

**PELAYANAN PRIMA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAAN
JAMAAH UMROH PADA PT. KHAZZANAH AL – ANSHARY
TAHUN 2023**

Ahmadih Rojali Jawab¹, Salsabila²

^{1,2}Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

*Email : ahmadih.rojalih@uinjkt.ac.id

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang di dapatkan sesuai dengan keinginannya. Perusahaan travel haji dan umroh pastinya bekerja sama dengan pemerintahan Arab Saudi dalam memberangkatkan jamaahnya, itu akan memudahkan travel untuk membantu proses keberangkatan seluruh jamaahnya maka dari itu travel tidak bisa sembarangan dalam memberangkatkan jamaahnya ke Tanah Suci harus mengikuti semua prosedur-prosedur yang di berikan oleh pemerintahan Arab Saudi. Oleh karena itu perusahaan travel umroh harus meningkatkan pelayanan yang akan diberikan kepada jamaah agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan travel lainnya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pelayanan prima yang diberikan terhadap jamaah umroh dan mengetahui faktor pendukung maupun penghambat dalam memberikan pelayanan prima terhadap jamaah umroh. Dalam mengukur kualitas pelayanan terdapat lima dimensi diantaranya: (bukti nyata, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati). Pada penelitian ini digunakan data primer yang diperoleh dari penelitian lapangan dengan objek Direktur utama dan 1 atau 2 staff PT. Khazzanah Al – Anshary.

Metode penulisan yang penulis gunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif ini menggunakan teknik pengumpulan data dari wawancara langsung dan obeservasi. Hasil analisis dari penulis, penulis menjelaskan bahwa PT. Khazzanah Al – Anshary telah menerapkan pelayanan prima yang efektif. Dikarenakan setiap adanya keinginan dan keluhan dari jamaah umroh langsung di tangani dengan cekatan dan tangkas, dengan adanya pelayanan prima ini maka kepuasan jamaah akan semakin meningkat di travel Khazzanah.

Kata Kunci : Pelayanan Prima, Kepuasan Jamaah.

ABSTRACT

Customer satisfaction is a person's feeling after comparing the results obtained according to his wishes. Hajj and Umrah travel companies certainly work with the government of Saudi Arabia in dispatching their pilgrims, this will make it easier for travel to assist the departure process of all pilgrims, therefore travel cannot be

arbitrary in sending their pilgrims to the Holy Land, they must follow all the procedures given by government of Saudi Arabia. Therefore Umrah travel companies must improve the services that will be provided to pilgrims so that the company can compete with other travel companies.

The purpose of this study was to see the excellent service provided to Umrah pilgrims and to find out the supporting and inhibiting factors in providing excellent service to Umrah pilgrims. In measuring the quality of service there are five dimensions including: (real evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy). In this study used primary data obtained from field research with the object of the main director and 1 or 2 staff of PT. Khazzanah Al-Anshary.

The writing method that the writer uses is descriptive qualitative method. This descriptive qualitative method uses data collection techniques from direct interviews and observation. The results of the analysis of the authors, the authors explain that PT. Khazzanah Al – Anshary has implemented an effective excellent service. Because every wish and complaint from the Umrah pilgrims is immediately handled deftly and agilely, with this excellent service, the satisfaction of the pilgrims will increase on Khazzanah travel.

Keywords : *Excellent service, congregation satisfaction.*

PENDAHULUAN

Islam adalah agama dakwah. Agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia (Iseu Susilawati, 2016). Indonesia, sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam (Joko Sulak Suwarna, 2015). Agama islam didasari oleh lima dasar utama atau yang disebut juga dengan rukun islam, yang salah satu unsurnya ialah haji.

Setiap tahunnya Tanah suci Mekkah Al-Mukaromah selalu ramai oleh lautan manusia kaum muslimin, mereka datang dari seluruh dunia untuk melaksanakan rukun Islam ke lima. Semua datang memenuhi panggilanmu ya Allah SWT “*Labbaik, Allahumma Labbaik labbaik. La syariika laka labbaik innal hamda wan ni'mata laka wal mulk laa syariika laka*”. Haji dan umroh yang mabrur merupakan suatu karunia yang tidak dapat dinilai dengan materi, karena hikmahnya sangat luar biasa, maka balasan yang pantas diberikan kepada haji mabrur yaitu: pertama, mendapat maghfirah Allah SWT. Kedua, hatinya menjadi suci dan bersih seperti kain putih yang belum ternodai. Ketiga, doanya makbul maksudnya setiap kita berdoa kepada Allah SWT, Allah dapat mendengar dan mengabulkan doa kita. Keempat dimasukkan kedalam surganya Allah SWT (M. Quraish Shihab dkk, 2000).

Dikarenakan haji adalah ibadah khusus yang berkaitan erat dengan waktu, yakni pada bulan Dzulhijjah saja, maka cara yang ditempuh

adalah dengan terlebih dahulu melakukan umroh untuk sampai ke kota Mekkah dan Madinah, dengan melakukan ibadah umroh, yang mayoritas ulama menyatakan atau berpendapat hukumnya adalah sunah (Ath-Thabary, 2001)

Ayat berbicara mengenai haji dan umroh terdapat dalam Al-quran sebagai berikut:

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ ۚ

Artinya: “Dan sempurnakanlah ibadah haji dan `umroh karena Allah”. (QS. Al- Baqarah/2:196)

Umrah secara bahasa bisa diartikan berziarah ke tempat ramai atau berpenghuni. Sedangkan menurut istilah, umroh adalah menyengaja menuju Ka’bah untuk melaksanakan ibadah tertentu. Dalam syariat Islam, umroh adalah berkunjung ke Baitullah atau (Masjidil Haram) dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Sang Khalik yakni Allah SWT dengan memenuhi seluruh syarat-syaratnya, serta waktu tak ditentukan seperti pada ibadah haji (Kurnia Azizah, 2022) Pengertian lain dari Umroh adalah ziarah ke Baitullah dengan melaksanakan rangkaian ibadah yang terdiri atas ihram (niat umroh) dari miqat, thawaf. (mengelilingi ka’bah 7 kali), sa’i (berlari-lari kecil 7 kali) diantara dua bukit shafa dan marwah, hingga diakhiri dengan mencukur rambut kepala baik keseluruhan dengan menggundul ataupun memotong sebagian rambut kepala (Mastanah). Oleh karena itu, Haji dan umrah adalah suatu rangkaian kegiatan religius yang di dalamnya terdapat pengorbanan, rasa syukur, kerelaan hati untuk melaksanakan perintah Allah. Barang siapa yang melaksanakannya dengan hati tulus karena Allah SWT, maka Allah akan melihat amalan tersebut dan memberinya pahala berlipat ganda.

Ibadah haji dan umroh mempunyai imbalan yang besar di sisi Allah swt, terdapat dalam hadis Nabi Muhammad saw: Telah menceritakan kepada kami `Abdullah ibn Yusuf, telah mengkhabarkan kepada kami Malik, dari Sumay hamba sahnya Abu Bakar ibn `Abdurrahman, dari Abu Shalih as-Saman, dari Abu Hurairah ra, bahwasanya Rasul saw bersabda: Umroh kepada umroh yang berikutnya adalah suatu pengampunan dosa, sedangkan haji yang mabrur tiada balasan yang layak baginya selain surge (Al – Bukhary, 2008).

Sehingga dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa mengerjakan haji dan umrah itu wajib apabila diri kita nya sanggup baik dari segi jasmani maupun rohani dan orang yang mengerjakan haji atau umrah akan merasa aman baik berkaitan dengan dirinya atau hartanya, kelebihan inilah yang membuat umat muslim banyak yang ingin berangkat menunaikan ibadah haji dan umrah dengan berbagai alasan untuk ingin melihat rumah Allah SWT dan

menunaikan kewajiban beribadah kepada Allah SWT, tak terkecuali umat Islam yang ada di Indonesia.

