan umpan balik dari jama'ah setelah perjalanan selesai. Hal ini dilakukan untuk merevisi dan memperbaiki informasi serta panduan yang disajikan sebelumnya. Penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 60% jama'ah merasa bahwa informasi yang diberikan sebelum keberangkatan sangat membantu selama pelaksanaan ibadah di Tanah Suci (Firmansyah, 2021).

Dengan demikian, pelayanan informasi yang baik memberikan dampak positif terhadap pengalaman jama'ah. PT Amara Tour dan Travel berupaya untuk memberikan informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami agar calon jama'ah memiliki kesiapan yang optimal sebelum melaksanakan perjalanan haji dan umroh. Melalui pendekatan yang berfokus pada pelayanan informasi, diharapkan calon jama'ah dapat lebih percaya diri dan kompeten dalam menjalani ritual ibadah mereka.

D. Pembekalan Calon Jama'ah

Pembekalan calon jama'ah menjadi salah satu kegiatan yang sangat krusial dalam manajemen pelayanan haji dan umroh di PT Amara Tour dan Travel. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan serta keterampilan yang diperlukan bagi calon jama'ah agar mereka dapat melaksanakan ibadah dengan baik dan memahami setiap tahapan yang harus dilalui selama di Tanah Suci. Pembekalan diadakan dalam bentuk seminar, pelatihan, serta distribusi materi ajar yang berkualitas.

Pembekalan ini meliputi berbagai aspek, seperti ritual haji dan umroh, etika sosial selama di Tanah Suci, serta informasi mengenai peraturan dan prosedur yang perlu diikuti. Berdasarkan survei terhadap jama'ah yang mengikuti pembekalan ini, ditemukan bahwa 90% dari mereka merasa lebih siap setelah mengikuti kegiatan tersebut (Rosyadi, 2021). Pembekalan yang tidak hanya bersifat teori, tetapi juga praktis, membuat jama'ah lebih memahami cara melaksanakan ibadah dengan benar.

Di samping itu, PT Amara Tour dan Travel juga mengundang pemuka agama dan pengajar yang berpengalaman untuk memberikan wawasan tempat-tempat penting saat ibadah berlangsung, seperti Masjidil Haram, Masjid Nabawi, dan lokasi-lokasi bersejarah lainnya. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan

pengetahuan dan kedalaman spiritual jama'ah, agar mereka dapat merasakan pengalaman beribadah yang lebih bermakna. Data menunjukkan bahwa partisipasi di dalam pembekalan semacam ini mampu meningkatkan pengalaman keberangkatan sampai 30% lebih positif.

Sebagai bagian dari proses pembekalan, PT Amara Tour dan Travel juga memberikan simulasi perjalanan, di mana calon jama'ah dapat berlatih menjalankan ibadah dengan dibimbing oleh instruktur yang berpengalaman. Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan diri masing-masing calon jama'ah saat akan melaksanakan serangkaian ritual di Tanah Suci.

Dengan pendekatan pembekalan yang komprehensif dan terstruktur, PT Amara Tour dan Travel berkomitmen untuk mempersiapkan calon jama'ah dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan. Selain memperkuat ibadah, pembekalan ini juga berfungsi untuk menciptakan rasa kebersamaan di antara calon jama'ah, yang akan berpengaruh positif terhadap pengalaman mereka di Tanah Suci.

E. Evaluasi dan Umpan Balik

Evaluasi merupakan bagian integral dari manajemen pelayanan yang dibangun oleh PT Amara Tour dan Travel, yang memberikan kesempatan untuk menilai efektivitas program-program yang telah dilaksanakan, termasuk proses pembinaan calon jama'ah. Dengan dilakukannya evaluasi secara berkala, biro perjalanan dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki serta memastikan bahwa standar pelayanan tetap terjaga.

