

EFEKTIVITAS DIGITALISASI PELAYANAN PADA HIMPUNAN PENYELENGGARA UMRAH DAN HAJI (HIMPUGH) DALAM MENINGKATKAN LAYANAN HAJI

Abdul Hafiz ¹, Leli Romdaniah ², Mohamad Rizal Ramadhoni ³

¹UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

²UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

*Email : abdul.hafiz@uinjkt.ac., idrizal.ramadhoni18@mhs.uinjkt.ac.id

ABSTRAK

Kemajuan dan kecanggihan dari teknologi informasi seperti sekarang ini memang sudah tidak dapat dihindari. Pelayanan dalam pelaksanaan penyelenggaraan haji dan umrah pun tidak terlepas dari peran dari kecanggihan teknologi informasi ini. Dewasa ini untuk bisa menciptakan pelayanan yang efektif dan efisien salah satunya adalah bisa dilakukan dengan pemanfaatan teknologi informasi yaitu dengan menerapkan digitalisasi pada pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas digitalisasi pelayanan di HIMPUGH sudah baik dan berjalan dengan efektif, hal tersebut dapat dilihat dari 3 indikator yaitu pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi yang ketiganya telah berjalan dengan baik sehingga dalam pelaksanaannya dapat dikatakan efektif. Faktor pendukung dalam pelaksanaan dari digitalisasi pelayanan di HIMPUGH diantaranya adalah fasilitas teknologi, sumber daya manusia serta revolusi industry 4.0 dan keadaan pandemi covid-19. Namun, ada juga faktor penghambatnya diantaranya adalah pengetahuan yang minim dan keadaan anggota yang masih belum sadar untuk memaksimalkan fasilitas teknologi yang ada dan jaringan internet.

Kata Kunci : Efektivitas; Digitalisasi; Pelayanan

ABSTRACT

The progress and sophistication of information technology as it is today is unavoidable. Services in the implementation of Hajj and Umrah are inseparable from the role of this sophistication of information technology. Today, to be able to create effective and efficient services, one of which can be done by utilizing information technology, namely by applying digitization to

tujuan untuk memberikan pembinaan, pelayanan, serta perlindungan kepada Jemaah Haji dan Jemaah Umrah, sehingga dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan ketentuan syariat dan mewujudkan kemandirian dan ketahanan dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah.”

Pada pelaksanaannya, akibat dari jumlah jemaah haji Indonesia yang sangat banyak serta pelaksanaan dari penyelenggaraannya yang sangat kompleks dan melibatkan berbagai lembaga ataupun instansi terkait, oleh karena itu pelaksanaan dari penyelenggaraan ibadah umrah dan haji ini memerlukan penyelenggaraan manajemen dan sistem pelayanan yang baik. Maka oleh karena itu juga penyelenggaraan ibadah haji dan umrah tidak hanya dilaksanakan oleh pemerintah, akan tetapi penyelenggaraan ibadah haji dan umrah tersebut juga melibatkan unsur-unsur terkait baik masyarakat, lembaga maupun instansi terkait. Dalam implementasinya pemerintah memberi peluang bagi masyarakat Indonesia supaya turut berperan dan berpartisipasi pada penyelenggaraan ibadah umrah dan haji, yakni dengan mendirikan biro jasa perjalanan haji dan umrah untuk memberikan pelayanan untuk para jemaah umrah dan haji khusus. Biro perjalanan haji dan umrah inilah yang disebut dengan istilah Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) serta Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK).

Para Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) serta Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) ini harus mempunyai izin operasional dari Kementerian Agama, tidak hanya itu para PIHK juga diharuskan bergabung dengan salah satu asosiasi penyelenggara haji dan umrah yang ada.

Asosiasi penyelenggara haji dan umrah ini bertugas untuk memberikan pelayanan dan pembinaan kepada para PPIU dan PIHK. Diharapkan dengan adanya asosiasi penyelenggara umrah dan haji ini dapat membantu tugas Kementerian Agama dalam pelaksanaan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah serta dapat dijadikan sebagai media informasi dan komunikasi antara anggota atau pihak PPIU dan PIHK melalui berbagai pihak terkait lainnya baik dengan pemerintah, mitra kerja atau berbagai pihak lainnya yang bersangkutan serta dengan masyarakat.

Suatu organisasi atau perusahaan tentunya sangat memerlukan kualitas pelayanan yang baik untuk dapat menciptakan pelayanan yang efisien dan efektif kepada konsumen atau para pelanggannya. Dewasa ini supaya mampu memberi pelayanan yang efektif sekaligus efisien salah satunya yakni bisa dilakukan dengan pemanfaatan teknologi informasi yaitu dengan menerapkan digitalisasi pada pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggannya.

Kemajuan dan kecanggihan dari teknologi informasi seperti sekarang ini memang sudah tidak dapat dihindari. Pelayanan dalam pelaksanaan penyelenggaraan haji dan umrah pun tidak terlepas dari peran dari kecanggihan teknologi informasi ini., adanya kemajuan pada bidang teknologi informasi ini dapat membuat pelayanan suatu lembaga kepada pelanggannya menjadi lebih cepat dan smart yang langsung dapat diakses dan dirasakan oleh para pelanggan, tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga di seluruh dunia . Karena pada era globalisasi dan perkembangan teknologi saat ini persaingan di dunia industri akan semakin lebih ketat, sehingga pada seluruh sektor termasuk organisasi yang bergerak dibidang jasa harus selalu memperbaiki mutu produk dan layanannya agar para pelanggan mampu merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang sudah diberikan. Oleh karena itu suatu organisasi atau perusahaan yang berfokus kepada bidang peningkatan mutu dan pelayanan kepada pelanggan harus terus membangun serta memperbaiki sistem pelayanan yang mereka jalankan.

Dengan kemajuan dan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin canggih serta berkembang dengan pesat, maka Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji (HIMPUH) sebagai asosiasi yang bertugas membina, mengawasi serta memberdayakan para penyelenggara perjalanan ibadah umrah (PPIU) dan para penyelenggara ibadah haji khusus (PIHK) anggotanya sudah seharusnya memperhatikan keefektifan dan keefisienan untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan cara menciptakan inovasi baru dalam memberikan pelayanan yang berbasis digital atau elektronik kepada para penyelenggara perjalanan ibadah umrah dan penyelenggara ibadah haji khusus anggota HIMPUH.

Saat ini HIMPUH telah memiliki anggota sebanyak 295 Anggota . Yang dengan anggota sebanyak ini, HIMPUH dituntut untuk tetap menjaga kepercayaan anggota untuk memenuhi kebutuhan mereka serta diharapkan untuk dapat meningkatkan kepuasan anggota atas pelayanan yang mereka berikan. Apabila asosiasi-asosiasi penyelenggara haji dan umrah ini telah memiliki kualitas pelayanan dan mampu melakukan pembinaan dan pemberdayaan kepada anggota dengan baik, efektif dan efisien, maka diharapkan kedepannya para PPIU dan PIHK anggota HIMPUH ini mampu melayani jemaahnya dengan baik.

HIMPUH sendiri telah banyak melakukan digitalisasi pada sistem pelayanan yang mereka berikan kepada PPIU dan PIHK anggotanya, dimulai dari registrasi pendaftaran anggota yang sudah menggunakan sistem online, hingga pembinaan dan pemberdayaan dalam bentuk pelatihan-pelatihan online

dan webinar-webinar untuk para anggotanya, bahkan distribusi informasi melalui media sosial seperti email, Whatsapp, Instagram Twitter, Facebook, Instagram.

Pelayanan digital yang HIMPUGH berikan kepada anggotanya ini harus memperhatikan tujuan dari pelayanan itu sendiri agar para anggota HIMPUGH tidak merasa kecewa. Maka dari itu HIMPUGH selaku organisasi harus memberikan pelayanan efektif dan efisien. Digitalisasi pelayanan saat ini merupakan hal yang harus diterapkan supaya pelayanan yang diberikan tersebut akan dapat menjadi semakin efektif dan efisien.

