

OPTIMALISASI LAYANAN UMROH MELALUI PENINGKATAN SDM DAN KEPUASAN JAMA'AH: STUDI PADA PT. ANNISA AHMADA TRAVELINDO

Muhammad Zahirul Fikri, Nur Mutamakkin, Erny Khoirun Nisa

Universitas Negeri Malang; Jl. Semarang No.5, Kota Malang, Jawa Timur 65145, (0341) 551312

S1 Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang

e-mail: muhammad.zahirul.2202316@students.um.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajerial dalam optimalisasi layanan ibadah umroh melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kepuasan jamaah di PT. Annisa Ahmada Travelindo. Menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil menunjukkan bahwa strategi manajemen internal yang terstruktur, pelatihan rutin muthawwif, dan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan berdampak langsung terhadap kepuasan jamaah. Manajemen pelayanan yang profesional dan humanis menjadi kunci keberhasilan perusahaan dalam membangun sistem pelayanan umroh yang berkelanjutan dan berkualitas.

Kata kunci— layanan umroh, manajemen internal, kepuasan jamaah, sumber daya manusia.

Abstract

This research aims to analyze managerial strategies in optimizing umrah services through human resource development and customer satisfaction at PT. Annisa Ahmada Travelindo. Employing a qualitative case study approach, data were collected through observation, interviews, documentation, and literature review. The results indicate that structured internal management, routine muthawwif training, and employee welfare significantly influence customer satisfaction. Professional and human-centered service management is the key to the company's success in delivering sustainable and high-quality umrah services.

Keywords— umrah service, internal management, customer satisfaction, human resources.

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan ibadah haji dan umroh merupakan salah satu bentuk tanggung jawab besar dalam pelayanan umat Islam yang harus dilaksanakan dengan sistematis, profesional, dan akuntabel. Proses ini tidak sekadar mengatur perjalanan spiritual ke Tanah Suci, namun mencakup berbagai aspek penting yang harus terintegrasi dengan baik, mulai dari tahap pembinaan sebelum keberangkatan, pemberian layanan selama perjalanan dan pelaksanaan ibadah, hingga perlindungan jamaah secara menyeluruh, baik dari segi fisik, mental, maupun spiritual. Sebagaimana ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, tanggung jawab utama dalam pelaksanaan haji dan umroh ini berada di tangan pemerintah sebagai pemegang mandat konstitusional. Mengingat Indonesia merupakan salah satu negara pengirim jamaah haji terbesar di dunia, maka tugas ini menjadi semakin kompleks dan strategis. Pemerintah dituntut untuk tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis, melainkan juga sebagai koordinator lintas sektoral yang melibatkan berbagai institusi dan stakeholder, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Berbagai elemen penting harus disinergikan, seperti penyediaan bimbingan manasik yang edukatif, sistem transportasi yang aman dan efisien, fasilitas kesehatan yang siaga dan memadai, akomodasi yang layak, serta sistem pengamanan yang menjamin kenyamanan dan keselamatan jamaah. Koordinasi ini menjadi semakin menantang karena sebagian besar rangkaian ibadah dilakukan di luar negeri, khususnya di Arab Saudi, dalam rentang waktu

yang sangat terbatas. Hal ini tentu membawa konsekuensi diplomatik yang besar karena menyangkut reputasi bangsa Indonesia di mata dunia, terutama dalam konteks hubungan bilateral antarnegara (Bakti, 2018).

Dalam era reformasi birokrasi dan tata kelola pemerintahan yang mengedepankan transparansi serta akuntabilitas, penyelenggaraan ibadah haji dan umroh tidak boleh dilakukan dengan pendekatan administratif semata. Diperlukan sistem pengelolaan yang profesional, berbasis layanan publik, serta menjunjung tinggi prinsip-prinsip nirlaba—yakni menjadikan pelayanan jamaah sebagai prioritas utama, bukan semata-mata untuk memperoleh keuntungan finansial. Dengan demikian, keberhasilan penyelenggaraan ibadah haji dan umroh tidak hanya diukur dari keberangkatan dan kepulangan jamaah secara fisik, tetapi juga dari pengalaman spiritual yang khushyuk, aman, nyaman, dan penuh makna yang dirasakan oleh seluruh pihak yang berkontribusi (Rosadi, 2011).