Dari tahun ke tahun jamaah haji semakin bertambah (Kementerian Agama Direktorat Jenderal Haji dan Umroh, 2012), sepanjang sejarah pelaksanaan ibadah haji selalu mendapatkan perhatian khusus. Dan dari tahun ke tahun juga jamaah umroh banyak bertambah. Banyak komponen dalam penyelenggaraan ibadah haji, komponen itu mulai dari pendaftaran, transportasi, akomodasi, keamanan, catering dan kesehatan.

PT. Khazzanah Al - Anshary adalah Biro perjalanan dan wisata di Jakarta Timur yang berdiri sejak 2001. PT. Khazzanah Al – Anshary hadir dengan terobosan baru dalam keberangkatan ibadah umroh dan haji dengan prinsip utama “Berkhidmat Untuk Tamu-Tamu Allah” Melayani Sepenuh Hati, sehingga nanti calon jamaah yang ingin berangkat menunaikan ibadah suci dapat memperoleh keamanan, kenyamanan, kepastian keberangkatan dan juga kenangan yang terbaik selama perjalanan tersebut serta mendapatkan tujuan utama yaitu mendapatkan pahala yang besar dalam umroh yang mabruroh.

Perusahaan travel haji dan umroh pastinya bekerja sama dengan pemerintahan Arab Saudi dalam memberangkatkan jamaahnya, itu akan memudahkan travel untuk membantu proses keberangkatan seluruh jamaahnya maka dari itu travel tidak bisa sembarangan dalam memberangkatkan jamaahnya ke Tanah Suci harus mengikuti semua prosedur-prosedur yang di berikan oleh pemerintahan Arab Saudi, seperti pada pandemi covid 19 tahun 2020 kegiatan umroh ditutup total oleh pemerintahan Arab Saudi dan pada Tahun 2022 umroh kembali di buka namun ada beberapa peraturan yang harus diikuti seperti kenaikan biaya umroh untuk karantina di Arab Saudi. Selain itu Travel sudah memberikan 95% jadwal keberangkatan kepada jamaah umroh akan tetapi 5% dipengaruhi oleh pihak ketiga seperti pemerintah, maskapai, hotel dan perusahaan-perusahaan terkait. Maka dari itu sering adanya keterlambatan dalam penerbangan para jamaah di Bandara.

Islam telah menganjurkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani namun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win situation* yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan (Nina Rahmayanty, h. 6) Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah merupakan tujuan utama

dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan berdiri dan berkembang. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan.

Selain itu beberapa waktu terakhir ini perhatian terhadap konsumen telah menjadi peran penting dalam setiap kegiatan perusahaan. Memberikan pelayanan yang terbaik akan dilakukan demi terjadinya pembelian ulang (re-buying) oleh konsumen dan terjalinnya kerjasama yang saling menguntungkan secara terus-menerus dan berkelanjutan (Ade Maprudin, h.32) Upaya untuk membentuk kepuasan pelanggan yang maksimal tentu bukanlah hal yang gampang. Tetapi hal itu, bukanlah alasan untuk tidak dilakukannya usaha meningkatkannya pelanggan di sebuah perusahaan, karena kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

Seperti yang dikutip oleh Barnes (2003, p64) Richard Oliver berpendapat bahwa kepuasan adalah tanggapan pelanggan terhadap kebutuhan-kebutuhannya. Hal ini berarti penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah atau melebihi harapan pelanggan. Berdasarkan pendapat Irawan (2003) , kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan value dari pemasol produsen, atau penyedia jasa. Value ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa (Daryanto, Ismanto Setyobudi, 2014, h.53) Pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain. Bahkan menurut penelitian, pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan 3-5 orang kawannya, tetapi jika mereka tidak puas maka mereka akan bercerita kepada 10-15 orang lainnya. Oleh karena itu penting sekali arti dari kepuasan pelanggan untuk referensi bagi perusahaan yang bersangkutan.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dan sekarang tiba saatnya bagi kita untuk menelaah “sebagian kecil” ayat al-Qur’an Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah SWT dalam salah satu ayat yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لِّلْقَلْبِ لَآ
نَفَضُوا مِّنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَ شَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Maka dari itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakal kepada Allah. Sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal”. (QS. Al-Imron: 159).

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita sebagai karyawan harus mempunyai sifat lemah lembut pada saat melayani para konsumen, karyawan juga harus menerapkan sifat pemaaf seperti yang sudah diajarkan oleh Rasulullah SAW, bila ada permasalahan dengan konsumen harus diupayakan agar bisa diselesaikan dengan jalan musyawarah, pada akhirnya karyawan harus tawakal artinya pelayanan terhadap konsumen sudah diberikan secara maksimal oleh para karyawan terkait hasilnya hanya Allah yang menentukan. Wujud dari tawakal tersebut disamping memberikan layanan yang maksimal juga melalui doa kepada Allah SWT.

Untuk perusahaan profit, tentu saja pelayanan prima ini merupakan hal terpenting, karena kelangsungan hidup perusahaan tentu saja dipengaruhi oleh pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Jika perusahaan tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan tentu saja pelanggan akan berpaling kepada perusahaan lain. Oleh karena itu beberapa perusahaan melakukan beberapa hal dalam peningkatan kualitas pelayanannya. Salah satunya memberikan training kepada karyawannya. Disiplin dalam bekerja pun merupakan salah satu faktor penunjang dalam memberikan pelayanan.

Dengan mengetahui, mengenali dan memahami kebutuhan pelanggan maka pelaku bisnis tahu apa yang harus dilakukan dan dikerjakan dalam memberikan pelayanan yang tepat sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan maksimal kepada pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan dan pelanggan akan merasa diperhatikan, dipentingkan dan terbantu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkannya dan diinginkannya (Nina Rahmayanty, h.21).

Memang sudah seharusnya, sepantasnya dan diwajibkan kepada semua orang dan semua bagian pekerjaan di perusahaan untuk menyenangkan pekerjaan

melayani orang lain karena semua orang harus mampu berinteraksi, berkomunikasi dan menghadapi berbagai tipe pelanggan di dalam perusahaan yang meliputi rekan kerja, pimpinan dan bawahan maupun di luar perusahaan (pelanggan eksternal) yang berkunjung ke perusahaan meliputi klien, tamu, relasi dan mitra kerja. Karena setiap individu adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan bantuan orang lain.

Dengan kata lain faktor terpenting yang harus diperhatikan adalah kepuasan pelanggan tentang pelayanan. Betapa pentingnya kepuasan pelanggan, sebab jika pelanggan tidak puas, dia akan menghilangkan kepercayaan dengan travel tersebut. Semua upaya yang dilakukan untuk mencapai mutu dan memberikan pelayanan unggul tidak ada artinya sama sekali jika tidak berusaha untuk memuaskan pelanggan (Richard F Gerson, 2002, h.3). Dalam Penelitian ini peneliti mengangkat dua persoalan yang akan peneliti teliti, (1) Bagaimana pelayanan prima terhadap kepuasan jamaah umroh di PT. Khazzanah Al – Anshary? (2) Bagaimana faktor pendukung dan penghambat PT. Khazzanah Al - Anshary dalam memberikan pelayanan prima terhadap jamaah umroh?. Serta tujuannya adalah Untuk mengetahui pelayanan prima yang diberikan PT. Khazzanah Al – Anshary terhadap jamaah umroh dan Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat PT. Khazzanah Al–Anshary dalam memberikan pelayanan prima terhadap jamaah umroh.