Efektivitas merupakan suatu pencapaian yang ingin diraih oleh setiap lembaga ataupun instansi baik swasta maupun pemerintahan agar dapat memuaskan pelanggan atau masyarakat yang dilayani. Suatu organisasi dapat dikatakan telah efektif adalah apabila organisasi tersebut telah memiliki proyeksi dan orientasi dalam menerapkan seluruh kegiatan kerja yang ditetapkan sesuai dengan tujuan dan standar pelayanan. Suatu pelayanan dapat dianggap efektif apabila para pelanggan memperoleh kemudahan dari pelayanan tersebut dengan cara yang cepat, praktis, singkat, tepat, serta memuaskan. Keberhasilan dalam meningkatkan suatu efektivitas pelayanan dipengaruhi oleh digitalisasi serta pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Efektivitas

Secara etimologi kata efektivitas adalah berasal dari bahasa Inggris yakni *effective*. Kemudian diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi efektif dan dapat berubah menjadi kata efektivitas. Efektivitas organisasi merupakan kemampuan dari suatu organisasi dalam proses pengoptimalan sumber daya yang dimilikinya secara efektif sekaligus efisien dalam rangka mencapai berbagai tujuan organisasi¹.

Richard M. Strees mengemukakan bahwa efektivitas dinilai dari sejauh mana suatu organisasi dapat berhasil melakukan seluruh tugas pokoknya dan mencapai semua tujuan serta sasaran yang telah ditetapkan.² Menurut Peter. F. Drucker efektivitas berarti melakukan pekerjaan secara benar, menurutnya efektivitas itu harus dipelajari secara sistematis, karena

¹ Eliana Sari, *Pertumbuhan dan Efektivitas Organisasi: Mengelola Lingkungan Melalui Penyesuaian Struktur Organisasi*. (Jayabaya University Press, Jakarta, 2007), h. 98

² Richard M. Strees, *Efektivitas Organisasi* (Penerbit Erlangga, Jakarta, 2020), h. 6

efektivitas bukanlah suatu keahlian yang lahir secara alamiah. Efektivitas kinerja dapat direalisasikan melalui rangkaian kerja, latihan yang terarah, disiplin, serta sistematis, dan juga bekerja secara cepat dan tepat sehingga bisa melahirkan suatu keahlian atau kreatifitas.³ Sedangkan FX Suwanto menjelaskan bahwa maksud dari efektivitas adalah adanya efek (akibat, kesan, pengaruh) serta penggunaan sebuah metode maupun cara ketika melakukan kegiatan hingga sukses, agar mencapai hasil yang maksimal.⁴

Pada aktivitas atau kegiatan organisasi, konsep efektivitas dapat diartikan sebagai tingkat pencapaian sasaran dan tujuan yang menunjukkan sejauh mana sasaran serta tujuan suatu organisasi tersebut sudah dicapai. Suatu pekerjaan dalam organisasi mampu dianggap efektif jika pekerjaan tersebut mampu sepenuhnya meraih sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Efektivitas pada umumnya juga dapat dipandang sebagai tingkat pencapaian tujuan operasional dari suatu pekerjaan atau organisasi. Maka pada dasarnya efektivitas merupakan sebuah tingkat pencapaian sasaran maupun tujuan organisasi sesuai berdasarkan sesuatu yang sudah ditentukan.⁵

Orientasi pada penelitian yang membahas tentang konsep efektivitas sebagian besarnya pada akhirnya akan bersandar pada pencapaian sasaran dan tujuan. Menurut George Poulus konsep efektivitas terkadang sering disebut sebagai suatu keberhasilan yang sering digunakan saat menunjukkan pencapaian sasaran dan tujuan. Sedangkan Chester I. Barnard menerangkan efektivitas sebagai pencapaian sasaran yang sudah disetujui atas usaha bersama. Tingkat dari pencapaian sasaran tersebut menerangkan tingkat efektivitas.⁶

Menurut Emerson, efektivitas merupakan sebuah pengukuran dalam arti tercapainya tujuan maupun sasaran yang sudah ditetapkan. Maka jika tujuan atau sasaran sudah diraih berdasarkan yang ditentukan sebelumnya, maka hal tersebut dapat dikatakan efektif. Jadi jika sasaran atau tujuan

³ Peter. F. Drucker, *Bagaimana Menjadi Efektif & Eksekutif*, (Pedoman Ilmu Jaya, Jakarta, 1986), h. 5

⁴ FX Suwanto, *Perilaku Organisasi*, (Universitas Atmajaya, Yogyakarta, 1999), h. 1

⁵ Layaman & Suci Hartati (2009) *Study Efektivitas Pelayanan Publik Di Kecamatan Kejaksaan Kota Cirebon*, Jurnal UMS, 1 (2), h. 18-19

⁶ Sumaryadi, *Efektivitas Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah* (Citra Utama, Jakarta, 2005), h. 105

tersebut tidak sesuai dengan yang sudah direncanakan, maka hal tersebut dapat dianggap tidak efektif.⁷

Dari berbagai macam pendapat tersebut maka mampu dilihat bahwasannya efektivitas lebih menekankan pada aspek tujuan dari suatu organisasi, bila suatu organisasi sudah berhasil meraih tujuan yang sudah ditentukan, maka mampu dianggap sudah meraih mencapai efektivitas. Efektivitas pada intinya berorientasi terhadap pencapaian tujuan yang sudah direncanakan sebelumnya. Moenir menjelaskan bahwasannya suatu pelayanan merupakan kunci dari keberhasilan pada berbagai kegiatan maupun usaha yang bersifat jasa. Sehingga pada upaya memberi pelayanan yang efektif, bermakna harus berusaha mencapai tujuan dari pelayanan yang sudah direncanakan oleh organisasi maupun masyarakat merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan kepada mereka.⁸

Dalam mengevaluasi kinerja sebuah organisasi, bisa dilaksanakan melalui konsep efektivitas. Konsep efektivitas ini merupakan suatu faktor dalam penentuan apakah perlu dilakukannya suatu perubahan terhadap bentuk struktur serta manajemen dari organisasi itu sendiri maupun tidak. Pada konteks ini, efektivitas diartikan sebagai usaha suatu organisasi dalam mencapai tujuannya dengan memanfaatkan kepemilikan sumber daya secara efisien, dan diamati dari segi *input* (masukan), proses, maupun *output* (keluaran). Maksud dari sumber daya dalam hal ini mencakup ketersediaan personil, sarana, serta prasarana sekaligus model serta metode yang digunakan. Suatu aktivitas dapat disebut efisien jika telah dilakukan secara benar serta sesuai dengan prosedurnya, sedangkan disebut efektif jika aktivitas tersebut dikerjakan dengan benar serta dapat memberi hasil yang baik dan bermanfaat.

1. Pengukuran Efektivitas

Menurut Duncan yang dikutip dari Richard M. Steers mengatakan bahwa setidaknya ada 3 indikator utama dalam mengukur efektivitas suatu organisasi, yaitu diantaranya adalah⁹:

a. Pencapaian Tujuan

⁷ Layaman & Suci Hartati. (2009). *Studi Efektivitas Pelayanan Publik Di Kecamatan Kejaksaan Kota Cirebon*. Jurnal UMS, 1 (2), 18-19.

⁸ Layaman & Suci Hartati. (2009). *Studi Efektivitas Pelayanan Publik Di Kecamatan Kejaksaan Kota Cirebon*. Jurnal UMS, 1 (2), 18-19.

⁹ Enza Resdiana dan Irma Irawati P. 2020. *Efektivitas Dana Desa Dalam Mendukung Pemberdayaan Masyarakat di Desa Marengan Daya Kabupaten Sumenep*, Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wirajaya. 15 (01), 51-52.