Dalam konteks penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, keberhasilan pelaksanaan serta pencapaian tujuan spiritual jamaah sangat ditentukan oleh keberadaan sistem pelayanan, bimbingan, dan manajemen yang profesional. Tanpa adanya bimbingan dan pelayanan yang terstruktur, maka potensi ketidakpuasan jamaah akan semakin tinggi, dan tujuan ibadah yang mulia tersebut sulit untuk tercapai secara optimal. Oleh karena itu, pelayanan administrasi dan manajerial menjadi aspek krusial dalam penyelenggaraan ibadah haji dan umrah.

Secara etimologis, istilah manajemen berasal dari bahasa Latin manus yang berarti tangan, dan agere yang berarti melakukan. Dalam konteks yang lebih modern, manajemen dipahami sebagai proses sistematis yang melibatkan berbagai aktivitas seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian terhadap sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen dalam buku *Public Relations and Communication Media Management* didefinisikan sebagai proses yang mencakup aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengaktifan, pengarahan, dan pengendalian terhadap sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (Mahfudz, 2018).

Sementara itu, Manullang mendefinisikan manajemen sebagai kombinasi antara ilmu dan seni dalam merencanakan, menyusun, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efisien dan efektif guna meraih tujuan tertentu (Manullang, 2017). Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga melibatkan keterampilan dalam memimpin dan mengoordinasikan semua aspek organisasi agar dapat berjalan secara harmonis dan produktif.

Efisiensi dalam konteks organisasi dapat dimaknai sebagai perbandingan antara hasil program (output) terhadap penggunaan sumber daya (input) dalam upaya mencapai tujuan tertentu. Semakin besar output yang dihasilkan dibandingkan dengan input yang digunakan, maka semakin tinggi tingkat efisiensi kerja unit organisasi tersebut. Oleh karena itu, efisiensi menunjukkan kemampuan suatu organisasi dalam memilih strategi, perangkat, atau sumber daya yang paling tepat untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Peningkatan kesadaran terhadap pentingnya pengelolaan yang baik juga menuntut adanya pelimpahan kewenangan kepada organisasi atau penyelenggara perjalanan untuk secara mandiri mengelola setiap tahap, mulai dari aspek pengajaran, perencanaan teknis, pengorganisasian sumber daya, pengawasan kegiatan, hingga pertanggungjawaban administratif dan spiritual. Semua ini diarahkan agar jamaah dapat melaksanakan ibadah sesuai tuntunan syariat dan petunjuk resmi yang berlaku. Oleh karena itu, memahami dan menerapkan lima fungsi utama manajemen—yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi—merupakan kunci utama dalam menjamin keberhasilan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah secara menyeluruh dan berkualitas (Anesta & Kenedi, 2023).

Dalam praktiknya, penyelenggaraan ibadah haji dan umrah menuntut penerapan manajemen yang efektif dan efisien. Hal ini mencakup seluruh tahapan proses, mulai dari perencanaan keberangkatan, pelaksanaan pembekalan dan bimbingan manasik, pengelolaan logistik dan akomodasi, hingga pengawasan selama pelaksanaan ibadah di Tanah Suci. Keseluruhan proses ini tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah semata, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat, lembaga penyelenggara haji dan umrah, serta para pemimpin rombongan (muthawwif) yang memiliki peran sentral dalam mendampingi jamaah.

Di sisi lain, industri perjalanan ibadah haji dan umroh di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Dengan jumlah umat Muslim yang terus bertambah dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjalankan ibadah haji dan umroh, biro perjalanan ibadah berperan sebagai penghubung utama dalam menyediakan layanan yang memadai dan profesional bagi para jamaah. Namun, persaingan bisnis yang ketat dan tuntutan kualitas layanan yang tinggi menuntut tidak hanya fokus pada kepuasan jamaah semata, melainkan juga harus memperhatikan kesejahteraan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang mereka miliki.