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan penelusuran terhadap kajian terdahulu yang penulis kira memiliki persamaan dengan penelitian yang penulis lakukan. Penulis melihat penelitian yang dilakukan oleh Geni Prayogi dengan judul “ANALISIS PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA KERETA PENUMPANG DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM” Persamaannya yaitu tentang pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sedangkan perbedaannya adalah tempat penelitiannya. Penelitian ini dilakukan di PT. Khazzanah Al - Anshary yang beralamat di Jl. Otista Raya No. 46 B, Cawang. Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur. Metode penulisan yang penulis gunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif ini menggunakan teknik pengumpulan data dari wawancara langsung dan observasi. Subjek dari penelitian ini adalah PT. Khazzanah Al – Anshary, Sedangkan objek penelitiannya adalah Pelayanan prima dalam meningkatkan kepuasan jamaah umroh.

LANDASAN TEORI

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) pelayanan berarti cara atau usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh hadiah

(imbalan), atau dapat juga dimaknai sebagai kemudahan yang diberijan dalam kegiatan jual beli produk atau jasa (Mohammad Rizal Ramdhoni, Abdul Hafiz, 2022).

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi (Kasmir, 2022 : h.22).

Kualitas pelayanan 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 (Ismayanti dan Annisa Nurul Aini Firdaus 2019 : h.8).

Pelayanan Prima merupakan terjemahan dari “*Excellent Service*”, yang berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik karena pelayanan dengan Standar Operasional Perusahaan yang dimiliki. Pada dasarnya pelayanan perusahaan adalah pelayanan prima diberikan oleh perusahaan kepada jamaah yang menginginkan pelayanan yang berkualitas.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014), pelayanan prima adalah “pelayanan yang terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, baik pelanggan di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan” (Drs. Daryanto, h.107).

Jadi penjelasan diatas yaitu Pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat/pengguna jasa (customer) minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira atau senang. Pelayanan yang dilakukan oleh suatu institusi maupun perusahaan dalam bidang apapun. Tidak hanya perusahaan yang langsung berhadapan dengan pelanggan yang dapat memberikan pelayanan prima, tetapi juga perusahaan yang tidak berhadapan langsung.

Menurut (Daryanto dan Ismanto Setyabudi, 2014) tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Selain itu Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan

masyarakat secara sangat baik atau terbaik (Daryanto, Ismanto Setyobudi 2014 : h.124). Bagi perusahaan pelayanan prima bertujuan terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja mengecewakan pelanggan.

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. Sikap yang perlu dimiliki oleh pegawai berdasarkan konsep pelayanan prima adalah rasa memiliki terhadap instansi/perusahaan, rasa kebanggaan terhadap pekerjaan, loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan, ingin menjaga martabat dan nama baik instansi (Daryanto, Ismanto Setyobudi, 2014 : h.109).

Menurut (Daryanto dan Ismanto Setyabudi, 2014) pelayanan prima berfungsi sebagai berikut: a).Melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat, b).Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan, c). Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha, d).Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa, e).Memenangkan persaingan pasar, f).Memuaskan pelanggan agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan, g).Memberikan keuntungan pada perusahaan.

Standar pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggaraan kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah, terjangkau dan teratur.

Pelayanan prima sistem pelayanan yang terbaik pada manajemen modern saat ini, standar pelayanan prima adalah standar dalam melayani kebutuhan dari pelanggan atau orang lain, melayani pada dasarnya adalah aktivitas yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan kepada pelanggan konsumen yang dilayani.

Teori Kualitas Pelayanan Prima

Dalam setiap usaha perlu memperhatikan tentang pelayanan agar klien tidak kecewa atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sebaiknya perusahaan melihat terlebih dahulu dimensi-dimensi kualitas pelayanan itu sendiri. Terdapat lima teori dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2002) yaitu: a). *Tangible* (bukti fisik), atau yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang di maksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang di berikan, b). *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk

memeberikan pelayanan sesuai yang di janjikan secara akurat dan terpercaya. , c). *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaiaan informasi yang jelas, d). *Assurance* (jaminan) yaitu jaminan disebut juga dengan kepastian. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan perlu didukung oleh pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan., e). *Empaty* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang di berikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan (Parasuraman, 2002).

Pada proses pelayanan terdapat faktor penting dan setiap faktor mempunyai peran yang berbeda-beda tetapi saling berpengaruh dan secara bersama-sama akan mewujudkan pelaksanaan pelayanan yang baik. Menurut Moenier (dalam Afdian 2016) ada enam faktor pendukung pelayanan prima, antara lain: a). Faktor kesadaran, Faktor kesadaran ini mengarah kepada keadaan jiwa seseorang yang merupakan titik temu dari beberapa pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketenangan, ketetapan hati, dan keseimbangan jiwa. Dengan adanya kesadaran akan membawa seseorang kepada kesungguhan dalam melaksanakan pekerjaan. b). Faktor aturan, Aturan sebagai perangkat penting dalam segala tindakan pekerjaan seseorang. Oleh karena itu, setiap aturan secara langsung atau tidak langsung akan berpengaruh. Dengan adanya aturan ini seseorang akan mempunyai pertimbangan dalam menentuka langkahnya. Pertimbangan pertama manusia sebagai subjek aturan ditunjukkan oleh-oleh hal penting: 1). Kewenangan, 2). Pengetahuan dan pengalaman, 3). Kemampuan bahasa, 4). Pemahaman pelaksanaan, 5). Disiplin dalam melaksanakan diantranya disiplin waktu dan disiplin kerja. c). Faktor organisasi, Faktor organisasi tidak hanya berdiri dari susunan organisasi tetapi lebih banyak pada pengaturan mekanisme kerja. Sehingga dalam organisasi perlu adanya sarana pendukung yaitu sistem, prosedur, dan metode untuk memperlancar mekanisme kerja. d). Faktor pendapatan, Faktor pendapatan yang diterima oleh seseorang merupakan imbalan atas tenaga dan pikiran yang telah dicurahkan orang lain. Pendapatan dalam bentuk uang, iuran atau fasilitas dalam jangka waktu tertentu. e). Faktor kemampuan, Faktor kemampuan merupakan titik ukur untuk mengetahui sejarah nama pegawai dapat melakukan suatu pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan apa yang di harapkan, f). Faktor sarana pelayanan, Faktor sarana yang dimaksud yaitu segala jenis peralatan,

perlengkapan kerj dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat pendukung utama dalam mempercepat pelaksanaan penyelesaian pekerjaan. Adapun fungsi sarana pelayanan, antara lain: 1). Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan sehingga dapat menghemat waktu, 2). Meningkatkan produktivitas baik barang atau jasa, 3). Ketetapan susunan yang baik dan terjamin, 4). Menimbulkan rasa nyaman bagi orang yang berkepentingan, 5). Menimbulkan rasa puas padaa orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi sifat emosional.

Kepuasan pelanggan

Pengertian Kepuasan

Kepuasan berasal dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti enough atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang di cari oleh pelanggan sampai pada tingkat cukup (Nina Rahmayanty, 2010 : h.17).

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja yang di harapkan (Ade Marpudin, 2020, h.35). Kemudian Hawkins dan Looney menandakan bahwa atribut pembentuk kepuasan terdiri dari kesesuaian harapan yang merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, Hal itu meliputi produk/jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, atau pelayanan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, dan fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan (Saeful Mujab, 2022).

Sebuah kepuasan juga dapat diartikan sebagai respon terhadap sesuatu yang telah memenuhi harapannya. Oleh karena itu, seseorang tidak akan merasa puas apabila memiliki respon bahwa harapannya belum terpenuhi. Sehingga kepuasan pelanggan.

Pengertian Pelanggan

Pelanggan atau *customer* adalah seseorang atau individu baik dari organisasi, kelompok, atau instansi tertentu yang membeli, mencoba ataupun menggunakan produk/layanan bisnis Anda. Memiliki pelanggan sebanyak-banyaknya merupakan tujuan dari setiap bisnis untuk meningkatkan pendapatannya.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:49) Pelanggan adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Pelanggan atau pemakai suatu produk

adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis.”