Pencapaian tujuan merupakan keseluruhan usaha pencapaian tujuan yang harus dipandang sebagai suatu proses untuk mengetahui apakah tujuan dari suatu kegiatan pada suatu organisasi tersebut berjalan sesuai dengan yang direncanakan atau tidak. Maka dari itu, supaya pencapaian tujuan menjadi lebih semakin optimal, maka diperlukan upaya-upaya dalam proses pencapaian tujuannya. Pencapaian tujuan sendiri terdiri dari beberapa faktor, yaitu kurun waktu pelaksanaan, dan sasaran yang merupakan target atau tujuan dari organisasi.

b. Integrasi

Integrasi merupakan suatu pengukuran dalam pengukuran efektivitas untuk dapat melihat kemampuan dari suatu organisasi dalam melakukan proses komunikasi, sosialisasi, pengembangan dan konsensus dengan berbagai unsur terkait lainnya. Integrasi lebih mengarah kepada proses sosialisasi yang dilakukan pada suatu organisasi.

c. Adaptasi

Adaptasi dalam pengukuran efektivitas ini merupakan suatu faktor yang melihat kemampuan dari suatu organisasi untuk dapat menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan keadaan dan perubahan-perubahan yang telah terjadi pada lingkungannya. Faktor adaptasi ini menggunakan ukuran dari pengadaan dan peningkatan keterampilan sumber daya manusia, dan pengadaan fasilitas sarana dan prasarana.¹⁰

Dari beberapa pengertian dan pendapat para ahli tentang efektivitas maka penulis telah memilih untuk menggunakan teori Duncan dalam Richard M. Steers pada penelitian ini, untuk mengukur dan menganalisis tentang bagaimana efektivitas digitalisasi pelayanan pada Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji (HIMPUH).

B. Digitalisasi

1. Pengertian Digitalisasi

Menurut KBBI, digitalisasi merupakan proses pemberian atau pemakaian sistem digital.¹¹ Adapun pengertian digitalisasi sendiri yaitu merupakan suatu terminologi atau istilah yang biasa digunakan untuk menerangkan suatu proses peralihan media, yaitu peralihan dari penggunaan media cetak, video, maupun audio

¹⁰ Steers, M Richard. *Efektivitas Organisasi*. (Jakarta: Erlangga 1985) h. 53

¹¹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Digitalisasi>, diakses pada hari Minggu tanggal 26 September 2021 pukul 07.00 WIB.

menjadi media digital yang bertujuan untuk dapat mengarsipkan dokumen berupa transformasi digital.¹² Digitalisasi juga sering diartikan sebagai sebuah proses mengalihkan media dari bentuk tercetak atau analog menjadi media elektronik atau digital.

Digitalisasi biasanya dilaksanakan saat membuat arsip dokumen bentuk digital, untuk fungsi fotokopi, serta untuk membuat koleksi perpustakaan digital. Untuk melakukan proses digitalisasi ini diperlukan beberapa peralatan misalnya operator media, perangkat komputer, scanner, serta *software* pendukung. Dokumen dalam bentuk cetak bisa diubah ke dalam bentuk digital menggunakan bantuan program pendukung *scanning* dokumen misalnya *Adobe Acrobat*, *Omnipage*, dan lain-lain.¹³

Hasbi AS mengartikan digitalisasi sebagai sebuah proses mengalihkan media cetak maupun analog ke dalam media elektronik maupun digital melalui proses seperti *digital photography*, *scanning*, atau teknik lainnya. Sedangkan menurut Khomsin mengartikan digitalisasi sebagai sebuah proses supaya mengubah informasi grafis yang tersedia dalam kertas ke dalam format digital. Pada prosesnya, digitalisasi memerlukan tenaga, biaya, serta waktu yang memerlukan kehadiran seorang tenaga ahli yang dapat menguasainya. Sedangkan digitalisasi menurut Terry Kuny bahwa digitalisasi mengacu pada sebuah proses menerjemahkan suatu potongan informasi seperti sebuah buku, gambar, rekaman suara, ataupun video ke dalam bentuk bit. Bit sendiri merupakan satuan dasar informasi pada suatu sistem komputer. Sedangkan menurut Marilyn Deegan digitalisasi merupakan sebuah proses konversi dari awalnya berbentuk dokumen tercetak maupun analog, yang kemudian diubah menjadi penyajian ke dalam bentuk digital.¹⁴

Kemudian menurut sumber yang didapatkan dari kamus istilah Gartner.com, menjelaskan bahwa digitalisasi merupakan penggunaan teknologi digital yang bertujuan mengubah sebuah model bisnis serta menyediakan berbagai pendapatan baru serta

¹² <https://www.exporthub.id/digitalisasi-adalah-proses-yang-penting-di-zaman-ini-mengapa/>, diakses pada hari Minggu tanggal 26 September 2021 pukul 08.00 WIB.

¹³ <https://bkd.jambikota.go.id/digitalisasi/>, diakses pada hari Minggu tanggal 26 September 2021 pukul 08.30 WIB.

¹⁴ Murhadi & Ponidi, (2020) *Digitalisasi Sekolah Melalui Pengembangan Website Dan Layanan Sekolah Berbasis Teknologi Informasi*, Jurnal Intek, Yogyakarta. 3 (1), h. 63

mendapatkan penghasilan, dan ini yakni sebuah proses perpindahan ke dalam bisnis digital. Proses tersebut tidak akan bisa terjadi tanpa adanya digitisasi, yaitu sebuah proses konversi dari analog ke digital. Digitisasi ini memiliki tujuan guna meminimalisir pengeluaran biaya dengan meningkatkan proses internal, misalnya otomatisasi atau mekanisasi kerja, membatasi penggunaan kertas, dan lain sebagainya. Maka dari itu digitalisasi tidak dapat terjadi tanpa terlebih dahulu melakukan digitisasi, mengingat implementasi digital teknologi harus menggunakan dan memanfaatkan data-data atau informasi dalam bentuk digital, misalnya seperti suatu dokumen yang mulanya dalam bentuk tertulis diubah menjadi dokumen dalam bentuk elektronik dengan format doc, pdf, pdf, dan sebagainya.¹⁵

Berdasarkan berbagai definisi di atas, mampu disimpulkan bahwasannya digitalisasi merupakan suatu terminologi yang biasa digunakan untuk menjelaskan proses perubahan media dari struktur tercetak, video ataupun audio ke dalam bentuk digital.

2. Tujuan Digitalisasi

Digitalisasi mempunyai tujuan secara umum antara lain adalah untuk membantu dan memudahkan segala pekerjaan atau aktivitas sehari-hari masyarakat yang biasa mereka kerjakan. Tujuan digitalisasi ini memberi manfaat dan keuntungan yang sangat efektif saat meningkatkan banyak hal sehingga dalam pekerjaannya masyarakat tidak harus memakan banyak usaha serta waktu untuk menggapai tujuan atau target dari pekerjaan-pekerjaan mereka. Implementasi digitalisasi pada suatu pelayanan di dunia bisnis atau industri ini mempunyai tujuan untuk memberikan data-data atau informasi mengenai produk atau jasa yang mereka miliki untuk ditawarkan kepada pelanggan-pelanggan atau calon pelanggan.¹⁶

C. Pengertian Pelayanan

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) pelayanan berarti cara atau usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh hadiah (imbalan), atau dapat juga dimaknai sebagai

¹⁵ <https://www.exporthub.id/digitalisasi-adalah-proses-yang-penting-di-zaman-ini-mengapa/>, diakses pada hari Minggu tanggal 26 September 2021 pukul 09.45 WIB.

¹⁶ <https://www.exporthub.id/digitalisasi-adalah-proses-yang-penting-di-zaman-ini-mengapa/>, diakses pada hari Minggu tanggal 26 September 2021 pukul 10.15 WIB.

kemudahan yang diberikan dalam kegiatan jual beli baik produk atau jasa. Selain itu juga pelayanan mempunyai pengertian yaitu sebagai perbuatan atau pekerjaan seseorang, kelompok maupun perusahaan dalam memberikan rasa puas kepada customer atau pelanggan. Adapun pelayanan secara sederhana bermakna membahas tentang bagaimana prosedur yang dapat dilakukan dalam memberikan layanan atau jasa kepada konsumen, pelanggan atau orang yang lain membutuhkan.¹⁷

Para ahli sendiri dalam mengartikan tentang pengertian pelayanan itu berbeda-beda. Gronroos, memberikan penjelasan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang mempunyai sifat tidak terlihat dan tidak dapat disentuh yang terjadi sebagai akibat dari interaksi antara pelayanan atau pegawai dengan konsumen yang sengaja disediakan oleh organisasi atau perusahaan pemberi layanan yang mempunyai maksud untuk memecahkan problem dari para pelanggan atau konsumen.¹⁸

Menurut AS Moenir, "Pelayanan merupakan serangkaian usaha dalam memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen melalui kegiatan atau aktivitas yang dapat langsung diterima. Maka dari itu dapat diartikan bahwa pelayanan adalah perbuatan atau pekerjaan yang dilakukan antara pemberi layanan dan konsumen yang mana keduanya akan mendapatkan keuntungan sesuai yang dilakukan serta mendapat kepuasan atas layanan yang telah diberikan."¹⁹

Atep Adya Barata, mengartikan pelayanan sebagai usaha-usaha dalam menyediakan fasilitas untuk dapat memberikan kepuasan kepada para calon konsumen atau customer baik sebelum maupun setelah terjadinya proses transaksi.²⁰ Sedangkan menurut Philip Kotler mengartikan bahwa pelayanan merupakan pekerjaan, kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan dalam bentuk apapun.²¹

¹⁷ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Pelayanan>, diakses pada hari Senin tanggal 27 September 2021 pukul 16.00 WIB.