Kepuasan jamaah adalah faktor kunci dalam keberhasilan layanan travel umroh karena jamaah adalah konsumen utama yang akan menentukan reputasi perusahaan melalui pengalaman ibadah mereka. Namun, di balik pelayanan yang prima, terdapat manajemen yang baik, profesionalitas karyawan, pelayanan yang cepat dan tepat, dan

Available online at <http://www.tifani.org>

kemampuan komunikasi yang interaktif yang berperan sebagai ujung tombak dalam menjalankan operasional untuk mendapat kepercayaan serta memberikan kepuasan kepada jamaah. Oleh karena itu, peningkatan kualitas SDM dan perhatian terhadap kepuasan kerja karyawan sangat esensial untuk menciptakan pelayanan yang berkelanjutan dan optimal (Kasmir, 2005).

Kesempatan menarik simpati jamaah inilah yang dilirik oleh banyak biro penyelenggaraan haji dan umroh untuk. Semuanya berlomba-lomba untuk menawarkan fasilitas terbaik yang tentunya berbeda-beda untuk sebuah popularitas. Pelayanan yang baik akan mendatangkan loyalitas jamaah pada biro yang bersangkutan. Sebaliknya, bila pelayanan yang didapatkan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas dipersepsikan buruk. Di sisi lain, untuk unggul dalam persaingan bisnis, sebuah perusahaan harus memiliki manajerial yang berkualitas, baik dalam aspek pengelolaan lembaga, manajemen sumber daya manusia (SDM), manajemen keuangan, maupun manajemen pemasaran. Salah satu lembaga yang mengambil peran sebagai biro perjalanan haji dan umroh adalah PT. Annisa Ahmada Travelindo.

PT. Annisa Ahmada Travelindo merupakan perusahaan berbentuk perseroan terbatas yang bergerak di bidang jasa pariwisata religi, khususnya penyelenggaraan perjalanan ibadah haji dan umroh. Perusahaan ini resmi didirikan pada tanggal 10 Februari 2020, berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas (PT) dengan Nomor 162 yang disahkan secara hukum oleh Notaris Herman Soesilo, S.H. Sejak awal berdiri, PT. Annisa Ahmada Travelindo menempatkan diri sebagai biro perjalanan ibadah yang tidak hanya berorientasi pada aspek administratif perjalanan, tetapi juga pada kualitas layanan spiritual dan kenyamanan jamaah dalam menjalankan ibadah.

Berlokasi di pusat kota Jombang, Jawa Timur, perusahaan ini hadir sebagai respon terhadap kebutuhan umat Islam Indonesia yang semakin meningkat akan layanan perjalanan ibadah yang terencana, aman, nyaman, serta sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Dalam kiprahnya, PT. Annisa Ahmada Travelindo mengusung visi besar yaitu menjadi biro perjalanan ibadah yang profesional, amanah, dan terpercaya. Untuk mewujudkan visi tersebut, berbagai upaya dilakukan secara berkesinambungan, mulai dari peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan sistem manajemen perjalanan, hingga pengembangan jejaring kemitraan dengan berbagai lembaga di tingkat nasional maupun internasional, termasuk dengan penyedia layanan di Arab Saudi.

Salah satu keunggulan perusahaan ini terletak pada pendekatan pelayanan yang tidak hanya bersifat teknis, namun juga spiritual dan edukatif, dengan menyediakan program-program pembekalan dan pendampingan keagamaan bagi jamaah, baik sebelum keberangkatan maupun selama berada di Tanah Suci. Di samping itu, perusahaan juga menanamkan nilai-nilai profesionalisme dan tanggung jawab pada seluruh karyawannya, yang secara konsisten menjalankan tugas dalam bingkai integritas dan pelayanan prima. Dengan demikian, PT. Annisa Ahmada Travelindo bukan hanya menjadi fasilitator perjalanan ibadah, tetapi juga mitra spiritual yang membantu jamaah dalam meraih kesempurnaan ibadah mereka.

Melalui penelitian ini, penulis bermaksud mengkaji secara mendalam bagaimana PT. Annisa Ahmada Travelindo mengelola kedua aspek tersebut secara simultan serta mengidentifikasi program-program unggulan yang mendukung optimalisasi layanan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen travel umroh khususnya dalam konteks pengelolaan SDM dan pelayanan jamaah, sekaligus menjadi referensi bagi biro perjalanan lain yang ingin meningkatkan kualitas pelayanannya secara holistik.