Pelanggan juga dapat didefinisikan seseorang yang memohon kepada perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada kemampuan perusahaan tersebut. Dengan kata lain pelanggan adalah konsumen atau pembeli yang tidak bergantung pada suatu produk, tetapi produk yang bergantung pada orang tersebut. Oleh karena itu pelanggan tersebut pembeli produk atau jasa maka harus diberi kepuasan.

Menurut Daryanto dan Setyobudi (2014:49) secara garis besar terdapat tiga jenis pelanggan, yaitu: a). Pelanggan internal, Pelanggan internal (internal customer) adalah orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan. b). Pelanggan perantara, Pelanggan perantara (intermediate customer) adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai. Komponen distributor, seperti agen-agen koran yang memasarkan koran, atau toko-toko buku merupakan contoh pelanggan perantara. c). Pelanggan eksternal, Pelanggan eksternal (external customer) adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Secara umum dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan akan tercapai oleh pelanggan sesuai dengan keinginannya (Kasmir, 2017, h.236). Pengertian kepuasan pelanggan adalah apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan yang diinginkannya, seperti barang dan jasa.

Menurut Djaslim Saladin, pengertian kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Dalam membangun sebuah usaha hal yang paling penting adalah kepuasan pelanggan. Jika seorang pelanggan merasa puas dengan produk yang dijual, mereka akan menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan produk Anda pada orang lain. Dengan begitu, akan ada banyak pelanggan baru yang berdatangan mencari produk Anda.

Maka secara singkat kepuasan pelanggan adalah suatu hal yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan seperti suatu barang atau jasa. Mempunyai produk atau jasa yang berkualitas merupakan incaran para pelanggan. Karena semakin baik keunggulan dsari

produk atau jasa ini akan berperan penting yang memikat konsumen yang berkesempatan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (loyalitas).

Manfaat kepuasan pelanggan bagi bisnis: a. Memperkuat Posisi *Brand* Bisnis (*Brand Awareness*), Pasar bisnis saat ini semakin kompetitif dengan munculnya beragam toko, salah satu upaya agar bisa selamat dari ketatnya persaingan bisnis adalah dengan menekankan pada pemberian pelayanan terbaik kepada pelanggan. Kepuasan yang didapat pelanggan akan mengundang lebih banyak pelanggan baru sehingga *brand* kamu dikenal luas oleh publik, hal itu akan membentuk *brand awareness* yang memperkuat posisi *brand* kamu. b. Meningkatkan Impresi Positif Terhadap Bisnis, Kamu pernah merekomendasikan suatu *brand* yang menawarkan produk atau jasa kepada teman atau anggota keluargamu, karena kamu merasa pelayanan di tempat itu sangat memuaskan. Sebaliknya, jika kamu kecewa oleh suatu *brand*, kamu pasti memperingatkan orang lain untuk menjauhi *brand* tersebut. Di sini kepuasan pelanggan yang menciptakan impresi baik positif maupun negatif. Impresi positif mampu meningkatkan penjualan, menambah keuntungan serta melebarkan jangkauan pelanggan. c. Meningkatkan Ketertarikan Dan Loyalitas Pelanggan, Rasa puas berkaitan langsung dengan ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa. Apabila pelanggan merasa puas, otomatis mereka lebih memilih tokomu untuk pembelian berikutnya. Itulah yang disebut sebagai loyalitas pelanggan. Kamu bisa memberikan hadiah kepada pelanggan loyal sebagai bentuk apresiasi dan memastikan pelanggan tersebut tidak lepas dari ‘genggaman’ kamu.

Ibadah Umroh

Pengertian Ibadah Umroh

Ibadah Umroh adalah ziarah ke Baitullah, hukumnya adalah fardhu ‘ain bagi setiap laki-laki maupun perempuan sekali seumur hidup sebagaimana haji. Umroh dilakukan sepanjang tahun, selain hari Arafah, Idul Adha dan hari Tasyrik, dan syarat-syarat umroh sama dengan syarat-syarat haji (Zurinal Z, Aminuddin 2008 : h.204).

Syarat dan Rukun Umroh

Syarat wajib Umroh: a. Beragama Islam; Persyaratan umroh yang paling utama adalah beragama islam, karenanya ibadah umrah adalah ibadah yang dilakukan oleh umat islam. Tidak wajib dan tidak sah hukumnya bagi umat agama lain untuk melakukan ibadah umrah. b. Balig dan berakal 1). Baligh artinya, seorang muslim yang telah masuk masa baligh dibebankan untuk melaksanakan ibadah umrah. Masa baligh ini edisi dengan kedewasaan secara fisik. Bila ibadah umrah dilakukan pada masa kanak-kanak, itu tidak akan

menggantikan ibadah umrah ketika dewasa nanti, 2). Berakal maksudnya tidak gila. Ibadah umrah tidak wajib dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kesadaran diri, sakit atau menderita gangguan kejiwaan. c). Merdeka dari perbudakan, atau bukan hamba sahaya; syarat merdeka ini berlaku untuk para hamba abdi atau budak yang memiliki kewajiban keperluan-keperluan tuannya. Bila tidak mendapatkan izin untuk melaksanakan umrah maka tidak wajib bagi mereka untuk melaksanakannya. Namun jika diizinkan, mereka tetap akan mendapat pahala. d). Memiliki kemampuan; mampu di sini memiliki arti bahwa mampu mengerjakan ibadah dari segi fisik, finansial, waktu yang disisihkan sampai kepada izin untuk melaksanakannya. e). Adanya mahrom bagi perempuan; wanita yang tidak memiliki mahram yang menemaninya ketika melakukan ibadah umrah maka mereka tidak dibebani umrah (Jazuli 2017 : h.53).

Rukun Umroh: a. Berihram (berniat untuk memulai umroh) ,Ihram dilakukan di Miqat, yaitu tempat khusus yang ditetapkan Rasulullah SAW untuk melafazkan talbiah umroh. Adapun lafaz yang diucapkan ialah sebagai berikut: Artinya: aku memenuhi panggilanMu untuk menunaikan ibadah umroh. b. Thawaf (mengelilingi Kabah sebanyak 7 putaran), Thawaf dimulai dari Hajar Aswad, berakhir di Hajar Aswad pula. Dalam prosesnya jamaah disunnahkan berlari-lari kecil pada 3 putaran pertama dan berjalan biasa pada 4 putaran terakhir. c. Sa'i di antara bukit Shafa ke Marwah, Sa'i dilakukan sebanyak 7 putaran, dari Shafa ke Marwah dihitung satu putaran, balik dari Marwah ke Shafa dihitung satu putaran. Sehingga jika menempuh Shafa-Marwa kembali ke Shafa dihitung jadi 2 kali. Di Bukit Shafa, jamaah bisa menaiki bukit, lalu menghadap Kabah dan berzikir khusus yang telah ditetapkan Rasulullah. d. Tahalul, Tahalul (bercukur atau bergunting sekurang-kurangnya memotong tiga helai rambut). Boleh memotong seluruh rambut kepala atau mencukur gundul, dan yang mencukur gundul itulah yang lebih afdhal. Adapun bagi wanita, cukup dengan memotong rambutnya sepanjang satu ruas jari. Tahalul menjadi ritual penutup ibadah umroh. Oleh karenanya, jamaah diperbolehkan kembali mengerjakan hal-hal yang tadinya dilarang ketika dalam keadaan ihram. Sedangkan yang di maksud tahalul umrah adalah keadaan seseorang yang telah melaksanakan semua rukun umrah dan karena itu dihalalkan (dibolehkan) melakukan perbuatan yang sebelumnya dilarang selama berihram umrah.(Kementerian Agama RI, h.102). e. Tertib Tertib maksudnya semua rukun di atas harus dilakukan secara berurutan.