¹⁸ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 28

¹⁹ AS Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 17

²⁰ Atep Adya Brata, *Bisnis dan Hukum Perdata*, (Bandung: Amirco, 1999), h. 448

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 37

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas dalam menyediakan fasilitas yang bertujuan untuk mewujudkan kepuasan para pelanggan baik pembeli atau pengguna.

D. Jenis-Jenis Pelayanan

Setidaknya ada tiga jenis pelayanan yang dapat dilakukan oleh siapapun, tiga jenis pelayanan tersebut adalah pelayanan lisan, pelayanan tulisan dan pelayanan perbuatan.²²

a. Pelayanan Lisan

Layanan ini merupakan layanan yang dalam prakteknya menggunakan kata-kata atau ucapan secara langsung, kata-kata atau ucapan tersebut dapat digunakan untuk memberikan keterangan atau penjelasan kepada konsumen ataupun pelanggan yang akan dilayani.

b. Layanan Tulisan

Pelayanan jenis pertama yaitu layanan tulisan atau pelayanan dalam bentuk tulisan yang berarti pelayanan dengan menggunakan tulisan. Pelayanan dalam bentuk tulisan juga adalah bentuk layanan yang sangat menonjol dalam pelaksanaan tugas sehari-hari. Pada era globalisasi seperti sekarang ini pelayanan melalui tulisan ini sangat berperan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan. Pelayanan melalui tulisan ini sebenarnya cukup efektif dan efisien, apalagi untuk layanan yang jaraknya jauh, karena faktor waktu dan biaya. Supaya layanan tulisan ini bisa meningkatkan pihak yang akan dilayani, dalam melakukan layanan dalam bentuk tulisan ini harus memperhatikan ketepatan dan kecepatan dalam proses pengerjaannya bahkan sampai dari pada proses penyelesaiannya baik dalam pengetikan, penandatanganan, serta pengiriman.²³

c. Layanan Perbuatan

Pelayanan dalam bentuk perbuatan ini biasanya dilaksanakan oleh mayoritas yang berasal dari kalangan

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2010), h. 464

²³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2010), h. 467.

menengah ke bawah. Layanan perbuatan ini sangat memerlukan unsur skill dan dan keahlian dari para petugas layanan perbuatan tersebut, karena hasil perbuatan dan pekerjaan dari layanan perbuatan tersebut bergantung pada skill dan keterampilan seorang petugas layanan dalam memberikan layanan.

Pada praktek dan kesehariannya, pelayanan perbuatan tersebut terkadang tidak bisa terhindar dari layanan dalam bentuk lisan ini, keduanya saling melengkapi. Karena pelayanan secara umum banyak memerlukan layanan secara lisan. Akan tetapi banyak tidaknya suatu jenis pelayanan ada pada perbuatan itu sendiri yang dibutuhkan oleh para konsumen atau pelanggan yang akan dilayani. Faktor kecepatan dalam pelayanan ini yaitu kecepatan pengerjaan dalam bentuk perbuatan akan menjadi keinginan setiap orang yang juga disertai dengan kualitas hasil yang layak tentunya. Adapun jenis-jenis pelayanan publik dengan menggunakan sistem digital berdasarkan aspek kompleksitas dan manfaat terbagi menjadi 3 jenis yaitu publikasi, interaksi dan transaksi.²⁴

E. Kualitas Pelayanan

Dalam melakukan pelayanan sangat penting bagi suatu pemilik layanan untuk memperhatikan kualitas pelayanan (*service quality*) yang merupakan hal atau elemen yang harus diperhatikan dalam meraih keunggulan bersaing (*competitive advantage*) untuk dapat mencapai pelayanan atau jasa yang diinginkan, Usaha dan penyampaian yang tepat sangat diperlukan perusahaan untuk dapat memenuhi permintaan dan keinginan para pelanggan atau konsumen.

Kualitas pelayanan sendiri sendiri mempunyai arti yaitu sejauh mana perbedaan antara harapan dan kenyataan pelanggan atas pelayanan yang mereka peroleh dan inginkan. Memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggan dapat memberikan kepuasan tersendiri pada diri para konsumen yang mengakibatkan akan menimbulkan serta meningkatkan rasa loyalitas mereka kepada pengelola jasa.²⁵

²⁴ Ismayanti dan Annisa Nurul Aini Firdaus, *Modul Pelayanan Publik Digital: Pelatihan Kepemimpinan Pengawas* (Jakarta Lembaga Administrasi Negara, 2019), h. 8

²⁵ Rambat Rupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa. Teory dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 148

F. Dimensi Mutu Pelayanan

Menurut Philip Kotler dan Zeitham ada setidaknya 5 faktor dalam dimensi mutu pelayanan, antara lain yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan pelayan atau karyawan dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan sesuai sehingga sama seperti yang diharapkan.
- b. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan pelayan atau karyawan dalam membantu para pelanggan dengan menyediakan layanan secara cepat.
- c. Keyakinan atau jaminan (*assurance*), yaitu merupakan kemampuan serta pengetahuan pelayan atau karyawan dalam melayani dan meyakini pelanggan dengan rasa percaya diri.
- d. Perhatian (*emphaty*), yaitu merupakan kemampuan pelayan atau karyawan dalam memberikan perhatian secara perorangan kepada para customer serta mengerti akan kebutuhan dari para customer.
- e. Keberwujudan (*tangible*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menampilkan fasilitas yang dimilikinya, peralatan, alat komunikasi dan personal.²⁶

G. Ciri Pelayanan Yang Baik

Pelayanan yang baik merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Berikut merupakan beberapa indikator atau ciri pelayanan yang baik, diantaranya adalah:²⁷

- a. Terdapat karyawan yang baik

Pelanggan akan merasa nyaman jika dilayani dengan baik dan itu sangat bergantung dari bagaimana cara karyawan atau pelayan dalam melayani para pelanggannya. Karyawan atau pelayan harus bersikap baik, sopan, ramah, serta menarik.

- b. Terdapat sarana dan prasarana yang baik

Para pelanggan tentunya memiliki keinginan untuk dilayani secara baik. Dalam memberikan layanan kepada para

²⁶ Aviliani dan wilfirdus, *Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*, h. 10-11

²⁷ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 182

pelanggan pelanggan, faktor atau hal yang sangat penting untuk diperhatikan perusahaan selain kuantitas dan kualitas pelayan atau karyawan adalah tentang sarana dan prasarana. Fasilitas dan peralatan yang dimiliki seperti halaman parkir, ruang tunggu serta resepsionis atau ruang tamu harus memiliki standar yang lengkap dan nyaman sehingga akan dapat membuat pelanggan ketika berada dalam ruangan tersebut akan merasa nyaman.

c. Mampu melayani secara tepat dan cepat

Kemampuan pelayan atau karyawan dalam melayani para pelanggan secara tepat dan cepat mempunyai arti bahwa para pelayan atau karyawan ketika melayani para pelanggan diharuskan melakukannya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Bahkan dalam pekerjaan-pekerjaan tertentu dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, kemudian sebisa mungkin untuk menghindari kesalahan dan harus melayani keinginan para pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan.²⁸

d. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Pengetahuan dan kemampuan melayani yang baik harus dimiliki pelayan atau karyawan, karena pekerjaan pelayan atau karyawan selalu menghadapi dengan manusia pada akhirnya, maka dari itu para pelayan atau karyawan memerlukan arahan khusus, terutama mengenai cara bekerja dan bagaimana caranya menghadapi masalah dengan pelanggan. Pengetahuan dan kemampuan yang baik dalam melayani akan dapat mempercepat proses pelayanan sesuai dengan waktu yang diharapkan.