METODE

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada PT. Annisa Ahmada Travelindo. Pendekatan kualitatif dipilih karena sifatnya yang mampu menggali dan mendeskripsikan fenomena manajemen dan pelayanan secara mendalam, dengan memperhatikan konteks sosial dan organisasi yang kompleks.

Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian adalah PT. Annisa Ahmada Travelindo, sebuah perusahaan biro perjalanan yang menyediakan layanan perjalanan umroh dan haji. Subjek penelitian meliputi manajemen perusahaan, karyawan tetap, serta karyawan magang yang aktif berkontribusi dalam proses pelayanan.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi Partisipatif: Penulis melakukan observasi langsung selama menjalani magang di PT. Annisa Ahmada Travelindo dari Februari hingga Juni 2025. Observasi ini meliputi aktivitas administratif, kegiatan pelatihan muthawwif, serta interaksi antara karyawan dan jamaah.

2. Wawancara Mendalam: Dilakukan wawancara dengan manajer operasional, staff administrasi, dan beberapa karyawan untuk mendapatkan perspektif mereka mengenai manajemen SDM dan layanan jamaah.
3. Dokumentasi: Pengumpulan dokumen internal seperti jadwal pelatihan, struktur organisasi, prosedur operasional standar (SOP), serta catatan evaluasi kepuasan jamaah.
4. Studi Literatur: Analisis terhadap buku, artikel, dan peraturan yang relevan terkait manajemen layanan, kepuasan pelanggan, dan pengembangan SDM dalam konteks travel umroh.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik analisis tematik, di mana data diklasifikasikan ke dalam beberapa tema utama seperti strategi manajemen internal, kepuasan karyawan, dan kepuasan jamaah. Proses ini melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang sistematis dan logis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan observasi partisipatif dan wawancara mendalam selama kegiatan magang di PT. Annisa Ahmada Travelindo, ditemukan tiga hasil utama yang menggambarkan bagaimana perusahaan mengelola manajemen internalnya serta dampak dari pengelolaan tersebut terhadap kepuasan karyawan dan jamaah. Ketiga hasil tersebut diklasifikasikan dalam tiga tema utama berikut:

Strategi Manajemen Internal yang Terstruktur dan Humanis

PT. Annisa Ahmada Travelindo menerapkan strategi manajemen internal yang berorientasi pada keterlibatan aktif seluruh elemen perusahaan, mulai dari level direksi hingga staf pelaksana. Strategi ini mencakup:

1. Sistem kerja yang terstruktur namun fleksibel, dengan waktu kerja yang ditentukan (9 jam per hari dan 1 hari libur dalam seminggu), serta adanya toleransi terhadap kebutuhan pribadi karyawan selama tidak mengganggu tugas utama.
2. Distribusi kerja yang adil dan transparan, di mana setiap karyawan memahami tugas pokok dan fungsinya. Dalam praktiknya, hal ini dibarengi dengan sikap saling bantu antardivisi, khususnya dalam masa keberangkatan umroh ketika beban kerja meningkat.
3. Program pelatihan muthawwif mingguan bagi karyawan, yang tidak hanya membekali dengan pengetahuan teknis dan spiritual tentang umroh, tetapi juga soft skills seperti komunikasi, pelayanan prima, dan manajemen konflik. Pelatihan ini diadakan oleh jajaran direksi untuk memberdayakan para karyawan tidak hanya sebagai staf pelaksana di kantor, tetapi juga sebagai muthawwif ataupun *tour leader* ketika mereka diberi instruksi untuk menemani dan membimbing jamaah yang melaksanakan ibadah di Arab Saudi, khususnya Makkah dan Madinah.
4. Koordinasi lintas divisi yang intensif, baik melalui pertemuan mingguan maupun komunikasi daring, untuk memastikan bahwa setiap perencanaan operasional berjalan dengan sinergis.

Strategi ini memberikan fondasi manajerial yang kuat, sekaligus menumbuhkan budaya kerja yang adaptif dan kolaboratif.