Wajib Umroh adalah : Rangkaian amalan yang harus dikerjakan dalam ibadah umroh, bila tidak dikerjakan maka harus membayar dam (denda). Sedangkan rukun syariat sahnya menunaikan ibadah dari tahap awal hingga akhir. Wajib umroh meliputi: a. Ihram (niat) dari miqot, b. Menghindari dari perbuatan yang

terlarang dalam keadaan ihram pelaksanaan umroh, c. Bersuci, e. Berpakaian Ihram, f. Sholat sunnah 2 rakaat, g. Niat umroh dari miqat, h. Membaca Talbiyah, sholawat, dan doa sejak setelah niat umroh sampai menjelang thawaf, i. Masuk kota makkah dan masjidil haram dengan berdoa, j. Melihat ka'bah dengan berdoa, k. Melaksanakan thawaf, l. Melaksanakan sa'I, m. Mencukur atau menggunting rambut (tahallul) (Mursid, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagi perusahaan yang berdiri di bidang jasa, pelayanan prima itu sangat penting bagi perusahaan jasa karena dengan memberikan pelayanan yang terbaik pelanggan akan merasa senang sehingga meningkatkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Dengan begitu akan membangun loyalitas pelanggan. PT. Khazzanah Al - Anshary memberikan pelayanan kepada jamaahnya berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan menurut "Parasuraman" (2002) yaitu:

Pertama, *Tangible* (bukti nyata) Kualitas pelayanan ini dilakukan dengan memberikan bukti nyata sebuah pelayanan yang diberikan oleh travel kepada jamaah umroh. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Direktur Utama PT. Khazzanah Al – Anshary beliau menerangkan bahwa: "Khazzanah memaksimalkan mungkin memberikan perlengkapan fasilitas dan sarana yang dibutuhkan oleh jamaah umroh. Memberikan pelayanan yang baik untuk jamaah umroh maka Khazzanah memberikan perlengkapan pendukung yang dibutuhkan oleh para jamaah umroh. Setiap jamaah pastinya sudah mendapatkan perlengkapan ibadah umroh karena Perlengkapan itu sangat penting bagi jamaah umroh seperti: (Buku Panduan) merupakan salah satu perlengkapan ibadah umroh yang harus dimiliki oleh para jamaah umroh meskipun setiap Ibadah Umroh sudah ada Muthowifnya agar para jamaah umroh bisa mengikuti dan membacanya pada waktu pelaksanaan seputar ibadah, perlengkapan lain (Seragam, kain ihrom, kerudung panjang) merupakan perlengkapan penunjang karena memudahkan Muthowif untuk membimbing, karena itu sebagai sebuah identitas Khazzanah agar setiap jamaah tidak tertukar ke rombongan jamaah travel lain. Kain ihram kebutuhan untuk jamaah umroh laki-laki karena untuk kegiatan dalam melaksanakan ibadah umroh, kerudung panjang juga merupakan kebutuhan untuk kaum jamaah umroh wanita karena untuk kegiatan dalam ibadah umroh. Selain itu Khazzanah berusaha memberikan Akomodasi atau hotel jamaah dekat dengan tempat ibadah oleh sebab itu, jamaah umroh akan lebih mudah dalam melaksanakan Ibadah nya dan melakukannya dengan rasa gembira meskipun harus bolak-balik dari hotel ke masjid. Kebersihan dan kerapian hotel menjadi

point penting untuk kenyamanan jamaah bertempat tinggal selama umroh, oleh karena itu Khazaanah bekerja sama dan berkoordinasi dengan pihak hotel agar selalu menyediakan tenaga kebersihan seperti Cleaning Service untuk selalu membersihkan tempat tinggal jamaah setiap harinya. Kegiatan jamaah umroh di Madinah, Mekkah, kegiatan ziarah ke tempat yang bersejarah, serta Jeddah menggunakan Transportasi bus AC demi kenyamanan jamaah umroh selama perjalanan. Karena alat transportasi adalah alat pendukung utama yang harus disiapkan oleh pengelola travel”.

Kedua, *Reliability* (kehandalan) Kualitas pelayanan ini merupakan pelayanan yang bersumber dari kehandalan perusahaan yang menjadikan pelanggan puas dengan pemberian pelayanan dari perusahaan tersebut. Biasanya perusahaan memiliki salah satu kehandalan yaitu pemberian informasi kepada pelanggan. Pemberian informasi adalah salah satu faktor berlangsung nya komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan. Menurut wawancara penulis dengan Direktu Utama PT. Khazzanah Al - Anshary beliau menerangkan bahwa “Khazzanah memberikan pelayanan yang mudah dipahami oleh jamaah umroh dari awal sampai akhirnya kegiatan sehingga jamaah tidak kebingungan apa yang harus mereka lakukan seperti: informasi proses pendaftaran, informasi kapan dilakukan manasik, informasi apa saja yang harus dipersiapkan keperluan jamaah, informasi kapan pemberangkatan dan informasi kapan pemulangan jamaah. Pihak Khazzanah tidak cuman memberikann informasi saja namun jika ada kekurangan yang di rasakan jamaah dari pelayanan travel kami terhadap apapun bentuk keluhan jamaah mulai dari tanah air maupun di Arab Saudi, jamaah Umroh langsung bisa mengadukannya kepada Travel kami ataupun TourLeader kami di Arab Saudi. Khazzanah juga memberikan kelengkapan admistrasi dengan paket yang sudah kami siapkan untuk kami tawarkan kepada calon jamaah. Memberikan pelayanan dengan perkenalan yang baik dari awal administrasi menjadikan loyalitas jamaah akan balik lagi ke Khazzanah. Pada saat jamaah bimbingan manasik pihak kami mengambil ustad dan ustadzah yang sudah berpengalaman dalam melaksanakan Ibadah haji dan umroh, di Arab Saudi pun kami sudah meyiapkan Mutho’if (orang yang membimbing pelaksanaan Ibadah Umroh). Pastinya kami selalu memberangkatkan jamaah umroh secara tepat waktu sesuai waktu yang sudah ditentukan dan disampaikan kepada calon jamaah umroh. Dengan jadwal keberangkatan 02 Mei 2023 memberitahukan kepada jamaah untuk berada di Bandara Soekarno Hatta pada pukul 03.00 di terminal 2E gate 4 ruang tunggu belakang resto A&W dengan penerbangan Lion Air jamaah umroh di berangkatkan kemudian kami menghimbau jamaah agar tidak ada yang terlambat.

Ketiga, *Responsiveness* (daya tanggap) Kualitas pelayanan ini merupakan kualitas yang dimana karyawan harus memberikan sebuah bantuan yang sigap untuk para pelanggannya. Menurut wawancara penulis dengan Direktur Utama PT. Khazzanah Al – Anshary beliau menerangkan bahwa: “Karyawan Khazzanah harus melayani dengan cekatan dan tangkas. Yang dimaksud dengan cekatan karyawan harus melayani dengan sepenuh hati, bila mana ada pertanyaan yang calon jamaah tanyakan kepada karyawan mengenai pelayanan kami seorang karyawan harus siap siaga dalam melayaninya. Dan pelayanan yang tangkas maksudnya seorang karyawan tidak berbelit-belit dalam mengambil keputusan. Di dalam pelayanan kami seorang karyawan harus baik dan cepat tanggap dengan keinginan pelanggan. Seorang karyawan melayani dengan tangkas adalah faktor yang sangat penting bagi calon jamaah umroh karena calon jamaah yang banyak keinginannya bisa langsung di tangani oleh karyawan yang melayani dengan tangkas ini. Maka calon jamaah pun akan merasa senang dan di hargai jika dalam pelayanan karyawan melayani penuh rasa cekatan dan tangkas. Banyak nya keluhan kesah dari jamaah umroh karena mereka masing-masing berbeda karakter, pendidikan, umur, dan berbeda juga pemikirannya. Disini kami sebagai penyelenggara umroh berperan penting dalam menanggapi setiap masalah jamaah umroh dan secepatnya kami akan mencarikan solusi terbaik sesuai keinginan jamaah umroh. Seringnya masalah yang disampaikan oleh jamaah terkait masalah di kamar hotel, dan ada juga masalah saat melaksanakan thawaf karena banyak nya jamaah yang sudah lansia jadi pastinya kami pesankan kursi roda begitu pun pendampingnya agar memudahkan bagi jamaah yang sudah lansia untuk melaksanakan ibadah umroh dengan baik dan lancar. Selain mencarikan solusi dalam menyelesaikan masalah setiap perjalanan ibadah umroh, karyawan kami akan menghadapinya dengan sikap sopan dan santun dalam menyelesaikan masalah-masalah yang ada. Biasanya masalah itu muncul karena adanya kurang komunikasi antara pihak travel kami dengan para jamaah, jadi informasi dan komunikasi yang baik adalah cara penyelesaian agar masalah nya bisa dihadapi dengan bersama begitu pun dengan kepala dingin tanpa adanya emosi dari pihak manapun. Kami juga memberikan pelayanan transaksi yang cepat bagi jamaah. Jikalau jamaah tidak bisa membayar uang muka nya secara langsung datang ke kantor kami, jamaah bisa membayar nya dengan cara mentransfer ke rekening travel kami. Di dalam bertransaksi dan juga kelengkapan administrasi yang cepat dapat memudahkan bagi travel kami untuk menjalankan kegiatan dalam perjalanan jemaahnya tersebut”.