e. Kemampuan memberikan kepercayaan kepada pelanggan

Kemampuan perusahaan untuk memberikan kepercayaan kepada para calon pelanggan harus dimiliki oleh setiap perusahaan, sehingga calon pelanggan akan semakin berkenan untuk menjadi bagian dari pelanggan perusahaan

²⁸ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 184

tersebut. Tidak hanya calon pelanggan, pelanggan yang lama juga perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari.²⁹

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Efektivitas Digitalisasi Pelayanan Pada Himpunan Penyelenggara Umrah Dan Haji (HIMPUH)

Digitalisasi pelayanan yang telah HIMPUH lakukan merupakan suatu solusi dan inovasi baru dalam memberikan pelayanan yang berbasis digital atau elektronik kepada para penyelenggara perjalanan ibadah umrah dan penyelenggara ibadah haji khusus anggota HIMPUH di masa pandemi serta ditengah kemajuan dan kecanggihan teknologi dan informasi ini.

Mengukur efektivitas digitalisasi pelayanan di HIMPUH ini merupakan hal yang harus dilakukan untuk dapat menilai bagaimana efektivitas dari digitalisasi pelayanan yang telah dilakukan oleh HIMPUH selama ini guna dijadikan bahan evaluasi untuk dapat meningkatkan kualitas dari digitalisasi pelayanan ini. Menurut teori Duncan dalam Richard M. Steers mengatakan bahwa ada 3 faktor utama dalam mengukur efektivitas suatu organisasi atau pekerjaan, yaitu pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi, ketiga faktor ini yaitu pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi menjadi acuan penulis untuk melakukan penelitian dan menganalisis efektivitas digitalisasi pelayanan di HIMPUH ini.

1. Pencapaian Tujuan

Pencapaian tujuan merupakan keseluruhan usaha pencapaian tujuan yang harus dipandang sebagai suatu proses untuk mengetahui apakah tujuan dari suatu kegiatan pada suatu organisasi tersebut berjalan sesuai dengan yang direncanakan atau tidak.

Menurut hasil wawancara penulis dengan bapak Muhammad Firman Taufik selaku sekretaris jenderal HIMPUH mengatakan bahwa digitalisasi pelayanan di HIMPUH ini mempunyai beberapa tujuan. Adapun tujuan dari digitalisasi pelayanan ini, yaitu diantaranya adalah sebagai berikut:

²⁹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h.

- a. Memudahkan pekerjaan HIMPUGH dalam memberikan pelayanan dan pembinaan kepada para anggota

Salah satu dari tujuan digitalisasi pelayanan ini adalah untuk memudahkan pekerjaan HIMPUGH dalam memberikan pelayanan dan pembinaan kepada para anggota. Tujuan ini telah tercapai sebagaimana menurut hasil wawancara penulis dengan bapak Muhammad Firman Taufik selaku sekretaris jenderal HIMPUGH mengatakan bahwa bahwa digitalisasi pelayanan ini membuat pekerjaan HIMPUGH dalam memberikan pelayanan dan pembinaan menjadi lebih mudah, praktis serta cepat dan tepat.

Salah satu contoh kemudahan yang didapatkan adalah karena jika dulu ada anggota yang ingin meminta dokumen atau data-data tertentu, para pekerja akan sangat sulit dalam mencarinya, akan tetapi dengan adanya digitalisasi ini lebih mudah bagi HIMPUGH jika ingin mencari dokumen atau data-data yang dibutuhkan tersebut. dengan digitalisasi ini juga maka tugas HIMPUGH dalam memberikan pelayanan dan pembinaan serta mengelola database para anggotanya akan dapat lebih terorganisir dengan baik.

- b. Memudahkan para anggota untuk dapat mengakses pelayanan yang telah HIMPUGH berikan

Tujuan selanjutnya dari digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini adalah memudahkan para anggota untuk dapat mengakses pelayanan yang telah HIMPUGH berikan. Hal itu telah tercapai mengingat dengan adanya digitalisasi pelayanan maka pelayanan-pelayanan yang ada di HIMPUGH diharapkan akan mempermudah anggota untuk memperoleh pelayanan tersebut, karena dengan digitalisasi pelayanan ini maka pelayanan akan mudah diakses secara online, sehingga dapat membantu dan memudahkan para anggota HIMPUGH dalam melengkapi dokumen-dokumen yang diperlukan, mengisi formulir, membayar pendaftaran, melunasi iuran tahunan, sehingga anggota yang berhalangan atau tidak dapat langsung ke kantor HIMPUGH dapat mengaksesnya secara mudah melalui sistem online. Pelayanan rapat, pembinaan dalam bentuk webinar maupun pelatihan dan lainnya juga dapat dilakukan secara online yang diharapkan dapat membantu para anggota dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis perusahaan travel umrah dan haji khusus mereka.

Kemudian juga, apabila ada anggota yang ingin bertanya atau ingin melakukan komplain maka dilakukan secara online melalui aplikasi Hims atau whatsapp tanpa harus mendatangi kantor HIMPUGH secara langsung.

Melalui digitalisasi pelayanan ini HIMPUGH telah memberikan akses yang sangat mudah untuk calon anggota maupun anggotanya dalam memberikan pelayanan secara online yang bisa didapatkan dengan mengakses website, aplikasi HIMS, telepon, email dan media sosial seperti whatsapp, youtube serta instagram. Sehingga memudahkan untuk para calon anggota maupun anggota HIMPUGH dalam berinteraksi dan mengakses pelayanan secara online.

c. Transparansi Kepada Anggota

Tujuan digitalisasi pelayanan di HIMPUGH salah satunya adalah memberikan transparansi kepada anggota. Hal itu telah tercapai mengingat dengan adanya digitalisasi pelayanan ini maka keadaan keuangan dan kegiatan HIMPUGH akan lebih transparan, karena anggota melalui aplikasi HIMS dapat melihat langsung setiap saat laporan kegiatan dan laporan keuangan beserta anggaran yang telah atau akan digunakan oleh HIMPUGH.

Menurut wawancara dengan pak Hasbi selaku bagian informasi dan teknologi mengatakan bahwa tujuan utama dari digitalisasi pelayanan ini adalah sebagai transparansi kepada anggota, jadi setiap anggota dapat mendapatkan informasi yang sama di waktu yang sama dan tidak ada yang ditutupi. Manfaat utamanya anggota bisa mendapatkan pelayanan dan mengakses informasi dengan cepat dan tepat dari sumber yang terpercaya.

d. Menyardarkan Anggota

Tujuan diterapkannya digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini salah satunya adalah untuk menyadarkan para travel anggota HIMPUGH tentang pentingnya transformasi digital untuk diterapkan pada perusahaan mereka, karena mengelola bisnis secara konvensional pada era digital ini kemungkinan akan tertinggal dengan para kompetitor dari perusahaan lain, khususnya dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, HIMPUGH mengharapakan bahwa dengan adanya digitalisasi pelayanan ini

para anggota akan sadar dan dapat menerapkan sedikit demi sedikit digitalisasi pada perusahaan dan bisnis mereka juga.

Menurut hasil wawancara dengan pak firman taufik mengatakan bahwa saat ini masih banyak anggota-anggota HIMPUGH juga yang belum sadar untuk memaksimalkan dan memanfaatkan teknologi digital ini, padahal kita tahu digitalisasi ini sangat penting di era modern ini. Oleh karena itu dengan sistem digitalisasi pelayanan ini HIMPUGH perlahan-lahan ingin menyadarkan para anggota yang masih memakai sistem konvensional pada bisnis mereka untuk segera beralih kepada sistem digital. Untuk mengusahakan hal itu HIMPUGH saat ini juga masih dan akan terus berusaha menyadarkan para anggota dengan melakukan digitalisasi pelayanan dalam bentuk webinar atau pelatihan-pelatihan secara online yang tentunya menghadirkan pembicara-pembicara yang kompeten dibidang teknologi digital yang dikemas secara ringan untuk dapat dipahami secara mudah oleh para anggota HIMPUGH.

e. Mengurangi Biaya Operasional

Digitalisasi pelayanan yang HIMPUGH lakukan ini memiliki tujuan salah satunya adalah untuk mengurangi biaya operasional organisasi HIMPUGH dan para anggota. Hal itu tercapai, mengingat seperti jika ada rapat, webinar atau pelatihan maka anggota HIMPUGH yang jauh tidak perlu lagi datang langsung ke kantor HIMPUGH, akan tetapi bisa dilakukan secara online sehingga mengurangi biaya operasional seperti transportasi, akomodasi bahkan konsumsi.