Kepuasan Karyawan sebagai Fokus Manajerial Internal

Dari sisi internal, karyawan merasakan kenyamanan dan kepuasan kerja dalam beberapa aspek penting:

1. Lingkungan kerja yang berlandaskan kekeluargaan, di mana relasi antarkaryawan bersifat informal namun tetap profesional. Suasana ini menciptakan iklim kerja yang nyaman, suportif, dan minim tekanan psikologis.
2. Adanya ruang belajar dan pengembangan diri, khususnya bagi karyawan baru maupun magang. PT. Annisa Ahmada Travelindo memposisikan setiap staf sebagai aset jangka panjang, sehingga pelatihan dan pembimbingan dilakukan dengan pendekatan mentoring, bukan hanya instruksi teknis.
3. Apresiasi terhadap kinerja, meski belum seluruhnya dalam bentuk insentif finansial yang besar, tetapi karyawan merasa dihargai melalui pujian terbuka, kepercayaan dalam tugas penting, hingga ajakan terlibat dalam keputusan-keputusan operasional.
4. Peluang untuk berkembang menjadi muthawwif, yang tidak hanya memberikan pengalaman profesional lebih luas, tapi juga menjadi sarana ibadah dan prestise spiritual. Karyawan yang berhasil melalui pelatihan intensif berkesempatan untuk berangkat ke Arab Saudi dan mendampingi jamaah secara langsung.

Semua ini membentuk ikatan emosional dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Karyawan tidak hanya bekerja, tetapi merasa menjadi bagian dari sebuah visi pelayanan ibadah yang suci.

Kepuasan Jamaah Sebagai Cerminan Pelayanan Internal

Kepuasan jamaah juga tercatat sebagai dampak nyata dari sistem manajemen dan kenyamanan kerja di internal perusahaan. Hasil ini tampak dalam beberapa indikator:

1. Proses administrasi dan keberangkatan yang sistematis dan ramah, di mana jamaah merasa dibimbing dan tidak kebingungan sejak pendaftaran hingga pelaksanaan umroh.
2. Layanan manasik yang interaktif, dengan materi yang mudah dipahami dan suasana yang terbuka untuk tanya jawab. Karyawan yang menjadi pemateri atau pendamping memperlihatkan sikap profesional dan hangat.
3. Pendampingan selama umroh oleh muthawwif yang kompeten, yang menjelaskan tata cara ibadah, sejarah tempat suci, serta mampu mengelola dinamika rombongan dengan bijak. Hal ini sangat dihargai oleh jamaah, terutama yang berusia lanjut atau baru pertama kali ke Tanah Suci.
4. Tersedianya bantuan 24 jam, baik secara daring maupun luring, ketika jamaah menghadapi kendala selama perjalanan. Kesiapsiagaan ini menjadi salah satu nilai tambah utama dari layanan PT. Annisa Ahmada Travelindo.

Keseluruhan pengalaman ibadah jamaah yang positif ini tidak hanya dihasilkan dari SOP formal, melainkan juga dari semangat pelayanan yang dibangun melalui kepuasan dan kesiapan internal karyawan.

Pembahasan

Manajemen pelayanan dalam biro travel haji dan umroh tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan ekspektasi jamaah sebagai konsumen utama, tetapi juga mencakup upaya sistematis untuk membangun lingkungan kerja internal yang mendukung, sehat, dan mensejahterakan seluruh elemen sumber daya manusia di dalam perusahaan. Dalam konteks ini, karyawan tidak hanya dipandang sebagai pelaksana teknis, melainkan sebagai agen strategis dalam keberlangsungan pelayanan keagamaan. Oleh karena itu, dalam membangun biro perjalanan yang profesional, upaya peningkatan kualitas pelayanan kepada jamaah harus berjalan seiring dengan perhatian terhadap pengelolaan SDM yang humanis dan berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan pada PT. Annisa Ahmada Travelindo memperlihatkan bahwa pendekatan manajerial yang bersifat *human-centered* dan berorientasi pada pemberdayaan SDM memiliki korelasi positif yang signifikan terhadap kualitas layanan kepada jamaah. Karyawan yang merasa dihargai, diberdayakan, dan dilibatkan dalam sistem organisasi akan memiliki tingkat komitmen dan motivasi kerja yang lebih tinggi. Hal ini pada akhirnya berdampak langsung pada cara mereka memberikan pelayanan, baik dalam aspek administratif maupun spiritual.