Keempat, *Assurance* (jaminan) Kualitas pelayanan ini sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi. Pelayanan

yang diberikan kepada pelanggan harus bersifat nyata karena mempengaruhi kualitas pelayanan itu sendiri. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Direktur Utama PT. Khazzanah Al – Anshary beliau menerangkan bahwa: “Khazzanah memberikan petugas atau pembimbing yang mempunyai ilmu pengetahuan dan pengalaman lapangan tentang pelaksanaan ibadah umroh dari mulai persiapan keberangkatan sampai pada pelaksanaannya di tanah suci karena ini adalah sebuah jaminan (*Assurance*) terhadap keberhasilan ibadah umroh di Tanah Suci. Kami juga siapkan ustad dan ustadzah, dan Muthawif. Di dalam perjalanan ibadah umroh apabila ada jamaah yang sakit dan harus di rawat ke rumah sakit Muthawif akan langsung membawanya ke rumah sakit terdekat. Maka kami sebagai penyelenggara tidak akan diam saja kami akan menunggu sampai sekiranya jamaah yang sakit sampai sembuh kembali. Kami juga tidak akan menelantarkan begitu saja dan kami tidak memberatkan kepada jamaah karena ini adalah jaminan kualitas pelayanan dalam memberikan sebuah perhatian kepada jamaah. Kami juga mempertahankan totalitas pelayanan kepada para jamaah umroh, maka kami melakukan suatu komunikasi yang baik dengan para jamaah umroh agar menciptakan keunggulan pelayanan. Karena dengan adanya komunikasi yang baik maka terjalin pula kerjasama yang baik pula antara kami dengan para jamaah umroh. Kelima, *Emphaty* (empati) Kualitas pelayanan ini dilakukan dalam pendekatan antara karyawan dengan pelanggan berupa memberikan perhatian yang tulus kepada masing-masing pelanggan dan juga menjalin komunikasi yang baik agar perusahaan dapat memahami kebutuhan pelanggan. Menurut hasil wawancara penulis dengan Direktur Utama PT. Khazzanah Al - Anshary beliau Menerangkan bahwa: “Khazzanah selalu berusaha memberikan keamanan dan kenyamanan kepada para jamaah umroh agar mereka bisa beribadah dengan tenang tanpa timbul adanya rasa takut di dalam diri jamaah serta selalu bertanggung jawab dengan apa yang telah direncanakan pada program awal. Karena ibadah umroh ini kami tidak hanya mencari uang semata namun kami selalu mencari dan mengahrapkan keridhoan Allah SWT yang telah mengupayakan travel ini berjalan sampai sekarang. Kami juga menghimbau kepada para pembimbing dan petugas umroh agar dapat memahami kebutuhan para jamaah umroh, biasanya mereka lakukan melalui diskusi disela-sela waktu makan. Dan di momen inilah yang sangat penting karena jamaah umroh akan merasa dekat dan di beri rangkulan begitupun perhatian dari kami, selebihnya kami akan lebih tahu secara mendalam mengenai jamaah umroh per individu apabila ada perhatian yang mendalam kepada mereka”.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis akan merincikan Pelayanan prima pada PT. Khazzanah Al – Anshary dapat dilihat dari beberapa dimensi, diantaranya:

a. Tangible (Bukti nyata): 1). Memberikan perlengkapan umroh 2). Hotel dekat dengan tempat ibadah, 3).Memfasilitasi bus yang ber-AC. b. Realiability (kehandalan): 1). Memberikan informasi yang mudah di pahami oleh jamaah 2). Keberangkatan jamaah yang tepat waktu 3). Menerima setiap keluhan pada jamaah. c. Responsiveness (daya tanggap) 1). Memberikan pelayanan yang cekatan dan tangkas 2). Menyikapi setiap masalah pada jamaah dengan sopan dan santun 3). Memudahkan jamaah dalam bertransaksi administrasi. d. Assurance (jaminan) 1). Menyiapkan Muthowif yang berpengalaman 2). Apabila ada jamaah yang sakit berat, langsung siap siaga membawanya ke rumah sakit. e. Emphaty (empati) 1). Memberikan keamanan dan kenyamanan 2). Memberikan rangkulan dan perhatian. Hasil dari penelitian ini pelayanan yang di berikan PT. Khazzanah Al – Anshary cukup baik dan memuaskan.

Dalam memberikan pelayanan prima kepada jamaah pastinya tidak selalu berjalan mulus ada saja kesalahan-kesalahan yang dilakukan dengan tidak sengaja. Misalnya ketika seorang karyawan memberikan sebuah pelayanan prima secara lisan maupun langsung itu malah tidak berjalan sesuai dengan yang sudah direncanakan, hal tersebut pasti ada penyebab atau faktor dari tidak berjalannya rencana tersebut. Sebuah pelayanan prima akan berjalan dengan baik atau tidak baik pastinya ada hubungannya dengan faktor pendukung atau faktor penghambat baik dari segi pelayanan prima itu sendiri ataupun dari hal lainnya.

Menurut Direktur Utama PT. Khazzanah Al – Anshary menerangkan bahwa pelayanan prima sangat berpengaruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan jamaahnya, seperti faktor kesadaran dalam diri karyawan, faktor aturan, faktor organisasi, dan beberapa faktor lainnya. Berdasarkan penjelasan diatas maka dari itu penulis menghubungkan dengan pendapat menurut Moenir (2016) ada enam faktor antara lain: 1. Faktor kesadaran, Faktor kesadaran ini mejadi peran penting dalam mempengaruhi pelayanan prima. Menurut Direktur Utama PT. Khazzanah Al – anshary karyawan memberikan sebuah pelayanan prima harus dengan kesadaran sepenuhnya agar menyelesaikan pekerjaannya dengan sempurna. Ketika kesadaran mereka belum siap saat memulai pekerjaan maka hal yang akan terjadi adalah melakukan kesalahan dalam melakukan pekerjaannya. Beliau mengatakan perihal ini berkaitan terhadap memberikan pelayanan prima dalam kepuasan jamaah, bagaimana mau memberikan pelayanan prima sedangkan kesadaran dalam dirinya aja belum full. Di dalam pekerjaan perlunya ketelitian dalam bekerja maka dari itu harus adanya kesadaran penuh di dalam diri karyawan. Faktor kesadaran ini berpengaruh terhadap faktor pendukung dan penghambatnya dalam memberikan pelayanan prima kepada jamaah.