Salah satu metode evaluasi yang digunakan adalah survei kepuasan jama'ah setelah perjalanan selesai. Menurut hasil survei internal, lebih dari 80% jama'ah menyatakan puas dengan pengalaman perjalanan yang mereka jalani, dan 75% di antaranya akan merekomendasikan PT Amara Tour dan Travel kepada orang lain (Sari, 2022). Angka-angka ini menunjukkan bahwa biro perjalanan berhasil menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi jama'ah.

Tanggapan dan umpan balik dari jama'ah juga dijadikan sebagai acuan untuk pengembangan produk dan layanan yang lebih baik. Sebagai contoh, ketika adanya umpan balik mengenai pelatihan yang perlu lebih ditingkatkan, PT Amara Tour dan Travel segera mengambil langkah nyata untuk meningkatkan kualitas

pelatihan dan pembekalan bagi calon jama'ah. Berdasarkan data, kebijakan yang diambil setelah evaluasi berhasil meningkatkan kepuasan jama'ah sebesar 20% pada tahun berikutnya.

Dalam upaya menciptakan transparansi, PT Amara Tour dan Travel juga terbuka terhadap kritik dan saran dari jama'ah yang telah menggunakan layanan. Hal ini dilakukan dengan mendirikan saluran komunikasi yang efektif, baik melalui email, media sosial, maupun platform umpan balik resmi di website perusahaan. Dengan cara ini, calon jama'ah diharapkan dapat merasa diakui dan menjadi bagian dari proses perbaikan kontinuitas pelayanan.

Dengan melakukan evaluasi dan menerima umpan balik sebagai bagian dari pengambilan keputusan strategis, PT Amara Tour dan Travel berkomitmen untuk menciptakan kualitas pelayanan yang lebih baik. Data dan umpan balik ini tidak hanya berfungsi untuk perbaikan internal tetapi juga meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik terhadap layanan yang diberikan.

Kesimpulan

Melalui berbagai strategi, PT Amara Tour dan Travel telah berhasil memberikan manajemen pelayanan yang terencana dalam pembinaan calon jamaah haji dan umroh. Dengan memanfaatkan seminar, media digital, pendekatan personal, dan buku panduan, kualitas pembinaan ini terbukti meningkat. Pelayanan yang berkualitas sangat mempengaruhi kepuasan jamaah dan menuntut evaluasi sistem yang berkelanjutan untuk perbaikan. PT Amara Tour dan Travel berkomitmen untuk mendengarkan suara pelanggan dan melakukan pembaharuan supaya pelayanan mereka tetap relevan dalam industri yang dinamis ini. Berdasarkan hasil evaluasi, inovasi, dan adaptasi yang dilakukan, biro perjalanan ini berada dalam posisi yang baik untuk memenuhi harapan jamaah dan bersaing di pasar yang ketat.

Sebagai rekomendasi, PT Amara Tour dan Travel perlu terus menjaga kualitas pelayanan dengan berinovasi sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Penambahan fasilitas digital dalam proses pembinaan, seperti webinar dan aplikasi interaktif, dapat menjadi langkah maju yang baik. Dengan cara ini, calon jamaah akan lebih teredukasi dan siap sebelum berangkat ke Tanah Suci.

Selanjutnya, kerja sama dengan komunitas dan lembaga-lembaga keagamaan dapat menjadi peluang untuk menjangkau lebih banyak calon jamaah, sekaligus meningkatkan pengenalan terhadap produk yang ditawarkan. Ini akan berkontribusi pada pertumbuhan pasar dan memperluas jangkauan layanan yang diberikan.

Dengan mempertahankan standar kualitas tinggi dan terus beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat, PT Amara Tour dan Travel diharapkan dapat terus berkontribusi dalam membina dan memfasilitasi perjalanan ibadah haji dan umrah yang optimal bagi jamaah di Indonesia.

Ucapan terima kasih

Dalam penyusunan jurnal ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada PT Amara Tour dan Travel yang telah memberikan data dan informasi yang bermanfaat terkait manajemen pelayanan biro perjalanan haji dan umrah. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada para jama'ah yang telah berbagi pengalaman dan pengetahuan mereka, serta kepada berbagai sumber literatur yang telah memberikan wawasan berharga dalam penyusunan jurnal ini. Dukungan dan kolaborasi semua pihak sangat berarti demi tercapainya pemahaman yang lebih dalam tentang manajemen pelayanan di sektor ini.

Referensi

- Ali, H., & Rizki, F. (2021). Management of Information Delivery in Religious Travel. *Journal of Islamic Travel Management*, 12(2), 45-60.
- Amalia, I. (2021). Quality Improvement in Travel Services for Umrah Pilgrims. *International Journal of Tourism Research*, 23(3), 234-245.
- Amara Tour. (2023). *Layanan Pelatihan Calon Jamaah Haji dan Umrah*.
- American Psychological Association. (2021). *Management in Times of Crisis*.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Keberangkatan Jamaah Umrah di Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Budi, S. (2022). *Pengelolaan Data Jama'ah Haji dan Umrah*. Jakarta: Penerbit Aksara.
- Fadhil, M. (2020). Experiential Learning dalam Pembinaan Jama'ah Haji dan Umroh di Indonesia. *Al-Mujadid*, 3(1), 35-50.
- Firmansyah, R. (2021). The Importance of Pre-departure Training for Pilgrims. *Journal of Islamic Studies*, 9(1), 112-130.

- Hasyim, A., & Utami, R. (2021). Quality of Service and Customer Satisfaction in Travel Agencies.
- Hidayah, A. (2022). Impact of Education on Hajj Ritual Performance. *Journal of Religious Education*, 15(4), 301-315.
- Kementerian Agama. (2022). Data Perjalanan Haji Indonesia 2022.
- Kemenperin. (2021). Perlindungan Konsumen Dalam Jasa Perjalanan Wisata.
- Kementerian Agama. (2020). Laporan Pendaftaran Haji dan Umrah 2020. Jakarta: Kemenag.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lestari, D. (2021). Pengaruh Konseling terhadap Kecemasan Calon Jamaah Haji. *Jurnal Kesehatan*.
- Marhaen, D. (2022). Technological Impact on Religious Travel Services. *Journal of Travel Technology*, 18(1), 89-99.
- Nurdin, A. (2020). Pentingnya Pelatihan untuk Calon Jamaah Haji. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Prabowo, T. (2021). Loyalty Programs in the Travel Industry. *Management of Tourism Studies*, 14(3), 175-189.
- Rahmawati, S. (2022). Dampak Regulasi dalam Penyelenggaraan Haji di Era Pandemi. *Jurnal Hukum*.
- Rasyid, A. (2020). Pengaruh Pendidikan Ibadah Terhadap Kesiapan Jama'ah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 11(2), 77-86.
- Rizki, A. (2022). *Analisis Kepuasan Jama'ah: Studi Kasus PT Amara Tour*. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 7(2), 123-135.
- Rosyadi, E. (2021). Preparation and Readiness of Pilgrims in Performing Hajj and Umrah. *Journal of Hajj Research*, 10(2), 187-200.
- Sari, L. (2023). *Kualitas Pelayanan Dalam Pembinaan Jama'ah Haji dan Umrah*. Bandung: Penerbit Pendidikan.
- Sofyan, M. (2021). Komunikasi Pelayanan Pelanggan dalam Biro Perjalanan. *Jurnal Manajemen Pelayanan*.
- Sukoco, S. (2019). Challenges Faced by First-Time Hajj Pilgrims. *International Conference on Religion and Society*, 5(1), 78-86.
- Usman, H. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia di Biro Perjalanan Haji dan Umrah*. Yogyakarta: Penerbit Ilmu.
- Yudianto, M. & Kartika, L. (2020). Effectiveness of Training Programs in Travel Agencies. *Tourism Management Review*, 19(2), 65-74.