Strategi Manajemen Internal: Dasar dari Kinerja Berkualitas dan Berkelanjutan

Strategi manajemen internal yang diterapkan oleh PT. Annisa Ahmada Travelindo menunjukkan karakteristik organisasi yang adaptif, responsif, dan kolaboratif. Struktur kerja yang tertata secara rapi dengan pembagian tugas yang jelas menjadi pondasi dasar dalam mendukung operasional yang efisien. Namun, keunggulan utama terletak pada fleksibilitas manajerial yang memungkinkan adanya penyesuaian sesuai kebutuhan di lapangan, seperti saat terjadi peningkatan intensitas keberangkatan umroh.

Salah satu kebijakan yang mencerminkan efisiensi sekaligus nilai-nilai humanistik adalah sistem kerja yang memperhatikan keseimbangan antara beban kerja dan waktu istirahat, yaitu 9 jam kerja per hari dengan 1 hari libur dalam sepekan. Hal ini tidak hanya menjaga produktivitas kerja, tetapi juga memberikan ruang bagi karyawan untuk menjaga kesehatan fisik dan psikologisnya. Praktik ini selaras dengan teori keseimbangan kerja-hidup (*work-life balance*) yang menjadi prinsip penting dalam manajemen SDM kontemporer (Adhitarma & Adnyani, 2023).

Lebih dari itu, perusahaan juga menekankan pentingnya komunikasi lintas divisi melalui pertemuan rutin dan sistem koordinasi yang terbuka. Hal ini tidak hanya meningkatkan kecepatan pengambilan keputusan, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan dan tanggung jawab kolektif terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini, prinsip *participative management* dijalankan dengan efektif, di mana setiap individu diberikan ruang untuk terlibat aktif dalam proses perencanaan dan evaluasi (Posadzińska et al., 2020).

Program pelatihan muthawwif yang dilaksanakan secara rutin juga merupakan bentuk nyata dari komitmen perusahaan terhadap pengembangan kompetensi SDM. Pelatihan ini tidak hanya menekankan aspek teknis seperti pengetahuan tentang tata cara ibadah umroh dan sejarah tempat-tempat suci, tetapi juga soft skills seperti etika pelayanan, komunikasi interpersonal, dan manajemen konflik. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kapabilitas, tetapi juga membentuk karakter pelayanan yang empatik dan profesional.

Kepuasan dan Kesejahteraan Karyawan: Pilar dalam Rantai Layanan

Aspek kesejahteraan karyawan memainkan peranan krusial dalam menentukan keberhasilan layanan biro perjalanan umroh. Dalam konteks PT. Annisa Ahmada Travelindo, kesejahteraan tidak hanya diukur melalui aspek finansial

seperti gaji dan insentif, tetapi juga melalui indikator-indikator non-material seperti kenyamanan lingkungan kerja, peluang untuk mengembangkan karir, dan pengakuan atas prestasi. Menurut Robbins & Judge (2015), apresiasi terhadap kinerja karyawan akan menciptakan kepuasan kerja di mana terjadi kesesuaian antara harapannya akan pekerjaannya dan imbalan yang diberikan atas pekerjaannya (Wahyudi & Tupti, 2019).

Budaya kerja kekeluargaan yang diterapkan secara konsisten menjadi nilai tambah tersendiri dalam membentuk iklim kerja yang suportif dan rendah tekanan. Dalam lingkungan semacam ini, karyawan merasa lebih bebas untuk berinovasi, mengemukakan pendapat, dan memperbaiki kesalahan tanpa rasa takut. Hal ini sesuai dengan konsep *psychological safety* yang sangat berperan dalam meningkatkan kinerja tim dan inovasi di tempat kerja (Newman et al., 2017).

Ketersediaan ruang belajar dan kesempatan menjadi *muthawwif* merupakan bentuk penghargaan terhadap potensi karyawan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak memandang staf sebagai sumber daya statis, melainkan sebagai aset dinamis yang perlu terus dikembangkan. Dengan menyediakan jalur pengembangan yang jelas dan terbuka, perusahaan mendorong terjadinya *employee engagement*, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan produktivitas kerja (Chandani et al., 2016).

Selain itu, peran spiritual karyawan sebagai pelayan ibadah memberikan dimensi khusus yang tidak ditemukan dalam industri jasa lainnya. Ketika karyawan menyadari bahwa pekerjaan mereka tidak hanya berdampak pada kepuasan konsumen, tetapi juga pada keberhasilan ibadah jamaah, maka pekerjaan menjadi bermakna secara emosional dan religius. Hal ini memperkuat motivasi intrinsik yang jauh lebih tahan lama dibanding motivasi berbasis insentif semata.

Kepuasan Jamaah: Refleksi dari Kesehatan Sistem Internal

Meskipun fokus utama artikel ini adalah pada manajemen internal, keberhasilan layanan biro perjalanan umroh pada akhirnya akan diukur dari kepuasan jamaah sebagai penerima manfaat langsung. Dalam kasus PT. Annisa Ahmada Travelindo, berbagai indikator menunjukkan bahwa kepuasan jamaah berada pada tingkat yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dari lancarnya proses administrasi, layanan manasik yang interaktif dan mudah dipahami, serta kualitas pendampingan selama di Tanah Suci yang dilakukan oleh *muthawwif* berpengalaman dan komunikatif.

Kesiapsiagaan perusahaan dalam merespon keluhan serta memberikan bantuan 24 jam juga menjadi faktor penting yang meningkatkan kepercayaan jamaah. Pelayanan semacam ini hanya mungkin terwujud apabila internal perusahaan berada dalam kondisi sehat, stabil, dan kompeten. Dengan kata lain, keberhasilan pelayanan eksternal merupakan manifestasi langsung dari kualitas pengelolaan internal.

Konsep *service-profit chain* oleh Heskett et al. (1994) menjadi relevan dalam konteks ini. Model tersebut menjelaskan bahwa kepuasan karyawan akan meningkatkan kualitas pelayanan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Hogreve et al., 2017). PT. Annisa Ahmada Travelindo secara implisit telah mengimplementasikan prinsip ini melalui strategi manajemen dan kebijakan SDM yang mereka jalankan.

Dari keseluruhan pembahasan, dapat ditegaskan bahwa keberhasilan biro perjalanan umroh tidak hanya terletak pada kemampuannya dalam menyediakan fasilitas fisik yang memadai, tetapi juga pada sejauh mana mereka mampu menginternalisasikan nilai-nilai profesionalisme spiritual dalam setiap lini pelayanan. PT. Annisa Ahmada Travelindo membuktikan bahwa pelayanan ibadah yang berkualitas harus didukung oleh sistem kerja yang efisien, sumber daya manusia yang sejahtera, dan lingkungan kerja yang memfasilitasi pertumbuhan karakter serta kompetensi.

Dengan demikian, pengembangan manajemen internal bukan sekadar agenda administratif, melainkan bagian integral dari misi pelayanan kepada jamaah. Ini adalah pendekatan yang tidak hanya relevan secara manajerial, tetapi juga selaras dengan semangat ibadah itu sendiri. Bagi biro perjalanan lain yang ingin meningkatkan kualitas pelayanannya, model yang diterapkan oleh PT. Annisa Ahmada Travelindo layak dijadikan sebagai referensi praktik yang baik dalam mengelola layanan keagamaan yang unggul dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Manajemen pelayanan travel umroh yang unggul tidak hanya tercermin dari tingginya tingkat kepuasan jamaah, tetapi lebih dalam lagi, dari sejauh mana perusahaan memperhatikan pengelolaan manajerial dan pemberdayaan karyawan. PT. Annisa Ahmada Travelindo menunjukkan bahwa keberhasilan pelayanan lahir dari sistem internal yang kokoh dan humanis. Strategi manajemen internal yang tertata, dikombinasikan dengan kultur kerja kekeluargaan dan pembinaan sumber daya manusia secara berkelanjutan, menjadi faktor utama dalam menjamin kualitas layanan ibadah umroh.