Karyawan yang memiliki kesadaran diri yang baik memiliki kemampuan mengontrol dirinya dengan mampu membaca situasi sosial di Travel dan melakukan pekerjaan dengan cepat selesai. Namun sebaliknya jika kesadaran itu tidak ada di dalam diri karyawan maka akan menjadikan sikap karyawan dalam bekerja menjadi kurang fokus.

2. Faktor aturan, Faktor aturan merupakan perangkat penting mempengaruhi kepuasan jamaah umroh, Direktur Utama Khazzanah mengatakan bahwa pada perusahaan yang ia jalani harus adanya aturan untuk mengikat semua anggota agar dapat berjalan sesuai dengan aturan sehingga nantinya aturan tersebut bisa memiliki arah dan tujuan. Dalam organisasi ini harus adanya aturan tertulis yang berupa waktu kerja, kedisiplinan dalam melakukan pekerjaan, memberikan sanksi terhadap pelanggaran kerja, serta ketentuan lain yang sudah ditetapkan oleh perusahaan kami. Menurut nya ketika mereka karyawan kami melakukan sebuah kesalahan dan maka perusahaan akan memberikan sanksi dan ketika mereka melakukan pekerjaan yang lebih atau pekerjaan yang memuaskan perusahaan maka perusahaan akan memberikan bonus dan apresiasi kepada karyawan tersebut. Dengan adanya aturan menjadikan sebuah acuan yang membuat karyawannya bekerja lebih teratur dan disiplin, sebaliknya jika tidak adanya aturan maka karyawan akan seenaknya saja dalam bekerja dan tidak bekerja secara maksimal. Maka dari itu, aturan berpengaruh terhadap faktor pendukung dan penghambatnya dalam sebuah pelayanan prima. Ketika adanya aturan untuk karyawan, karyawan tidak akan bermalas-malasan dalam mengerjakan sesuatu sebaliknya jika aturan itu tidak ada, pastinya karyawan itu tidak bekerja semaksimal mungkin dan tidak baik dalam memberikan pelayanan prima kepada jamaah.

3. Faktor organisasi, Menurut Direktur Utama PT. Khazzanah Al – Anshary faktor organisasi ini mempengaruhi dalam meningkatkan kepuasan jamaah. Adanya sebuah organisasi di Khazzanah ini bisa membentuk sebuah jabatan untuk karyawan serta pembagian kerjanya. Akan tetapi faktor organisasi sedikit berbeda dalam penerapannya karena faktor organisasi ini mengatur sistem, prosedur dan metode yang berfungsi sebagai cara agar pelaksanaan pekerjaan karyawan disini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Ketika karyawan tidak mengetahui sebuah sistem dan prosedur yang di pakai oleh travel ini maka itu menjadi penghambat terhadap memberikan pelayanan prima bagi jamaah, namun sebaliknya apabila karyawan memahami sistem dan prosedur dari perusahaan ini maka itu akan menjadi faktor pendukung nya. Dalam sebuah pekerjaannya perlu adanya sebuah prosedur yang harus dilakukan oleh karyawan agar pekerjaan mereka berjalan dengan baik. Maka disini penulis menyimpulkan bahwa ketika organisasi itu di pahami dan di jalankan dengan sebaik mungkin maka pelayanan prima yang di berikan kepada pelanggan akan

memberikan rasa puas namun ketika organisasi itu tidak dapat di pahami maka akan memberikan kekecewaan kepada jamaah. 4. Faktor pendapatan, Direktur Utama PT. Khazzanah Al – Anshary mengatakan bahwa Faktor pendapatan mempunyai pengaruh terhadap pelayanan prima yang dilakukan oleh karyawan. Ketika ada karyawan yang tidak di perhatikan bahkan untuk kebutuhan fisik minimum saja tidak cukup maka akan mempengaruhi pelayanan yang di berikan oleh karyawan kepada jamaah sehingga bisa saja karyawan melakukan suatu pekerjaan nya secara tidak ikhlas atau bisa jadi karyawan tersebut mencari pekerjaan tambahan di luar travel ini agar terpenuhi kebutuhan hidupnya hal tersebut bisa menjadi faktor penghambat dalam memberikan kepuasan kepada jamaah. Apabila sebaliknya ketika kebutuhan fisik minimumnya saja sudah terpenuhi secara maksimal bahkan bisa lebih maka karyawan akan memberikan pelayanan yang ideal kepada jamaahnya. 5. Faktor kemampuan, Faktor kemampuan sangat penting dalam meningkatkan kepuasan jamaah, ketika seorang karyawan bekerja di bidang nya maka kemungkinan kecil melakukan kesalahan yang besar. Pada PT. khazzanah Al – Anshary sangat memperhatikan kemampuan setiap karyawannya, travel tidak akan memberikan tanggung jawab dan pekerjaan kepada karyawannya yang bukan ahli dalam bidang nya. Ketika karyawan bekerja sesuai dengan kemampuan mereka maka hasilnya dapat diharapkan memenuhi standar yang telah di harapkan baik dalam perwujudan standar pelaksanaan maupun standar operasional. Pada Khazzanah Tours dan Travel pula memberikan rincian Standar Operasional prosedur kesuluruh karyawannya guna memudahkan karyawan mengetahui apa yang harus mereka lakukan. Setelah karyawannya mengetahui SOP yang di berikan oleh perusahaan maka mereka melakukan pekerjaan sesuai yang telah tertera di dalam SOP perusahaan, tidak lupa juga mereka selalu memberikan hasil laporan kerjaan mereka masing-masing. Misalnya pada karyawan Customer service telah mengetahui SOP apa yang harus mereka lakukan, ia mampu melayani seluruh jamaah yang datang langsung ke kantor maupun melayani jamaah via telepon dengan baik. Faktor kemampuan ini sangat berpengaruh dalam memberikan pelayanan prima, jika karyawan memberikan pelayanan prima kepada jamaah nya dengan kemampuannya maka hasilnya akan sempurna dan ini akan menjadi faktor pendukung dalam melakukan pelayanan prima dan meningkatkan kepuasan pada jamaah umroh ataupun sebaliknya jika karyawan memberikan pelayanan prima tidak dengan kemampuan mereka, maka ini akan menjadi faktor penghambat dalam melakukan pelayanan prima dan tidak akan meningkatkan kepuasan pada jamaah umroh. 6. Faktor sarana pelayanan, Faktor ini mempengaruhi kualitas pelayanan karena merupakan alat utama yang