Dengan adanya digitalisasi juga maka berkas-berkas atau dokumen-dokumen keanggotaan yang harus anggota serahkan ke HIMPUGH tidak perlu dalam bentuk kertas, akan tetapi cukup dikirim secara online melalui email, whatsapp atau aplikasi Hims, dengan digitalisasi semacam ini maka biaya operasional untuk membeli kertas, tinta, printer dapat dikurangi dan dialihkan untuk yang lainnya.

Demikian pula, jika ada anggota yang ingin bertanya atau ingin melakukan komplain dapat dilakukan secara online tanpa harus mendatangi kantor HIMPUGH secara langsung sehingga akan dapat mengurangi biaya operasional sehari-hari

Kemudian dalam mempromosikan produk atau jasa perusahaan maka akan lebih hemat jika melakukannya secara online dengan digital marketing jika dibandingkan dengan melakukan promosi secara offline atau penawaran secara langsung kepada pelanggan, Perusahaan dapat menawarkan atau mempromosikan jasa dan produk yang mereka miliki secara lebih mudah melalui media sosial seperti whatsapp, instagram, website, market place dengan keuntungan lebih yaitu dapat menjangkau lebih banyak target pasar.

Dari hasil wawancara dan pengamatan penulis maka dapat disimpulkan bahwa dalam hal dan faktor pencapaian tujuan bahwa digitalisasi pelayanan yang HIMPUGH lakukan sudah efektif, hal itu dikarenakan telah tercapainya tujuan-tujuan dari pelaksanaan digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini. Maka dapat dikatakan juga bahwa digitalisasi pelayanan yang HIMPUGH lakukan ini telah berhasil memudahkan pekerjaan HIMPUGH dalam menjalankan serta memberikan pelayanan dan pembinaan kepada para anggota, memudahkan para anggota untuk dapat mengakses pelayanan yang telah HIMPUGH berikan, transparansi kepada anggota, menyadarkan para anggota tentang pentingnya menerapkan teknologi digital, serta digitalisasi pelayanan ini telah dapat mengurangi atau memangkas biaya operasional.

2. Integrasi

Integrasi merupakan suatu pengukuran dalam pengukuran efektivitas untuk dapat melihat kemampuan dari suatu organisasi dalam melakukan proses komunikasi, sosialisasi atau penyampaian informasi, pengembangan dan konsensus dengan berbagai unsur terkait lainnya. Integrasi lebih mengarah kepada proses sosialisasi yang dilakukan pada suatu organisasi.

Integrasi dalam penelitian ini mempunyai pengertian sebagai suatu pengukuran terhadap prosedur dan tingkat kemampuan organisasi HIMPUGH untuk dapat mengadakan sosialisasi dan penyampaian informasi mengenai digitalisasi pelayanan kepada para anggotanya. Tujuan inti dari sosialisasi adalah memberikan pemahaman dan pengertian kepada yang objek sosialisasi dengan harapan dapat diterima dengan baik oleh objek sosialisasi.

Dalam hal integrasi HIMPUGH telah berupaya melakukan sosialisasi terkait digitalisasi pelayanan atau pelayanan digital pada musyawarah tahunan, rapat-rapat keanggotaan, webinar dan pelatihan-pelatihan kepada para anggota, sosialisasi terkait digitalisasi pelayanan ini banyak dilakukan dengan cara berintegrasi dengan berbagai pihak-pihak yang sangat berkompeten dalam bidang teknologi dan informasi sebagai pembicara, dengan tujuan agar pemahaman anggota akan teknologi dan informasi serta pentingnya memanfaatkan itu semua menjadi lebih mudah untuk difahami dan dimengerti oleh para anggota HIMPUGH.

Jadi, dalam hal integrasi ini sudah berjalan dengan baik, karena dalam pelaksanaan integrasi dan sosialisasi ini terus dilakukan dan dikembangkan oleh HIMPUGH baik melalui musyawarah tahunan, rapat-rapat keanggotaan, webinar dan pelatihan-pelatihan kepada para anggota, serta melibatkan pihak-pihak yang berkompeten, hal ini tentunya dilakukan untuk tetap mengingatkan kepada para anggota HIMPUGH tentang pentingnya digitalisasi di zaman sekarang ini.

3. Adaptasi

Pada penelitian ini adaptasi merupakan proses penyesuaian diri yang dilakukan organisasi HIMPUGH khususnya dalam menjalankan digitalisasi pelayanan kepada para anggotanya. Menurut Duncan yang dikutip dari Richard M Steers, mengatakan bahwa adaptasi adalah proses penyesuaian diri yang dilakukan oleh organisasi untuk menelaraskan suatu organisasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi. Adaptasi terdiri dari beberapa faktor yaitu, peningkatan kemampuan SDM dan pengadaan sarana dan prasarana.

Pada faktor adaptasi ini, HIMPUGH telah meningkatkan kemampuan sumber daya manusia yang mereka miliki untuk dapat menggunakan kecanggihan dari alat-alat teknologi yang semakin pesat perkembangannya, salah satu upaya HIMPUGH untuk melakukan hal tersebut adalah dengan mengadakan dan mempekerjakan sumber daya manusia yang muda dan berkompeten dalam bidang teknologi dan informasi. Menurut wawancara dengan bapak Muhammad Firman Taufik menjelaskan bahwa "Para pengurus HIMPUGH sekarang 90% adalah anak-anak

muda yang tentunya sangat kenal dengan dunia teknologi sekarang ini".

Tidak hanya untuk sumber daya manusia yang mereka miliki saja, akan tetapi juga kepada para anggota diberikan pembinaan, pelatihan dan pendorongan mengenai pengembangan kemampuan para anggota dengan memberikan motivasi dan materi-materi yang dapat dijalankan oleh masing-masing anggota yang diharapkan akan dapat beradaptasi dan memberikan dampak positif dalam berbisnis dan bersaing kedepannya di era globalisasi ini.

Kemudian untuk dapat beradaptasi HIMPUGH juga telah mengadakan fasilitas atau sarana dan prasarana seperti pembuatan aplikasi HIMS, aplikasi HIMS sendiri ini merupakan sebuah aplikasi berbasis web yang didalamnya itu mengelola distribusi informasi, mengelola database anggota dan lain sebagainya, di HIMS ini pelayanannya sudah full digital mulai dari pendaftaran, registrasi anggota, distribusi informasi, surat menyurat, pengelolaan database anggota dan lain sebagainya.

Selain aplikasi HIMS, ada juga aplikasi zoom meeting yang menjadi fasilitas untuk dapat mengadakan rapat, webinar atau pelatihan secara daring. Menurut wawancara yang penulis lakukan dengan bapak Muhammad Firman Taufik selaku sekretaris jenderal HIMPUGH mengenai zoom meeting sebagai sarana melakukan pelayanan digital yang HIMPUGH berikan kepada anggotanya adalah sebagai berikut:

“Jadi untuk penggunaan zoom ini biasanya kita gunakan untuk melakukan webinar atau pelatihan-pelatihan kepada anggota dan rapat anggota, yang biasanya penggunaan zoom meeting untuk rapat anggota ini untuk anggota-anggota yang di luar jawa”³⁰.

Kemudian selain itu juga ada penggunaan aplikasi whatsapp, email, instagram sebagai fasilitas serta sarana dan prasarana untuk membagikan informasi dengan daring secara cepat dan tepat. Kecanggihan teknologi tersebut merupakan merupakan fasilitas serta sarana dan prasarana pendukung dalam melakukan pelayanan dalam bentuk digital ini.