Available online at <http://www.tifani.org>

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan layanan ibadah umroh sangat dipengaruhi oleh kualitas pengelolaan internal perusahaan, khususnya dalam aspek manajemen, pemberdayaan sumber daya manusia, dan strategi pelayanan yang terstruktur. Studi kasus pada PT. Annisa Ahmada Travelindo memperlihatkan bahwa keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan kepuasan jamaah tidak hanya bertumpu pada aspek teknis perjalanan, tetapi juga pada sistem manajemen yang humanis, pelatihan karyawan yang berkelanjutan, serta lingkungan kerja yang kondusif. Tiga aspek utama yang menjadi temuan kunci adalah: (1) strategi manajemen internal yang fleksibel dan kolaboratif, ditunjang oleh koordinasi lintas divisi serta pembagian tugas yang adil; (2) peningkatan kualitas karyawan melalui pelatihan rutin, yang tidak hanya menguatkan kompetensi teknis, tetapi juga nilai-nilai spiritual dan pelayanan prima; dan (3) kepuasan jamaah yang tercermin dari kualitas pelayanan, kelancaran administratif, serta kenyamanan selama proses pelaksanaan ibadah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pelayanan ibadah umroh yang profesional, efisien, dan memuaskan hanya dapat dicapai melalui sistem manajemen internal yang solid, investasi pada pengembangan SDM, dan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan. Dengan pendekatan tersebut, biro perjalanan umroh tidak hanya menjadi penyedia layanan, tetapi juga mitra spiritual yang mendampingi jamaah dalam menjalankan ibadah dengan khidmat dan bermakna.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan jamaah merupakan refleksi langsung dari kepuasan dan kesejahteraan karyawan. Optimalisasi manajemen internal bukan sekadar strategi efisiensi, melainkan kunci utama dalam menciptakan sistem pelayanan yang berkualitas, berkesinambungan, dan berorientasi ibadah. Biro travel umroh yang ingin berkembang dalam jangka panjang perlu menanamkan kesadaran bahwa memperhatikan karyawan adalah bagian dari tanggung jawab pelayanan kepada tamu-tamu Allah.

DAFTAR RUJUKAN

- Adhitarma, A. A. B., & Adnyani, I. G. A. D. (2023). PENGARUH WORK LIFE BALANCE, KEPUASAN KERJA, DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 12(8), 840. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2023.v12.i08.p05>
- Anesta, K. L., & Kenedi, J. (2023). MANAJEMEN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON JAMA'AH HAJI DAN UMROH PADA PT. TOUR AND TRAVEL AULIYA PERKASA ABADI DI PASAMAN BARAT. *Multazam : Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 3(2), 26. <https://doi.org/10.32332/multazam.v3i2.7470>
- Bakti, L. G. W. (2018). *STRATEGI MANAJEMEN DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN IBADAH UMROH PT. SURYA CITRA MADANI YOGYAKARTA*.
- Chandani, A., Mehta, M., Mall, A., & Khokhar, V. (2016). Employee engagement: A review paper on factors affecting employee engagement. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(15). <https://doi.org/10.17485/ijst/2016/v9i15/92145>
- Hogreve, J., Iseke, A., Derfuss, K., & Eller, T. (2017). The service-profit chain: A meta-analytic test of a comprehensive theoretical framework. *Journal of Marketing*, 81(3), 41–61. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0395>
- Kasmir. (2005). *Etika Customer Service*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Mahfudz, A. H. (2018). *Mengkaji Manajemen Krisis Di Indonesia*. Deepublish.
- Manullang. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) Strategi*. Ekonopedia.
- Newman, A., Donohue, R., & Eva, N. (2017). Psychological safety: A systematic review of the literature. *Human Resource Management Review*, 27(3), 521–535. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2017.01.001>
- Posadzińska, I., Słupska, U., & Karaszewski, R. (2020). The Attitudes and Actions of the Superior and the Participative Management Style. In *European Research Studies Journal: Vol. XXIII (Issue 1)*.
- Rosadi, A. (2011). *Sejarah, Perkembangan, dan Pemikiran Pengelolaan Ibadah Haji di Indonesia*. Arfino Raya.
- Wahyudi, W. D., & Tupti, Z. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 31–44. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3363>