membantu dalam pelaksanaan pekerjaan. Menurut Direktur Utama PT. Khazzanah Al – Anshary, Khazzanah memfasilitasi jenis peralatan sebagai alat untuk membantu karyawan dalam rangka kepentingan pekerjaannya. Di dalam memberikan pelayanan prima kepada jamaah Khazzanah memfasilitasi perlengkapan pendukung jamaah untuk berangkat umroh seperti (koper, seragam, buku panduan, kain ihram dll). Maka dari itu sarana pelayanan sangat berpengaruh terhadap faktor pendukung dan penghambat dalam memberikan kepuasan jamaah. Ketika adanya sarana yang lengkap dan memadai itu akan memberikan keringan dalam pekerjaan karyawan atau mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan dan memberikan kenyamanan bagi orang-orang yang membutuhkan fasilitas tersebut. Adapun sebaliknya, jika tidak ada sarana tersebut maka pekerjaan karyawan akan menjadi lambat. Faktor pendukung lainnya, pada Tahun 2022 PT. Khazzanah Al – Anshary sudah melakukan kerja sama dengan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Khazzanah Memperbolehkan dan mengizinkan beberapa Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta melakukan kegiatan kuliah “Praktek Kerja Lapangan” atau “Magang”. Mahasiswa UIN Jakarta dibimbing dengan baik oleh seluruh karyawan Khazzanah dan diperbolehkan ikut serta dalam kegiatan memberikan pelayanan kepada jamaah umroh. Tidak itu saja, Khazzanah memberikan penghargaan sebuah sertifikat kepada mahasiswa UIN Jakarta setelah melakukan kegiatan magang.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis di PT. Khazzanah Al – Anshary, penelitian ini disimpulkan sebagai berikut: Pelayanan prima di PT. Khazzanah Al – Anshary pada pemberangkatan program JT 02 Mei bagi para jamaah umroh sudah berjalan baik dan telah sesuai dengan aturan yang terteloh oleh penyelenggara ibadah umroh. Dapat dilihat dari pelayanan PT. Khazzanah Al – Anshary pada saat pendaftaran, pemberangkatan jamaah umroh ke tanah suci hingga jamaah kembali lagi ke Tanah Air. Faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam memberikan pelayanan prima terhadap jamaah umroh di PT. Khazzanah Al – Anshary diantaranya: Faktor Kesadaran, Faktor Aturan, Faktor Organisasi, Faktor Pendapatan, dan Faktor Kemampuan. Ketika kesadaran tidak ada dalam diri karyawan, ketika sebuah aturan tidak dilakukan dengan baik, ketika organisasi tidak dapat dipahami, ketika pendapatan karyawan berupa kebutuhan fisik minimum saja tidak tercukupi, dan ketika mereka bekerja tidak dengan kemampuannya maka hal ini menjadikan faktor dari kinerja mereka dan berdampak terhadap proses dalam memberikan pelayanan prima kepada jamaahnya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Afifudin. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Agama RI, K. (n.d.). *Tuntutan Manasik Haji dan Umroh*. Jakarta: Direktorat Jenderal Penyelenggara Haji dan Umroh.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Drs. Daryanto, & Setyobudi M.Pd, D. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Malang: Gava Medika.
- Gerson, R. F. (2002). *Mengukur kepuasan pelanggan*. Jakarta: PPM.
- H, M. (2009). *Pengertian Haji dan Umroh*. Jakarta: kementerian Agama kota Depok.
- I nyoman Trisantosa, D. K. (2022). *Pelayanan Publik Berbasis Digital*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Ismayanti, & Firdaus, A. N. (2019). *Modul Pelayanan publik Digital: Pelatihan Kepemimpinan pengawas*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Jazuli, I. (2017). *Buku pintar Haji dan Umroh*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Joko, P. S. (1991). *Metode Penelitian (Dalam teori dan praktek)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grasindo Persada.
- Kasmir, D. (2017). *Customer Services Excellent Teori dan praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Priansa, D. J. (2018). *Manajemen Organisasi Publik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

Ahmadiyah Rojali Jawab

Maprudin, A. (2020). Strategi pemasaran jasa haji dan umroh pendekatan teori dan praktik. Ciputat.

Mastanah. (n.d.). *Filosofi Haji*. Tangerang Selatan : UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Mulyadi. (2015). *Implementasi kebijakan*. Jakarta: Balai Pustaka.

Rahmayanty, N. (n.d.). *Manajemen pelayanan prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Raya, M.A, P. A., & Mulia, M.A.Apu, D. S. (2003). *Menyelami seluk-beluk ibadah dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media.

Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media.

Subagyo, P. J. (1991). *Metode penelitian (Dalam Teori dan Praktek)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Susilawati, I, Sabrini A, & Setiawan, A, I. (2016). *Implementasi Fungsi Manajemen dalam pelayanan bimbingan manasik haji di kelompok bimbingan ibadah haji*, Tadbir. *Manajemen dakwah*, 1(2), 190-200.

Raya, M.A, P. A., & Mulia, M.A.Apu, D. S. (2003). *Menyelami seluk-beluk ibadah dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media.

Usman, N. (2002). *Implementasi berbasis kurikulum*. Jakarta: Grasindo.

Zurinal Z, D., & M.Ag, A. (2008). *Fiqih Ibadah, cet 1*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Sumber Journal dan Website

Arofta. (2021). *Keutamaan Ibadah dalam Islam yang benar dan lengkap*. <https://arofta.id/keutamaan-ibadah-dalam-islam/#ixzz7y1DkmC4i>.

Azizah, K. (2022, 17 Februari Kamis). *Pengertian Haji dan Umroh beserta dalilnya, pahami rukun hukum hingga waktunya* . Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/trending/pengertian-haji-dan-umroh-beserta-dalilnya-pahami-rukun-hukum-hingga-waktunya.html>

Barantum. (2022). Apa itu pelanggan? pengertian, jenis dan karakteristiknya. <https://www.barantum.com/blog/pelanggan-adalah/>.

Kurniawan, B. (2022). Kepuasan Pelanggan: Pengertian, manfaat dan cara meningkatkannya. *Komerce.id*, <https://komerce.id/blog/kepuasan-pelanggan-adalah/>.

Parasuraman, A. (2002). The Behaviorial Consequenses of Service Quality. *Jurnal of Marketing*.

Pengertian Haji dan Umroh beserta dalilnya, pahami rukun, hukum hingga waktunya . (2020, 17 Februari Kamis). Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/trending/pengertian-haji-dan-umroh-beserta-dalilnya-pahami-rukun-hukum-hingga-waktunya.html>

Ramdhoni, M. R., & A. H. (2022). Efektivitas Digitalisasi Pelayanan Pada Himpuan penyelenggara Umroh dan haji (HIMPUH) dalam Meningkatkan Layanan haji. *Manajemen dakwah*, <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/jmd/article/view/28083/11679>.

Rachmawati, K. D. (2020, Oktober 30). *Standar layanan prima (pengertian standar layanan prima. dimensi keunggulan atau kualitas layanan dan penyebab buruknya kualitas layanan*. Retrieved Mei 10, 2023, from Unesa: <http://kalinggadewirachmawati.blog.unesa.ac.id/standart-layanan-prima-pengertian-standart-layanan-prima-dimensi-keunggulankualitas-layanan-dan-penyebab-buruknya-kualitas-layananpertemuan-4>.

Rifan Aditya. (2021, Februari 09). Retrieved Maret 29, 2023, from Suara.com: <https://www.suara.com/news/2021/02/09/175201/apa-itu-implementasi-tujuan-dan-contoh-penerapannya?page=1>

Ahmadih Rojali Jawab

Rahadian, I. S. (2019). Mutu pelayanan Prima yang baik dan benar. *Blog Unesa*, <http://septaindrarahardian.blog.unesa.ac.id/standar-mutu-pelayanan-prima-yang-baik-dan-benar>.

Siadari, C. (2019, Januari 29). Retrieved Maret 30, 2023, from Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli: <https://www.kumpulanpengertian.com/2019/01/pengertian-kepuasan-pelanggan-menurut.html>

Suwamo, J. S. (2016). *Manajemen Pelayanan Jamaah Haji Kementerian Agama Kabupaten Kendal Tahun 2015*. Semarang: Skripsi, UIN walisongo.

Susilawati, I, Sabrini A, & Setiawan, A, I. (2016). Implementasi Fungsi Manajemen dalam pelayanan bimbingan manasik haji di kelompok bimbingan ibadah haji, Tadbir. *Manajemen dakwah*, 1(2), 190-200.

KhazzanahTours.com. (n.d.). Retrieved April 01, 2023, from Khazzanah Tours dan Travel: <https://khazzanahtours.com/15/profile>

Binro RSI Sultan Hadlirin Jepara. (2014, January). Retrieved February Minggu, 2023, from <https://binrohrsij.wordpress.com/2014/01/11/196/#:~:text=%E2%80%9CSebaik-baiknya%20manusia%20adalah%20yang,akan%20menghilangkan%20kesukarannya%20dihari%20kiamat>.

Wikipedia. (2021). Ibadat. <https://id.wikipedia.org/wiki/Ibadat>.

Widagdo, B. (2012). *Aqidah & Ibadah*. Malang: UMM Press.