³⁰ Wawancara pribadi dengan Pak Muhamad Firman Taufik, selaku Sekretaris Jendral HIMPUGH, pada hari Rabu 15 Maret 2022 pukul 09.00 WIB.

Adaptasi yang dilakukan oleh HIMPUGH ini yaitu pada peningkatan kemampuan sumber daya manusia serta pada pengadaan saran dan prasarana ini adalah untuk mendukung efektivitas dari digitalisasi pelayanan ini dilakukan HIMPUGH agar dapat beradaptasi dengan lingkungan disekitarnya dengan baik, baik pada lingkungan internal maupun eksternal.

Jadi dalam hal faktor adaptasi yang dilakukan oleh HIMPUGH sudah cukup baik, hal itu dapat dilihat dari sumber daya manusia yang berkompeten dalam bidang teknologi dan informasi serta adanya saran dan prasarana yang sangat mendukung untuk pelaksanaan digitalisasi pelayanan ini.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang penulis lakukan maka dapat dikatakan bahwa digitalisasi pelayanan ini sudah berjalan dengan efektif, hal tersebut dapat dilihat dari 3 faktor yang telah penulis amati yaitu faktor pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi yang ketiganya telah berjalan dengan baik sehingga dalam pelaksanaannya dapat dikatakan efektif.

Meskipun digitalisasi pelayanan di HIMPUGH sudah berjalan dengan baik dan efektif, namun pihak HIMPUGH kedepannya mengaku akan terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas dari digitalisasi pelayanan ini untuk meningkatkan kepuasan anggota.

Jika digitalisasi pelayanan ini dapat dengan maksimal diimplementasikan maka diharapkan dapat menciptakan citra HIMPUGH sebagai asosiasi yang baik dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas anggota terhadap asosiasi seperti HIMPUGH sehingga dapat menunjang kemajuan HIMPUGH di era globalisasi dan kemajuan teknologi ini.

B. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Digitalisasi Pelayanan Pada Himpunan Penyelenggara Umrah Dan Haji (HIMPUGH)

1. Faktor Pendukung
 - a. Strength (Kekuatan)
 - 1) Fasilitas Teknologi

Fasilitas teknologi sekarang yang semakin canggih menjadi faktor pendukung dan kekuatan HIMPUGH dalam menerapkan digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini, adanya perangkat keras seperti komputer, smartphone dan juga perangkat lunak seperti aplikasi whatsapp, instagram, youtube,

zoom meeting dan lain-lain sangat memungkinkan HIMPUGH melakukan digitalisasi pelayanan ini.

Menurut wawancara dengan bapak Muhammad Firman Taufik menjelaskan bahwa "digitalisasi pelayanan di HIMPUGH bisa dibilang cukup maju karena penggunaan fasilitas dari kecanggihan teknologi yang ada saat ini seperti zoom dan lain-lain."

Oleh karena itu infrastruktur dan fasilitas teknologi informasi yang semakin maju dan telah tersedia ini dimanfaatkan oleh HIMPUGH untuk mengembangkan digitalisasi pelayanan ini. Fasilitas digital atau teknologi informasi yang digunakan oleh HIMPUGH dalam pengembangan digitalisasi pelayanan ini bervariasi, dari yang paling murah hingga yang paling mahal, sedangkan dana yang tersedia terbatas. Dengan kata lain teknologi informasi yang digunakan oleh HIMPUGH ini disesuaikan dengan kebutuhan, karena memang semakin besar anggaran maka semakin canggih teknologinya, HIMPUGH juga mempertimbangkan dan melakukan perbandingan harga dan performa, agar pengeluarannya tidak sia-sia apabila ternyata manfaat yang diperoleh tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

2) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang berkompeten dalam bidang teknologi informasi yang dimiliki oleh HIMPUGH menjadi faktor pendorong dan kekuatan bagi HIMPUGH untuk menerapkan digitalisasi pelayanan. Sumber daya manusia dalam penerapan digitalisasi pelayanan ini sangat penting karena pada dasarnya mereka yang menjadi subjek pada sistem digitalisasi pelayanan ini, tingkat kompetensi dan keahlian mereka akan sangat mempengaruhi dari performa, tingkat kesiapan serta keberhasilan dalam penerapan digitalisasi pelayanan ini.

HIMPUGH sendiri mengaku telah melakukan kaderisasi dan merekrut bakat-bakat muda terutama pada bidang teknologi dan informasi untuk memaksimalkan pelaksanaan digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini. Menurut wawancara dengan bapak Muhammad Firman Taufik menjelaskan bahwa "Pengurus

HIMPUH sekarang 90% adalah anak-anak muda yang tentunya sangat kenal dengan dunia teknologi sekarang ini".

Ketersediaan sumber daya manusia secara kuantitas dan kualitas yang memiliki kompetensi dan keahlian yang dibutuhkan menjadi faktor pendukung dari digitalisasi pelayanan di HIMPUH agar penerapan digitalisasi pelayanan ini dapat sesuai dengan tujuan dan manfaat yang diharapkan.

b. Opportunity (Peluang)

1) Revolusi Industri 4.0

Kemajuan teknologi informasi pada era revolusi industri 4.0 menjadi faktor pendorong dan peluang bagi organisasi seperti HIMPUH untuk menerapkan sistem digitalisasi pelayanan. Revolusi Industri 4.0 merupakan suatu era industri digital dimana seluruh elemen atau bagian yang ada di dalamnya dapat saling melakukan kolaborasi serta berkomunikasi secara real time dimana saja kapan saja dengan pemanfaatan teknologi informasi, baik berupa internet dan lain-lain untuk mendapatkan manfaat kemudahan dan kecepatan.

Revolusi industri 4.0 telah menciptakan perubahan pada gaya hidup masyarakat, dimana sangat pesatnya perkembangan penggunaan internet secara global, sehingga masyarakat, pelaku bisnis serta perusahaan banyak yang menggunakan dan memanfaatkan internet dalam proses bertransaksi dan berbisnis.

Menurut laporan survei yang dilakukan oleh We Are Social, Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia, dimana terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk pada awal 2022. Tercatat, total penduduk Indonesia berjumlah 277,7 juta orang pada Januari 2022. Pada 2018 tingkat penetrasi internet di Tanah Air baru mencapai 50% dari

total penduduk. Artinya, tingkat penetrasi internet nasional sudah meningkat cukup pesat dalam beberapa tahun belakangan.

Angka ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mulai meninggalkan cara konvensional dalam meningkatkan efisiensi waktu dan biaya dalam menjalankan aktivitasnya seperti mencari informasi atau mendapatkan pelayanan.

Revolusi industri 4.0 yang menciptakan perubahan gaya hidup masyarakat ini baik itu perorangan maupun perusahaan seperti PPIU dan PIHK yang semakin banyak menggunakan internet menjadi faktor pendorong dan peluang bagi HIMPUPH untuk menerapkan sistem digitalisasi pelayanan untuk melayani para anggotanya.

2) Pandemi Covid-19

Kondisi dari pandemi covid-19 yang menyebabkan adanya perubahan pada gaya hidup masyarakat yang telah banyak bergantung pada sistem online dalam menjalani sebagian aktivitasnya baik di sekolah maupun diperkantoran telah menjadi faktor pendukung dan peluang dalam pelaksanaan digitalisasi pelayanan yang ada di HIMPUPH ini. Pandemi covid-19 membuat pelayanan yang diberikan setiap instansi atau lembaga menjadi terganggu. Pada sisi lain pelanggan mempunyai hak untuk terus mendapatkan layanan. Tetapi disisi lain lagi aktivitas perkantoran dapat menambah perkembangan dari covid-19, untuk itu perlu dilakukan perubahan dalam sistem pelayanan yang dilakukan dengan melakukan digitalisasi pelayanan. Pandemi covid-19 juga secara tidak langsung menghadirkan peluang untuk HIMPUPH mengubah sistem pelayanan dari yang pelayanan yang sifatnya manual dan konvensional menjadi otomatis dan digital. Apalagi di tengah kondisi pandemi COVID-19 seperti ini, internet banyak dibutuhkan pada sekolah secara daring dan perkantoran secara WFH dan lain sebagainya.

Menurut wawancara dengan bapak Muhammad Firman Taufik mengatakan bahwa "Pandemi covid-19 menjadi pendukung atau peluang HIMPUPH untuk melakukan digitalisasi, sejak adanya pandemi ini orang-orang termasuk para anggota HIMPUPH benar-benar memanfaatkan teknologi,

dimulai belanja online dari rumah dan apa-apa dilakukan online dari rumah".

2. Faktor Penghambat

a. Weakness (Kelemahan)

1) Jaringan internet

Jaringan internet yang belum merata diberbagai daerah di Indonesia menjadi faktor penghambat dari digitalisasi pelayanan yang ada di HIMPUGH ini, karena untuk menggunakan dan memaksimalkan fasilitas kemajuan teknologi seperti sekarang ini pastinya sebagian besar tidak terlepas dari jaringan internet.

Menurut wawancara dengan bapak Muhammad Firman Taufik mengatakan bahwa "Teknologi ini tidak bisa kita tutup mata bahwa semuanya bergantung pada jaringan internet, kondisi pandemi covid-19 ini dimana kantornya pada tutup, sehingga menyebabkan mereka tidak punya lokasi yang baik untuk mendapatkan sinyal yang baik dalam mengakses internet, banyak anggota-anggota HIMPUGH juga yang whatsapp nya terkadang tidak aktif sehingga jika ada kebutuhan harus di kontak secara manual".

Mengingat penggunaan dari internet di era modern seperti sekarang ini sangatlah penting dan telah dibutuhkan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat, maka dari itu solusinya ada pada pemerintah, pemerintah diharapkan bisa terus mendukung kepada perluasan jangkauan internet ke seluruh pelosok negeri. Sebab, di era digital ini internet bisa sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk kepentingan edukasi, bisnis, maupun hiburan.

b. Treath (Ancaman)

1) Kesadaran anggota

Rendahnya kesadaran dan pengetahuan para anggota tentang pentingnya memanfaatkan teknologi dan informasi, beberapa PPIU dan PIHK anggota HIMPUGH ada yang masih melakukan cara-cara lama atau offline dalam memasarkan dan melayani jemaahnya menjadi salah satu faktor penghambat pelaksanaan digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini, beberapa PPIU dan PIHK anggota HIMPUGH masih belum sadar tentang sangat pentingnya memanfaatkan digitalisasi pelayanan ini,

penyebab dari anggota HIMPUGH yang masih melakukan cara-cara lama atau offline dan belum sadar tentang pentingnya memanfaatkan digitalisasi ini adalah dari mereka masih ada yang belum mengerti teknologi digital dan media sosial, sehingga susah bagi mereka untuk bisa beralih dari sistem offline ke sistem online. Akan tetapi hambatan ini terus HIMPUGH atasi dengan secara terus menerus memberikan edukasi tentang pentingnya digitalisasi pelayanan baik itu melalui rapat, pelatihan atau webinar secara online yang tentunya dengan menghadirkan pembicara-pembicara yang kompeten dibidang teknologi digital yang dikemas secara ringan untuk dapat dipahami secara mudah oleh para anggota HIMPUGH.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang penulis lakukan maka dapat dikatakan bahwa digitalisasi pelayanan ini sudah berjalan dengan efektif, hal tersebut dapat dilihat dari 3 indikator yang telah penulis amati yaitu indikator pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi:

1. Pendekatan Tujuan

Pada indikator pencapaian tujuan ini digitalisasi pelayanan yang HIMPUGH lakukan sudah efektif, hal itu dikarenakan telah tercapainya tujuan-tujuan dari digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini.

2. Integrasi

Pada indikator integrasi ini sudah berjalan dengan baik, karena dalam pelaksanaan integrasi dan sosialisasi ini terus dilakukan dan dikembangkan oleh HIMPUGH baik melalui musyawarah tahunan, rapat-rapat keanggotaan, webinar dan pelatihan-pelatihan kepada para anggota, serta melibatkan pihak-pihak yang berkompeten, hal ini tentunya dilakukan untuk tetap mengingatkan kepada para anggota HIMPUGH tentang pentingnya digitalisasi di zaman sekarang ini.

3. Adaptasi

Dalam hal adaptasi yang dilakukan oleh HIMPUGH sudah cukup baik, hal itu dapat dilihat dari sumber daya manusia yang

berkompeten dalam bidang teknologi dan informasi serta adanya sarana dan prasarana yang sangat mendukung untuk pelaksanaan digitalisasi pelayanan ini.

Adapun faktor pendukung dan penghambat digitalisasi pelayanan di HIMPUGH yaitu diantaranya:

1. Faktor Pendukung

a. Strength (Kekuatan)

1) Fasilitas Teknologi

Adanya perangkat keras seperti komputer, smartphone dan juga perangkat lunak seperti aplikasi whatsapp, instagram, youtube, zoom meeting dan lain-lain.

2) Sumber Daya Manusia

HIMPUGH telah melakukan kaderisasi dan merekrut bakat-bakat muda terutama pada bidang teknologi dan informasi untuk memaksimalkan pelaksanaan digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini.

b. Opportunity (Peluang)

1) Revolusi industri 4.0

Revolusi industry 4.0 yang telah menciptakan perubahan gaya hidup masyarakat ini baik itu perorangan maupun perusahaan yang semakin banyak menggunakan internet menjadi faktor pendorongan dan peluang bagi HIMPUGH untuk menerapkan sistem digitalisasi pelayanan untuk melayani para anggotanya.

2) Pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 juga secara tidak langsung menghadirkan tantangan untuk HIMPUGH mengubah sistem pelayanan dari yang pelayanan yang sifatnya manual dan konvensional menjadi otomatis dan digital.

2. Faktor Penghambat

a. Weakness (Kelemahan)

1) Jaringan internet

Jaringan internet yang belum merata diberbagai daerah di Indonesia menjadi faktor penghambat dari digitalisasi pelayanan yang ada di HIMPUGH ini.

b. Treath (Ancaman)

1) Kesadaran anggota

Kondisi beberapa PPIU dan PIHK anggota HIMPUGH yang masih melakukan cara-cara lama atau offline dalam memasarkan dan melayani jemaahnya menjadi salah satu faktor penghambat pelaksanaan digitalisasi pelayanan di HIMPUGH ini, beberapa PPIU dan PIHK anggota HIMPUGH masih belum sadar tentang pentingnya memaksimalkan dan memanfaatkan digitalisasi pelayanan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Batinggi, A. 2015. *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Brata, Adya, A. 1999. *Bisnis dan Hukum Perdata*. Bandung: Amirco.
- Creswell, John W. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hamid, Noor. 2020 *Manajemen Haji dan Umrah: Mengelola Perjalanan Tamu Allah Ke Tanah Suci*. Bandung: Semesta Aksara.
- Lubis, Hari. S.B. dan Martani Husaini. 1987. *Teori Organisasi (Suatu Pendekatan Makro)*. Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Indonesia.
- Ismayanti dan Annisa Nurul Aini Firdaus. 2019. *Modul Pelayanan Publik Digital: Pelatihan Kepemimpinan Pengawas*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Marilyn Deegan dan Simon Taner. 2002 *Digital Futures: Strategis For The Information Age*. London: Library Association Publishing.
- Milles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moenir. AS. 2000. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, M. N. *Manajemen Mutu Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia.

- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2010. *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa. Teory dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, Eliana. 2007. *Pertumbuhan dan Efektivitas Organisasi: Mengelola Lingkungan Melalui Penyesuaian Struktur Organisasi*. Jakarta: Jayabaya University Press.
- Strees, Richard M. 2020. *Efektivitas Organisasi*. Jakarta, Penerbit Erlangga
- Suwarto FX. 1999. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryadi. 2005. *Efektivitas Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah*. Jakarta: Citra Utama.
- Soedjadi FX. 1990. *Organization And Methods, Penunjang Berhasilnya Proses Manajemen*. Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2001. *Total Quality Management*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2019. *Kepuasan Pelanggan*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tim Penyusun. 2000. *Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Jakarta: UIN Jakarta Press.
- Peter. F. Drucker. 1986. *Bagaimana Menjadi Efektif dan Eksekutif*. Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya.