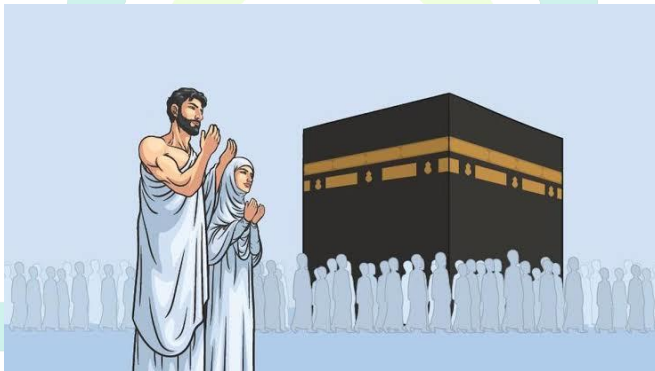




**STRATEGI MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN CALON JAMAAH
MELALUI PELAYANAN IBADAH
UMRAH DI PT AMEERA HATI MULIA
SRAGI PEKALONGAN**



**ZUMROTUL KHUSNA
NIM. 30622053**

**STRATEGI MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN CALON JAMAAH MELALUI
PELAYANAN IBADAH UMRAH DI PT
AMEERA HATI MULIA SRAGI
PEKALONGAN
SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Manajemen Dakwah



Oleh:

ZUMROTUL KHUSNA

NIM. 30622053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2026**

**STRATEGI MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN CALON JAMAAH MELALUI
PELAYANAN IBADAH UMRAH DI PT
AMEERA HATI MULIA SRAGI
PEKALONGAN
SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Manajemen Dakwah



Oleh:

ZUMROTUL KHUSNA

NIM. 30622053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2026**

SURAT KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zumrotul Khusna

NIM : 30622053

Judul Skripsi : Strategi Meningkatkan Kepercayaan Calon Jamaah Melalui Pelayanan Ibadah Umrah di PT Ameera Hati Mulia Sragi Pekalongan

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Dengan pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, Juni 2026

Yang menyatakan,



Zumrotul Khusna

NIM. 30622053

NOTA PEMBIMBING

Wirayudha Pramana Bhakti, M. Pd

mp : 2 (dua) eksemplar

il : Naskah Skripsi Sdr. Zumrotul Khusna

epada Yth.

ekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

q Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

EKALONGAN

ssalamu 'alaikum Wr.Wb

etelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah
lkripsi saudara:

Nama : Zumrotul Khusna

NIM : 30622053

Judul Skripsi : Strategi Meningkatkan Kepercayaan Calon Jamaah Melalui
Pelayanan Ibadah Umrah di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan

Naskah tersebut sudah memenuhi syarat untuk dapat segera dimunaqosyahkan. Demikian nota
pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana semestinya. Atas perhatiannya, saya
sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 14 April 2026

Pembimbing



Wirayudha Pramana Bhakti, M. Pd
NIP. 198501132015031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: uad.uinqsudur.ac.id | Email : uad@uinqsudur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **Zumrotul Khusna**

NIM : **30622053**

Judul Skripsi : **Strategi Meningkatkan Kepercayaan Calon Jamaah Melalui
Palayanan Ibadah Umrah Di PT Ameera Hati Mulia Sragi
Pekalongan**

yang telah diujikan pada Hari Senin, tanggal 25 Mei 2026 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana
Sosial (S.Sos.) dalam Ilmu Manajemen Dakwah.

Dewan Penguji

Penguji I

Prof. Dr. H. Imam Kanafi, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197511201999031004

Penguji II

Dr. H. Muhandis Zuhri, Lc., M.A.
NIP. 197801052003121002



Pekalongan, 8 Juni 2026

Disahkan Oleh

Dekan

Dr. Prastutik Harvati, M.Ag.
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – INDONESIA

Transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1977 dan No. 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan dalam bahasa Arab yang direpresentasikan melalui huruf-huruf dalam sistem tulisan Arab pada proses transliterasi dialihkan ke dalam huruf Latin dengan beberapa cara. Sebagian fonem dituliskan menggunakan huruf Latin secara langsung, sebagian lainnya menggunakan tanda tertentu, dan ada pula yang dinyatakan melalui kombinasi antara huruf Latin dan tanda diakritik. Berikut ini merupakan daftar huruf Arab beserta bentuk transliterasinya dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en

و	Wau	W	W
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah'	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, sebagaimana dalam bahasa Indonesia, terdiri atas dua jenis, yaitu vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (difftong).

a Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
□	Fathah	A	A
□	Kasrah	I	I
□	Dhammah	U	U

b Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ... َ	FathTandaah dan ya	Ai	a dan i
وَ... َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba
 فَعَلَ - fa'ala
 ذُكِرَ - zukira
 يَذْهَبُ - yaẓhabu
 سُئِلَ - su'ila
 كَيْفَ - kaifa
 هَوَّلَ - haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan kombinasi harakat dan huruf. Dalam sistem transliterasi, bunyi tersebut dinyatakan menggunakan huruf Latin yang disertai tanda tertentu, yaitu:

Contoh:

قَالَ - qāla

Huruf Arab		Huruf Latin	Nama
اَ..ى..و..		Nama	A dan garis di atas
ى..ى..و..	Kasrah dan ya	Fathah dan alif atau ya	i dan garis di atas
و..و..و..	Dammah dan wau	U	u garis di atas

رَمَى - ramā
 قِيلَ - qīl
 يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

- c. Apabila sebuah kata yang berakhiran ta marbūṭah diikuti oleh kata lain yang menggunakan kata sandang al- dan kedua kata tersebut dibaca secara terpisah, maka ta marbūṭah ditransliterasikan dengan huruf (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	- raudāḥ al-aṭfāl
	- Rauḍatul-aṭfāl
لِمَدِينَةِ الْمُنَوَّرَةِ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- Al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَة	- talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid dalam tulisan Arab ditandai dengan suatu simbol yang menunjukkan adanya penekanan atau penggandaan bunyi huruf. Dalam sistem transliterasi, tanda syaddah tersebut dinyatakan dengan menuliskan huruf yang sama secara rangkap sesuai dengan huruf yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجِّ - al-ḥajj

6. Kata Sandang

Dalam tulisan Arab, kata sandang dilambangkan dengan huruf ال (al-). Dalam sistem transliterasi, penggunaan kata sandang tersebut dibedakan berdasarkan huruf yang mengikutinya, yaitu huruf syamsiyah dan huruf qamariyah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah
Apabila kata sandang diikuti oleh huruf syamsiyah, maka dalam transliterasi bunyinya menyesuaikan dengan huruf yang mengikutinya. Dengan demikian, huruf l pada kata sandang al- berubah menjadi huruf yang sama dengan huruf syamsiyah yang langsung mengikutinya.
- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah
Apabila kata sandang diikuti oleh huruf qamariyah, maka dalam transliterasi penulisannya tetap mengikuti aturan yang telah ditetapkan dan dilafalkan sesuai dengan bunyinya.
- c. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang dalam transliterasi ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badi'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah dalam transliterasi dilambangkan dengan tanda apostrof apabila terletak di tengah atau di akhir kata.

Namun, jika hamzah berada di awal kata, maka tidak dilambangkan dengan apostrof karena dalam tulisan Arab direpresentasikan oleh huruf alif. Contoh:

تَأْخُذُنَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئُ	- syai'un
إِنَّ	- inna
مِرْتَأُ	- umirtu
أَكَلَا	- akala

8. Penulisan Kata

Pada prinsipnya, setiap kata dalam bahasa Arab, baik fi'il, isim, maupun harf, ditulis secara terpisah. Namun, terdapat beberapa kata yang dalam penulisan Arab lazim dirangkaikan dengan kata lain karena adanya huruf atau harakat yang dihilangkan. Oleh karena itu, dalam transliterasi penulisannya juga dirangkaikan dengan kata yang mengikutinya.

Contoh:

لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ وَاللَّهُ وَارٍ
rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairar-

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaila wa-almīzān

Wa auf al-kaila wal mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem penulisan Arab tidak dikenal penggunaan huruf kapital, dalam transliterasi huruf kapital tetap digunakan dengan mengikuti kaidah EYD. Huruf kapital dipakai untuk menuliskan huruf awal

pada nama diri dan pada awal kalimat. Apabila nama diri tersebut didahului oleh kata sandang, maka huruf kapital tetap digunakan pada huruf awal nama diri, bukan pada kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
illā rasūl

Wa mā Muḥammadun

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
wudī‘a lin-nāsi lallaḍī bibakkata mubārakan

Inna awwala baitin

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
unzila fīhi al-Qur’ānu

Syahru Ramaḍān allaḍī

Syahru Ramaḍān allaḍī
unzila fīhil Qur’ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالأُفُقِ الْمُبِينِ
ufuqil-mubīn

Walaqadra’āhubil-

Walaqadra’āhubil-
ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ
‘ālamīn

Alḥamdulillāhi rabbil-

Alḥamdulillāhi rabbil-
‘ālamīn

Huruf kapital pada kata Allah digunakan apabila dalam penulisan Arabnya ditulis secara lengkap. Namun, jika kata tersebut dirangkaikan dengan kata lain sehingga terjadi penghilangan huruf atau harakat, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Naṣrunminallāhiwafathunqarīb

لِلَّهِ الأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amrujamī’an

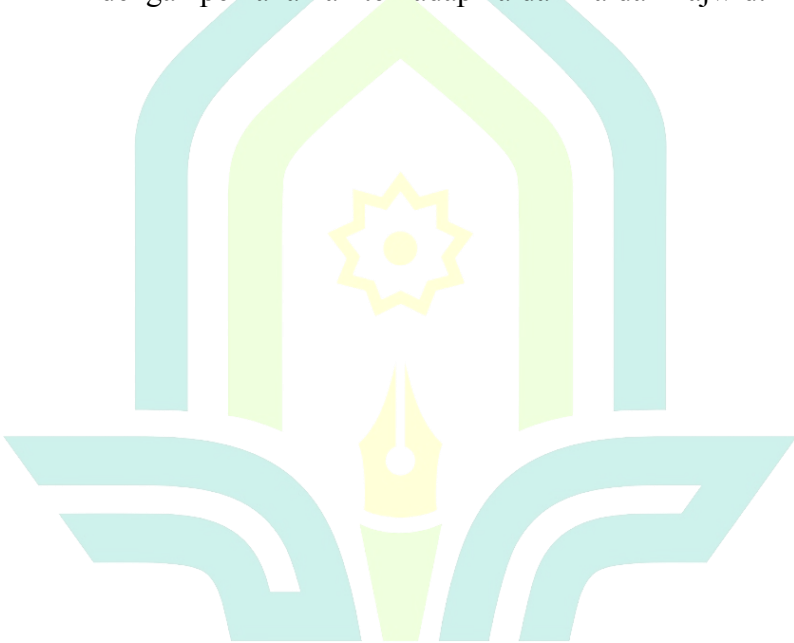
Lillāhil-amrujamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ
'alīm

Wallāhabikullisyai'in

1. Tajwid

Bagi pembaca yang menginginkan ketepatan dan kefasihan dalam pelafalan, pedoman transliterasi tidak dapat dipisahkan dari ilmu Tajwid. Oleh karena itu, penerapan pedoman transliterasi sebaiknya disertai dengan pemahaman terhadap kaidah-kaidah Tajwid.



PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.....

Alhamdulillah rabbil'alamin.. Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak dan ibu yang saya sayangi, bapak Ahmad Zaidin dan ibu Nur Asiyah. Terimakasih atas doa', kesabaran, nasihat, motivasi, dan pengorbanan yang masih ada hingga saat ini. Terimakasih atas semua yang telah diberikan, karya kecil yang mungkin tidak seberapa ini aku persembahkan untuk bapak dan ibu ku tersayang. Selama ini saya belum pernah menjadi anak yang membanggakan, semoga ini adalah awal untuk bisa membanggakan serta membahagiakan bapak dan ibu.
2. Untuk adikku, Mohammad Fawwaz Hanan yang sabar menghadapi kakaknya ketika marah. Terimakasih untuk segalanya, karena kamu adalah alasan ku untuk bertahan sampai sekarang.
3. Terimakasih untuk almarhumah kakakku yang telah meninggalkan ku sejak dini dan kedua kakekku. Karya kecil ini juga akan aku persembahkan untuk kalian, meskipun telah tiada tapi aku selalu merasakan kehadiran kalian untuk mensupport setiap langkah yang aku jalani.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Wirayudha Pramana Bhakti, M.Pd, izinkan saya mengucapkan terimakasih banyak-banyak , karena sudah bersedia membimbing mahasiswa yang lemot ini, mengarahkan, serta

mengantarkan sampai gelar sarjana. Semoga Allah SWT. Selalu memberikan kebahagiaan, kebaikan, dan memudahkan segala proses yang akan bapak lalui.

5. Terimakasih untuk penanggung jawab serta seluruh pekerja di PT. Ameera Hati Mulia Pekalongan yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan waktu yang diberikan.
6. Terimakasih untuk Kim Namjoon, Kim Seok Jin, Min Yoongi, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook atas lagu-lagu yang kalian ciptakan dan menemani dalam mengerjakan skripsi. Terimakasih pula atas semua motivasi yang kalian berikan, kalian adalah psikolog terbaik ku.
7. Kakak tingkat ku Rizka Amalia yang sudah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Kakak tingkat Manajemen Dakwah yang bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis, semoga kebaikan selalu ada pada diri kalian
8. Teman-teman Jurusan Manajemen Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang senantiasa menemani penulis dalam menempuh pendidikan di kampus.

MOTTO

Yakinlah bahwa hidup anda berharga, maka keyakinan anda akan menciptakan faktanya.

William James

Libatkan Allah dalam keadaan apapun, maka kamu tidak akan merasa kurang.

Penulis



ABSTRAK

Zumrotul Khusna, 2026. Strategi Meningkatkan Kepercayaan Calon Jamaah Melalui Pelayanan Ibadah Umrah Di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah Program Studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pembimbing: **Wirayudha Pramana Bhakti M. Pd.**

Kata kunci: Strategi Meningkatkan Kepercayaan, Pelayanan, Analisis SWOT

Ibadah umrah merupakan sunnah bagi individu yang melaksanakannya untuk pertama kali dan dapat dilakukan kapan saja, dengan minat yang semakin tinggi seiring meningkatnya jumlah umat Muslim di Indonesia dari berbagai kelompok usia. Namun, maraknya biro perjalanan umrah disertai praktik penyalahgunaan kepercayaan oleh oknum tertentu yang melakukan penipuan, sehingga menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan jasa di bidang umrah perlu menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan calon jamaah melalui kualitas pelayanan, seperti yang dilakukan oleh PT Ameera Hati Mulia Pekalongan sebagai perusahaan penyelenggaraan ibadah umrah.

Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti melakukan observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi terhadap setiap kegiatan yang diamati dengan menggunakan metode kualitatif sesuai fokus kajian. Dalam proses analisis, peneliti mengumpulkan data, menyajikannya secara sistematis, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh. Observasi dilakukan untuk mengamati peristiwa secara langsung, wawancara digunakan untuk mengonfirmasi dan memperdalam informasi, sedangkan dokumentasi berupa foto berfungsi sebagai bukti bahwa observasi telah dilaksanakan secara langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan calon jamaah dapat dicapai melalui strategi pelayanan yang efektif, meliputi layanan berkualitas, komunikasi yang jelas dan transparan, serta ketepatan dan kecepatan dalam merespons kebutuhan. Untuk itu, perusahaan perlu merumuskan strategi terarah melalui penyusunan visi dan misi, analisis lingkungan, implementasi, evaluasi, serta analisis SWOT untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman. Selain itu, pelayanan terbaik melalui aspek tangible, reliability, responsiveness, dan assurance diperlukan untuk menumbuhkan kepercayaan serta mengurangi persepsi negatif masyarakat.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirabbil'alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kerhadrat Allah SWT yang mana atas kuasanya peneliti diberi kemudahan dan kekuatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW..

Judul skripsi ini yaitu: Strategi Meningkatkan Kepercayaan Calon jamaah Melalui Pelayanan di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Dalam menulis skripsi, ini penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Zainal Mustaqim, M. Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah.
3. Hanif Ardiansyah, M.M. Ketua Jurusan Manajemen Dakwah.
4. Ahmad Hidayatullah, M.Sos. selaku Wakil Jurusan Manajemen Dakwah.
5. Wirayudha Pramana Bhakti, M. Pd. Selaku dosen pembimbing skripsi, beliau yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberi arahan, masukan, kritik dan saran kepada penulis dalam menulis skripsi.

6. Bapak, ibu, adik terimakasih atas doa, kasih sayang dan bantuan baik secara materi maupun spiritual sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. PT Ameera Hati MuliaPekalongan sebagai tempat peneletian skripsi. Terimakasih telah memberi izin untuk melakukan penelitian serta meluangkan waktunya untuk memeberikan informasi kepada penulis.
8. Segenap Dosen Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah dan jurusan Manajemen Dakwah yang telah mendidik dan memberikan banyak wawasan ilmu pengetahuan baru kepada penulis.
9. Para Staff Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang senantiasa berusaha dan berkenan memberikan pelayanan terbaik untuk penulis.

Terimkasih banyak peneliti ucapkan atas waktu, tenaga dan pikiran yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Disamping itu, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu apabila terdapat kesalahan mohon dimaafkan. Sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk bisa menjadi catatan yang lebih baik untuk kedepannya.

DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
PERSEMBAHAN.....	xiii
MOTTO.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
KATA PENGANTAR	xix
DAFTAR ISI	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Landasan teori.....	8
2. Penelitian Yang Relevan	18
3. Kerangka Berpikir	25
F. Metode Penelitian	27
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	27
2. Sumber Data	29
3. Teknik Pengumpulan Data.....	30
4. Teknik Analisis Data.....	32
c. Sistematika Penulisan	34
BAB II LANDASAN TEORI.....	36
A. Strategi Meningkatkan Kepercayaan.....	29
1. Pengertian strategi meningkatkan kepercayaan....	29
2. Hubungan dengan konsumen.....	29
3. Perhatian terhadap konsumen.....	29

B. SWOT	36
1. <i>Strengths</i>	36
3. <i>Opportunity</i>	41
4. <i>Threats</i>	44
C. Pelayanan	53
1. Pengertian pelayanan.....	53
2. Fungsi pelayanan	54
3. Prinsip pelayanan.....	55
4. Karakteristik Pelayanan Jasa	57
5. Faktor yang mempengaruhi pelayanan.....	65
D. Umrah	67
1. Pengertian Umrah	67
2. Landasan teori.....	67
a. Rukun umrah	67
b. Hukum umrah	68
BAB III GAMBARAN UMUM.....	55
A. Profil PT Ameera Hati Mulia Pekalongan	55
1. Sejarah Berdirinya Biro Ameera Hati Mulia Pekalongan	55
B. Deskripsi Data Penelitian Strategi Untuk Meningkatkan Calon Jamaah Melalui Pelayanan Ibadah Umrah	57
1. Identifikasi Visi dan Misi	57
2. Analisis Lingkungan.....	59
3. Perumusan Strategi	61
4. Implementasi Strategi	62
5. Evaluasi dan Kontrol	64
C. Deskripsi Data Penelitian SWOT Dalam Menerapkan Pelayanan Ibadah Umrah	57
1. Identifikasi Visi dan Misi	57
2. Analisis Lingkungan.....	62
3. Perumusan Strategi	65
4. Implementasi Strategi	68

5. Evaluasi dan Kontrol	70
BAB IV ANALISIS.....	79
A. Analisis Strategi Meningkatkan Kepercayaan Calon Jamaah	70
1. Menjalankan Visi dan Misi.....	73
2. Analisis Lingkungan.....	80
3. Perumusan Strategi	86
4. Implementasi Strategi.....	89
5. Evaluasi dan Kontrol	89
B. Analisis SWOT Dalam Penerapan Pelayanan	83
BAB V PENUTUP	118
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	121



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas dengan agama islam. Dikutip dari DetikJabar bahwa Indonesia menempati angka pertama sebagai mayoritas pemeluk agama islam atau dengan penduduk yang beragama islam paling banyak. Bahkan dari banyaknya negara di dunia, indonesia menduduki angka pertama dari 10 negara diantaranya ada Indonesia, Pakistan, India, Bangladesh, Nigeria, Mesir, Iran, Turki, Ethiopia dan Irak. Jumlah umat Islam di dunia mencapai 2,04 miliar jiwa atau sekitar 25 % dari total populasi dunia.¹ Indonesia menjadi negara mayoritas muslim pertama dari 10 negara karena memiliki presentase paling tinggi yang mana sebanyak 244,69 juta jiwa dari 281,2 juta penduduk. Indonesia menduduki mayoritas muslim pertama dari top 10 negara mayoritas Muslim. Kemungkinan dapat dipastikan lebih banyak jamaah indonesia yang berangkat ke tanah suci untuk melaksanakan umrah.²

Dengan mayoritas penduduk muslim, hal ini berdampak pada peminatan yang tinggi terkait dengan ibadah Umrah di Indonesia. Untuk seluruh indonesia pemberangkatan umrah per tahun dapat mencapai ribuan bahkan jutaan. Pada tahun 2022-2023 jumlah jamaah yang melaksanakan ibadah umrah mencapai 1,17 juta jamaah. Pada tahun 2023-2024 mencapai sekitar 780 ribu jamaah. Sedangkan pada tahun

¹ Dikutip dari <https://timesprayer.com/> pada tanggal 18 September 2025, pukul 22.40 WIB.

² Dikutip dari <https://www.detik.com/jabar/berita/d-7803002/10-negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-indonesia-peringkat-satu> pada tanggal 18 September 2025, pukul 22.20 WIB.

2024-2025 sementara sekitar 1,8 juta jamaah.³ Pada tahun 2023-2024 jamaah mengalami penurunan setelah terjadinya bencana *COVID-19*, seperti yang kita ketahui setelah terjadinya bencana *COVID-19* kondisi ekonomi masyarakat juga mengalami penurunan akibat beberapa hal. Di PT Ameera Hati Mulia sendiri pada tahun 2023 atau awal tahun dimana kantor cabang Pekalongan baru buka, PT Ameera Hati Mulia cabang Pekalongan memberangkatkan sekitar kurang dari 50 jamaah. Pada tahun 2024 memberangkatkan sekitar 98 jamaah dengan jumlah yang mulai meningkat setelah awal memulai buka cabang di Pekalongan. Sedangkan pada tahun 2025 untuk saat ini masih memberangkatkan 187 jamaah, kemungkinan jamaah dapat bertambah pada bulan Oktober sampai awal tahun 2026. PT Ameera Hati Mulia Pekalongan memberangkatkan 2 kali dalam satu bulan, dengan jumlah jamaah yang sama pada umumnya yaitu dengan jumlah 30-45 jamaah umrah.⁴

Adapun pelaksanaan umrah di luar kedua kondisi tersebut, seperti umrah kedua dan seterusnya tanpa adanya nadzar, dihukumi sunnah. Umrah merupakan ibadah yang tidak hanya sekadar perjalanan spiritual, tetapi juga memiliki tata cara, syarat, dan nilai ibadah tersendiri yang membedakannya dari praktik ziarah pada umumnya. Perbedaan utama terletak pada tujuan kunjungan dalam ibadah umrah, jamaah berkesempatan untuk berziarah ke makam Nabi Muhammad SAW di Madinah, sementara ziarah yang lebih dikenal masyarakat biasanya dilakukan dengan

³ Dikutip dari <https://www.kompas.id/artikel/tren-perjalanan-umrah-mulai-menggeliat> pada tanggal 10 September 2025, pukul 23.25 WIB.

⁴ Wawancara dengan Maesaroh, *Customer Service Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan*. (di Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan, Pada 29 Agustus 2025). pukul 11.00 WIB.

mengunjungi makam para ulama, tokoh agama, ataupun figur tertentu lainnya. Dengan demikian, umrah memiliki kedudukan yang lebih khusus dibandingkan ziarah biasa karena menyatukan dimensi ritual ibadah sekaligus penghormatan kepada Rasulullah SAW.⁵

PT Ameera Hati Mulia merupakan salah satu Biro Haji dan Umrah yang berpusat di Solo serta memiliki beberapa cabang di berbagai kota. Salah satunya adalah Cabang Pekalongan yang berlokasi di Jl. Raya Sipait, Genteongwungu, Sragi, Kecamatan Sragi, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah, yang mulai beroperasi pada tahun 2023. Meskipun tergolong biro baru, PT Ameera Hati Mulia mampu menarik perhatian jamaah dan setiap tahunnya berhasil memberangkatkan peserta umrah dalam jumlah yang cukup banyak. Kepercayaan ini muncul berkat layanan yang berbeda dari biro lainnya, seperti komunikasi langsung dengan jamaah di rumah masing-masing, sistem pembayaran yang fleksibel, hingga pemberian fasilitas koper dengan desain khusus dan diberikan langsung setelah pelunasan. Dengan kualitas pelayanan yang memuaskan, jamaah semakin percaya terhadap PT Ameera Hati Mulia, khususnya di Cabang Pekalongan.⁶

PT Ameera Hati Mulia adalah salah satu biro yang memiliki pelayanan yang sangat bagus dan berbeda dari yang lain. Akan tetapi bukan berarti tidak ada kendala dalam menjalankan haji maupun umrah. PT Ameera Hati Mulia memiliki beberapa paket Umrah, yang mana dari beberapa biro

⁵ Suci Wulandari, Salman Daffa Nur Azizi, Rifqi Thariq Hidayat, *Ibadah Haji dan Umrah Dikaji Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia*. (Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam, 3 (2), 2023), hlm, 175.

⁶ Wawancara dengan Lailatun Nabila, *Penanggung Jawab Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan*. (di Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan, Pada 11 Juli 2025). pukul 10.00 WIB.

harga Umrah di Ameera sangatlah terjangkau sehingga banyak peminat dari berbagai daerah. Biro ini ditekankan untuk menarik pelanggan atau *customer*, karena biro ini merupakan biro baru. Untuk menarik pelanggan atau calon jamaah biro perlu memberikan gambaran yang menarik mengenai biro dan pelayanan yang baik untuk jamaah. Selain pelayanan yang berbeda dan memuaskan, biro ini memiliki kepercayaan yang luar biasa, hal ini dapat dibuktikan dengan adanya keberangkatan setiap tahunnya dengan jumlah yang cukup banyak. Kepercayaan masyarakat akan timbul setelah calon jamaah merasakan pelayanan yang diberikan, baik dari proses konsultasi maupun setelah keberangkatan sampai kembali ke Indonesia.⁷

Selain itu, pelayanan konsultasi dan pendaftarannya juga berbeda dengan biro lain. Dimana di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan melayani konsultasi untuk datang ke rumah calon jamaah, bahkan pembayarannya pun bisa di datangi ke rumah sehingga calon jamaah tidak perlu ke kantor biro pelayanan. Yang menarik dari pendaftaran biro ini adalah dengan pendaftaran secara online atau media sosial, jamaah dapat mendaftarkan diri melalui online dengan cara DM Instagram PT Ameera Hati Mulia Pekalongan atau chat ke nomor Whatsapp yang tertera kemudian jamaah dapat membayar dp melalui transfer ke nomor rekening yang akan dikirimkan admin. Setelah uang masuk admin akan meminta berkas jamaah melalui foto dan akan diproses secara langsung.

⁷ Wawancara dengan Lailatun Nabila, *Penanggung Jawab Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan*. (di Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan. Pada 11 Juli 2025). pukul 10.00 WIB.

Perbedaan yang dimiliki biro ini yang membuat jamaah tertarik dengan PT Ameera Hati Mulia Pekalongan.⁸

Pelayanan yang diberikan dari penyelenggara sesuai dengan aturan kantor pusat, karena penyelenggaraan umrah sesuai dengan apa yang diperintahkan dari kantor pusat PT Ameera Hati Mulia. Sedangkan biro cabang tidak dapat memberangkatkan jamaah umrah tanpa izin dari kantor pusat, hal ini karena kuota yang diberikan dari kantor pusat PT Ameera Hati Mulia kepada kantor cabang cukup terbatas. Dari kantor pusat akan memberi informasi kepada pihak biro cabang untuk memberikan data calon jamaah yang sudah siap untuk melaksanakan ibadah umrah. Masing-masing pemilik layanan haji dan umrah memberikan data jumlah jamaah yang siap berangkat kurang lebih 2-3 minggu sebelum pemberangkatan umrah. Hal ini dilakukan karena kantor pusat membutuhkan data calon jamaah untuk pembelian tiket ataupun pembuatan visa.⁹

Menemukan bahwa pelayanan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan/calon jamaah dan meningkatkan kepuasan calon jamaah. Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang menyebutkan bahwa pelayanan dapat memberikan kepuasan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan.¹⁰ Namun, masih ada keterbatasan penelitian yang khusus mengkaji kepercayaan dan kualitas pelayanan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan/calon jamaah,

⁸ Observasi pada tanggal 8 Juli 2025 di PT Ameera Hati Pekalongan pukul 13.30 WIB. “Suasana sangat kondusif dan jamaah terlihat puas dengan pelayanan yang diberikan”.

⁹ Wawancara dengan Lailatun Nabila, *Penanggung Jawab Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan*. (di Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan, Pada 11 Juli 2025.) pukul 10.45 WIB.

¹⁰ Aspizain Caniago, *Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (Jurnal Lentera Bisnis, 11(3), 2022), hlm, 225-228.

sehingga ada kesempatan bagi peneliti untuk mengisi gap penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi meningkatkan kepercayaan melalui pelayanan ibadah umrah. Objek penelitian ini adalah Pt Ameera Hati Mulia Pekalongan sebagai kebaruan dalam penelitian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka untuk mendapatkan jawaban yang kongkrit dan sasaran yang tepat. Maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT dalam menerapkan pelayanan ibadah umrah di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan?
2. Bagaimana strategi untuk meningkatkan kepercayaan calon jamaah melalui pelayanan ibadah umrah di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui penerapan analisis SWOT yang efektif kepada jamaah umrah dengan mempertahankan kualitas pelayanan.
- b. Untuk mengetahui kepercayaan calon jamaah melalui pelayanan ibadah umrah.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang telah penulis uraikan maka penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat baik teoritis maupun praktis, adapun beberapa manfaatnya tersebut adalah:

- a. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat mengenai wawasan ilmu pengetahuan

tentang bagaimana meningkatkan kepercayaan calon jamaah melalui pelayanan ibadah umrah. Mempelajari hal-hal yang bisa membuat calon jamaah percaya dengan pelayanan biro. Selain itu juga dapat memberi manfaat biro mengenai pelayanan yang diinginkan dari para calon jamaah.

b. Manfaat secara praktis

a. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat penelitian ini dapat memberi manfaat pentingnya memahami bagaimana masyarakat bisa percaya dengan pelayanan yang diberikan penyelenggara haji dan umrah. Tidak mudah percaya dengan berita *hoax* yang tersebar di media sosial. Memilah berita yang tersebar di media sosial dengan mencari kebenaran yang pasti melalui media sosial yang resmi. Jika tidak percaya dengan media sosial sepenuhnya, calon jamaah bisa mendatangi kantor penyedia layanan (biro) haji dan umrah. Menanyakan lebih lanjut mengenai proses pembayaran sampai berangkat (strategi pendaftaran, pembayaran, rincian pemberangkatan, paket pemberangkatan yang ditawarkan, fasilitas dan pelayanan yang disediakan). Sebelum transaksi perlunya yakin dengan biro yang akan digunakan dengan cara mencari informasi mengenai biro ataupun mencari *testi* (jamaah yang sudah melaksanakan haji ataupun umrah).

b. Bagi Penulis

Bagi penulis memberikan manfaat menambah wawasan untuk berpikir dan memperluas pengetahuan untuk mengetahui

bagaimana memberikan kepercayaan dan pelayanan kepada calon jamaah. Wawasan ilmu pengetahuan tentang menghadapi isu-isu negatif yang tersebar di media sosial. Selain itu, dapat memahami bagaimana memberikan kepercayaan kepada masyarakat terhadap jasa pelayanan yang baik yang akan diberikan.

E. Tinjauan Pustaka

1. Landasan teori

a. SWOT

Dikutip dari buku Hasna Wijayanti, menurut Freddy Rangkuti SWOT adalah identitas dari beberapa faktor yang secara sistematis digunakan untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis dilaksanakan berdasarkan logika yang mampu mengoptimalkan peluang, sekaligus menekan kelemahan dan ancaman secara bersamaan.¹¹ Analisis SWOT digunakan sebagai alat perencanaan strategis yang menghubungkan aspek internal dan eksternal. Melalui evaluasi atas kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, metode ini dapat diaplikasikan untuk mengembangkan proyek atau perencanaan bisnis. Kepercayaan dalam pelayanan membutuhkan metode analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan singkatan yang terdiri dari 4 unsur yaitu:¹²

¹¹ Hasna Wijayanti, *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*. (Anak Hebat Indonesia, 2019), hlm 5-6.

¹² Siregar, Aula Mashuri. *Analisis SWOT Terhadap Pelayanan Haji Dan Umrah Kementerian Agama Kabupaten Deli Serdang*. (Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2018), hlm 14.

- a) Strengths (Kekuatan) adalah proses mengidentifikasi lima hingga sepuluh aspek positif yang dimiliki perusahaan atau organisasi berdasarkan kondisi dan situasi saat ini. Dalam hal ini, perusahaan perlu menilai dan membandingkan kekuatan maupun kelemahannya dengan pesaing yang ada.
- b) Weaknesses (Kelemahan) yaitu penentuan lima sampai sepuluh aspek yang menjadi kekurangan perusahaan atau organisasi dengan cara menelaah kondisi saat ini yang dapat menghambat perkembangan perusahaan.
- c) Opportunities (Peluang) merupakan lima hingga sepuluh faktor eksternal yang berpotensi mendukung perusahaan. Unsur ini diperoleh melalui analisis terhadap peluang dari luar yang dapat menunjang pertumbuhan perusahaan di masa depan.
- d) Threats (Ancaman) adalah penetapan lima sampai sepuluh faktor eksternal yang berpotensi merugikan perusahaan. Unsur ini diperoleh dari hasil analisis terhadap ancaman lingkungan yang dapat menghambat bahkan menurunkan kinerja perusahaan.¹³
- e) Strategi Meningkatkan Kepercayaan

¹³ Dewi, Adela Aurelia Kinaya, *Pengaruh analisis SWOT terhadap pengambilan keputusan pada usaha laundry di Kalijudan Surabaya*. (El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam 4(5), 2023), hlm 1263-1274.

b. Strategi meningkatkan kepercayaan

Strategi meningkatkan kepercayaan adalah suatu cara yang digunakan untuk mempertahankan jamaah ataupun calon jamaah. Mempertahankan yang dimaksud yaitu dengan percayanya mereka kepada pihak biro maka akan meningkat pula jamaah yang akan melaksanakan ibadah umrah. Menurut Morgan dan Hunt, dalam M. Nasrullah Yusuf menerangkan bahwa *trust* sebagai indikator yang sangat penting untuk keberhasilan hubungan konsumen dengan perusahaan. Sedangkan menurut Pressey dan Mathews, dalam M. Nasrullah Yusuf, bahwa *trust* sering dipakai dalam literatur *relationship mangement*. Kepercayaan masyarakat dapat dibangun melalui pelayanan yang diberikan dari pihak biro ataupun penyedia jasa lainnya. Untuk memepertahankan peningkatan jamaah maka perlunya memeberikan kepuasan kepada konsmen atau jamaah.¹⁴

Langkah-langkah strategi dalam membangun kepercayaan masyarakat mencakup lima tahap utama, yaitu idrntifikasi visi dan misi, analisis lingkungan, perumusan strategi, penerapan strategi, serta evaluasi dan kontrol yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

1) Identifikasi Visi dan Misi

Visi dan misi perusahaan berperan sebagai fondasi utama yang menentukan arah pemilihan dan penerapan strategi. Strategi-strategi ini menjadi alat bagi setiap karyawan untuk bersaing secara efektif dengan para pesaing dan mengupayakan pencapaian keunggulan kompetitif di masa depan.

¹⁴ Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. (Bandung: Reka Cipta, 2015), hlm 193-202.

Tanpa adanya visi dan misi yang terdefinisi dengan baik, pejabat maupun karyawan sering menghadapi kesulitan dalam mencapai kinerja optimal. Oleh karena itu, perumusan visi dan misi merupakan langkah awal yang krusial bagi perusahaan dalam merancang strategi baru yang mampu mendorong pencapaian tujuan jangka panjang secara lebih terarah dan berkelanjutan.

2) Analisis Lingkungan

Dalam praktik manajemen strategi, perusahaan dituntut untuk secara sistematis menilai kondisi lingkungan baik dari dalam maupun luar organisasi agar keputusan strategis yang diambil dapat lebih tepat sasaran. Penilaian terhadap lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang melekat pada perusahaan, sementara penelaahan lingkungan eksternal difokuskan pada pengenalan peluang serta ancaman yang muncul dari faktor-faktor di luar perusahaan. Proses analisis ini tidak hanya menjadi landasan penting dalam perumusan strategi, tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai posisi aktualnya. Dengan demikian, strategi yang dirancang tidak hanya lebih relevan dan adaptif terhadap perubahan, tetapi juga berpotensi memperkuat daya saing perusahaan di pasar yang kompetitif.

3) Perumusan Strategi

Formulasi strategi/perumusan strategi adalah proses menyusun langkah-langkah yang akan ditempuh perusahaan yang mana berlandaskan

dengan identifikasi visi dan misi, serta hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pada tahap sebelumnya, untuk mendapatkan pemahaman yang jelas mengenai kondisi perusahaan saat ini. Perumusan strategi adalah proses menyusun langkah perusahaan berdasarkan visi, misi, serta analisis lingkungan internal dan eksternal, sehingga strategi yang dihasilkan sesuai dengan kondisi aktual dan mampu menjawab tantangan yang ada. Dalam merumuskan strategi memerlukan beberapa perumusan strategi untuk perusahaan.

a) **Penetapan Tujuan Spesifik Serta Pengukuran Hasilnya**

Setiap organisasi perlu menetapkan tujuan yang jelas di berbagai bidang operasionalnya agar setiap kegiatan yang dilakukan dapat berkontribusi secara efektif terhadap pencapaian visi perusahaan. Setelah tujuan ditetapkan, langkah selanjutnya adalah merumuskan hasil yang ingin dicapai serta menentukan indikator yang dapat digunakan untuk menilai sejauh mana tujuan tersebut telah terealisasi. Dengan demikian, tujuan organisasi tidak hanya menjadi pedoman, tetapi juga alat ukur keberhasilan kinerja secara konkret.

b) **Pengembangan Strategi Alternatif**

Sebelum seorang manajer mengambil keputusan, biasanya dilakukan pengembangan beberapa alternatif yang memungkinkan. Setiap alternatif tersebut kemudian dianalisis dengan mempertimbangkan konsekuensi yang

mungkin timbul dari pelaksanaannya. Proses ini mencerminkan tahap pencarian informasi, di mana lingkungan internal maupun eksternal organisasi dikaji secara seksama. Informasi yang diperoleh kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun berbagai opsi yang dapat dipilih dan diterapkan dalam pengambilan keputusan.

c) Evaluasi Strategi Alternatif

Dalam setiap proses evaluasi, tujuan utama dalam menentukan pilihan alternatif adalah menemukan opsi yang memberikan keuntungan terbesar sekaligus meminimalkan potensi kerugian. Dengan kata lain, keputusan yang diambil hendaknya seimbang antara manfaat yang diperoleh dan risiko yang mungkin muncul, sehingga hasil akhirnya optimal dan tepat sasaran.

d) Seleksi Strategi Alternatif

Proses pemilihan strategi alternatif yang telah diajukan sebelumnya merupakan langkah penting untuk menentukan opsi yang paling sesuai bagi perusahaan. Strategi yang terpilih diharapkan mampu mendorong perusahaan dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien, sekaligus memastikan keselarasan dengan visi dan misi organisasi.

e) Penetapan Strategi

Perumusan strategi harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diterapkan secara efektif oleh manajemen menengah maupun manajemen lini pertama. Hal ini

bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tingkatan organisasi mampu memahami peran dan tanggung jawabnya dalam pelaksanaan strategi, sehingga implementasinya berjalan selaras dengan tujuan perusahaan.

4) Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah tahap pelaksanaan dari rencana strategis yang telah dirumuskan oleh manajemen puncak, dengan tujuan mencapai sasaran perusahaan sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif. Kompetitif merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing secara efektif di pasar dengan menonjolkan keunggulan tertentu, seperti kualitas produk, harga, layanan, atau inovasi. Perusahaan yang memiliki daya saing tinggi mampu menawarkan nilai tambah yang melebihi pesaingnya, sehingga tidak hanya mempertahankan tetapi juga memperluas pangsa pasarnya. Agar strategi yang dirancang dapat diterapkan secara optimal, proses implementasinya harus dilakukan dengan cermat dan penuh perhatian terhadap setiap detail.

- a) Menetapkan struktur organisasi yang jelas dan transparan menjadi hal penting untuk memastikan bahwa setiap tingkatan dalam organisasi dapat menjalankan tanggung jawabnya secara efektif dan sesuai dengan peran yang telah ditentukan. Dengan struktur yang terdefinisi dengan baik, koordinasi antar

level menjadi lancar dan pelaksanaan tugas dapat berjalan lebih efisien.

- b) Sistem manajemen perlu dijabarkan secara rinci melalui panduan kerja yang terstruktur, sehingga setiap pihak dapat melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan konsisten dan sesuai prosedur yang telah ditetapkan. Pendekatan ini memastikan keselarasan dalam pelaksanaan operasional serta meminimalkan kemungkinan kesalahan atau kebingungan.
- c) Setiap kebijakan atau strategi yang diterapkan perlu disesuaikan dengan budaya organisasi yang berlaku. Pendekatan ini penting untuk mencegah timbulnya konflik internal yang berpotensi menghambat pertumbuhan dan perkembangan perusahaan, sekaligus memastikan harmonisasi antara tujuan strategis dan nilai-nilai yang dianut oleh seluruh anggota organisasi.

5) Evaluasi dan Kontrol

Evaluasi dan pengendalian adalah proses penting untuk meninjau kembali strategi yang telah dijalankan pada tahap sebelumnya. Proses ini memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi kebutuhan akan tindakan korektif sehingga pelaksanaan strategi tetap selaras dengan tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Dengan menerapkan evaluasi dan pengendalian secara efektif, perusahaan memperoleh keuntungan signifikan dalam

memantau dan mengawasi kinerja manajemen strategi, sehingga proses pelaksanaan menjadi lebih terarah dan terkontrol.

- a) Memastikan seluruh tahapan dalam pelaksanaan program atau manajemen strategi berjalan sesuai rencana, sekaligus memanfaatkan sumber daya perusahaan secara optimal. Pendekatan ini tidak hanya menekankan efektivitas dalam pencapaian tujuan, tetapi juga mendorong efisiensi penggunaan setiap aset yang tersedia.
- b) Menilai sejauh mana pelaksanaan program manajemen strategi berjalan sesuai dengan jalur yang telah ditetapkan, sehingga memungkinkan identifikasi area yang membutuhkan koreksi atau penyempurnaan. Proses ini penting untuk memastikan bahwa strategi yang dijalankan tetap efektif dan selaras dengan tujuan organisasi.
- c) Langkah berikutnya adalah melakukan evaluasi serta investigasi terhadap pelaksanaan program yang berjalan di luar jalur atau prosedur yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil temuan, dilakukan evaluasi yang diperlukan untuk memastikan penyimpanan dan

pelaksanaan program kembali sesuai dengan standar yang berlaku.¹⁵

c. Pelayanan

Menurut Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby pelayanan adalah suatu produk yang tidak kasat mata yang melibatkan usaha manusia dalam menggunakan peralatan. Pelayanan merupakan suatu produk tak kasat mata (tidak dapat dilihat ataupun diraba) yang melibatkan konsumen untuk berinteraksi untuk memberikan pelayanan kepada jamaah atau memberikan apa yang dibutuhkan oleh jamaah. Pelayanan merupakan salah satu hal penting dalam setiap usaha apapun yang sedang dijalani, baik dalam bidang produk ataupun jasa. Pelayanan dalam produk adalah dengan memberikan barang terbaik kepada konsumen, barang kasat mata (yang dapat dilihat) sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sedangkan pelayanan dalam bentuk jasa adalah pelayanan yang memberikan solusi pada jamaah, dengan memenuhi kebutuhan para jamaah.¹⁶

Menurut Parasuraman dkk., konsumen biasanya menilai kualitas pelayanan berdasarkan beberapa kriteria utama yang dijadikan acuan dalam memberikan penilaian:

- 1) Bukti langsung (tangible) mencakup berbagai aspek yang dapat terlihat secara nyata, seperti

¹⁵ Yanto Ramli, Dwi Kartini, *Manajemen Strategik Dan Bisnis*. (Jawa Timur: Bumi Aksara, 2022), hlm 11-17.

¹⁶ Ratminto, Atik Septi Winarsih. *Manajemen Pelayanan pengembangan Model Konseptuak, Penerapan Citizen's, Charter dan Standar Pelayanan Minimal*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm 18-21.

kondisi fasilitas fisik, kelengkapan peralatan, penampilan serta pelayanan pegawai, hingga sarana komunikasi yang digunakan.

- 2) Keandalan (reliability) adalah kemampuan suatu layanan untuk memenuhi janji yang telah diberikan kepada pelanggan secara konsisten. Hal ini ditunjukkan melalui pelayanan yang cepat, tepat, serta mampu memberikan kepuasan bagi pengguna jasa.
- 3) Daya tanggap (responsiveness) merujuk pada kesiediaan dan ketulusan staf dalam membantu pelanggan, termasuk memberikan pelayanan secara sigap dan penuh perhatian sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 4) Jaminan (assurance) mencakup kompetensi, keterampilan, serta sikap profesional staf yang mampu menumbuhkan rasa percaya dari pelanggan, sekaligus memberikan rasa aman karena bebas dari risiko, keraguan, maupun ancaman bahaya.¹⁷

2. Penelitian Yang Relevan

Setelah penulis telusuri berbagai sumber penulis bukanlah orang pertama yang menulis tentang strategi meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan dalam ibadah umrah, akan tetapi ada beberapa penulis yang berkaitan dengan judul tersebut. Materi yang berkaitan adalah sebagai berikut:

¹⁷ Lod Sulivyo, Tegor, Kasirul Fadli, Hafzana Bedasari dan Haryati, *Manajemen Pelayanan Publik 4.0*. (Yogyakarta: Penerbit Depublish, 2022), hlm 10.

Pertama, penelitian yang berjudul “Upaya Meningkatkan Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Berbasis Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Satlantas Polresta Banyumas”. Penelitian ini dibuat oleh Dwi Nugroho, mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dibuat di Semarang pada tahun 2024. Batasan masalah pada judul pertama mengenai kepuasan dan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan dan citra institusi Satlantas Polresta Banyumas. Metode penelitian yang digunakan adalah tipe eksplanatory research yang bersifat asosiasif. Hasil penelitian ini yang pertama, dapat mengetahui pandangan masyarakat terhadap citra institusi polri termasuk baik. Masyarakat yang menggunakan layanan satlantas memberi respon citra institusi yang diberikan satlantas Polresta Banyumas baik. Kedua, masyarakat merasa puas dengan pelayanan Satlantas Polresta Banyumas. Selain memberikan pelayanan yang baik, Polresta Banyumas juga memberikan pelayanan yang memuaskan menurut masyarakat yang menggunakan layanan satlantas Polresta Banyumas. Terakhir, masyarakat yang menggunakan layanan Satlantas Polresta Banyumas masih memiliki kepercayaan yang tinggi. Artinya dalam penelitian ini Satlantas Polresta Banyumas dapat mengetahui penilaian mengenai pelayanan dan kepercayaan masyarakat yang menggunakan layanan satlantas Polresta Banyumas.¹⁸

Kedua, penelitian berjudul “Analisis Pelayanan Publik Dalam Tata Kelola Pemerintahan Desa Di Kecamatan

¹⁸ Nugroho, Dwi, *Upaya Meningkatkan Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Berbasis Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Satlantas Polresta Banyumas*. (Diss. Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2024).

Kabun”. Penelitian ini dibuat oleh Nora Rosalia, di Riau pada tahun 2025. Batasan masalah pada judul kedua penelitian berfokus pada pelayanan desa kecamatan Kabun dan upaya peningkatan mutu serta inovasi pelayanan untuk membangun kepercayaan publik, menelaah dimensi responsivitas, tanggung jawab, dan akuntabilitas. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil penelitian menegaskan bahwa kualitas pelayanan publik (responsiveness, responsibility, accountability) berperan penting dalam membangun dan memperkuat kepercayaan masyarakat, rekomendasi termasuk peningkatan pelatihan pegawai, transparansi, dan inovasi pelayanan.¹⁹

Ketiga, penelitian ini berjudul “Model Peningkatan Kepuasan Publik: Studi Empirik Peran Kinerja Pelayanan dan Kepercayaan Publik Pada Penerbitan Izin Usaha Mikro Kecil”. Penelitian ini dibuat di Semarang pada tahun 2024, dibuat oleh Risa Istiqlalia. Batasan masalah pada judul ketiga meneliti pengaruh kinerja pelayanan terhadap kepuasan publik dan kepercayaan publik, kemudian melihat bagaimana kepercayaan publik juga memengaruhi kepuasan publik pada layanan penerbitan izin usaha mikro kecil. Populasi: pelaku usaha yang mengajukan izin usaha di Kabupaten Kotawaringin Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah tipe eksplanatory research yang bersifat asosiatif. Hasil penelitiannya yaitu kinerja pelayanan (service quality performance) berpengaruh positif terhadap kepuasan publik dan kepercayaan publik. Selain itu kepercayaan

¹⁹ Rosalia, Nora, *Analisis Pelayanan Publik Dalam Tata Kelola Pemerintahan Desa Di Kecamatan KABUN*. (Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2025).

publik juga secara positif memengaruhi kepuasan publik. Jadi, kepercayaan berperan sebagai variabel yang memperkuat dampak pelayanan terhadap kepuasan.²⁰

keempat, penelitian ini berjudul “Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam”. Penelitian ini dibuat di Karawang pada tahun 2024, dibuat oleh Carnawi, Iman Hermawan, dan Fatimah Az Zahro. Batasan masalah pada judul keempat meneliti analisis strategi manajemen citra (branding image) yang diterapkan oleh lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis fenomenologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa madrasah membangun citra positif di mata masyarakat melalui dua pendekatan utama. Pertama, publikasi tidak langsung, yang mana madrasah terlibat aktif dalam kegiatan sosial, budaya, dan keagamaan untuk menunjukkan kepedulian dan peran mereka dalam komunitas, sehingga membangun hubungan yang baik tanpa promosi terang-terangan. Kedua, publikasi langsung, yaitu melalui interaksi tatap muka seperti *open house*, seminar, dan pemanfaatan media massa (televisi, radio, dan media cetak) untuk secara eksplisit memperkenalkan keunggulan dan fasilitas yang dimiliki. Semua strategi ini merupakan bagian dari pemasaran pendidikan yang bertujuan untuk memahami

²⁰ Istiqlalia, Risa, *Model Peningkatan Kepuasan Publik: Studi Empirik Peran Kinerja Pelayanan dan Kepercayaan Publik Pada Penerbitan Izin Usaha Mikro Kecil*. (MS thesis. Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024).

kebutuhan masyarakat dan meyakinkan mereka tentang kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh madrasah.²¹

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Dwi Nugroho, judul penelitian “Upaya Meningkatkan Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Berbasis Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Satlantas Polresta Banyumas”. 2024.	Persamaan penelitian ini terletak pada fokus kajiannya terhadap kepercayaan masyarakat serta tujuannya yang bersifat praktis. Penelitian ini tidak hanya berorientasi pada pengembangan teori, tetapi juga berupaya menemukan strategi dan langkah konkret untuk mencapai tujuan yang diharapkan.	Perbedaan utama penelitian ini terletak pada objek dan fokus kajiannya. Penelitian ini menitikberatkan pada sektor hukum, berbeda dengan penelitian sebelumnya. Selain itu, variabel yang digunakan juga tidak sama, penelitian ini menambahkan <i>Citra Institusi</i> sebagai variabel penting di samping kualitas layanan. Dari

²¹ Carnawi, Iwan Hermawan, and Fatimah Az Zahro, *Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam*. (ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management 2(1), 2024), hlm 12-26.

			segi pendekatan, penelitian ini menggunakan metode kualitatif, sedangkan penelitian terdahulu menerapkan metode kuantitatif.
2.	Nora Rosalia, judul penelitian “Analisis Pelayanan Publik Dalam Tata Kelola Pemerintahan Desa Di Kecamatan Kabun”. 2025.	Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya karena sama-sama menyoroti hubungan antara kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan. Selain itu, kedua penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi fenomena yang diteliti secara mendalam.	Perbedaan dari penelitian ini yaitu Fokus penelitian ini terletak pada Administrasi Publik serta metode perbaikan sistem pemerintahan, berbeda dari penelitian sebelumnya. Selain itu, objek yang diteliti pun memiliki karakteristik yang berbeda.

3.	Risa Istiqlalia, judul penelitian “Model Peningkatan Kepuasan Publik: Studi Empirik Peran Kinerja Pelayanan dan Kepercayaan Publik Pada Penerbitan Izin Usaha Mikro Kecil”. 2024.	Persamaaan dari penelitian ini adalah pada variabel yang digunakan, yaitu kepercayaan publik atau calon jamaah serta kualitas pelayanan atau kinerja pelayanan.	Perbedaan penelitian ini terletak pada objek, konteks layanan, dan metode yang digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menilai seberapa besar pengaruh pelayanan berbasis angka serta hubungan antar variabel.
4.	Carnawi, Iman Hermawan, dan Fatimah Az Zahro, judul penelitian “Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam”. 2024.	Persamaan dari penelitian ini adalah fokus pada kepercayaan dan jenis penelitian yang digunakan menjadi titik kesamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.	Perbedaan dari penelitian ini adalah alat yang digunakan serta pendekatan yang diterapkan. Penelitian ini memanfaatkan citra yang positif untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan menggunakan metode penelitian

			kualitatif berbasis fenomenologi agar pengalaman dan persepsi subjek dapat dipahami secara mendalam.
--	--	--	--

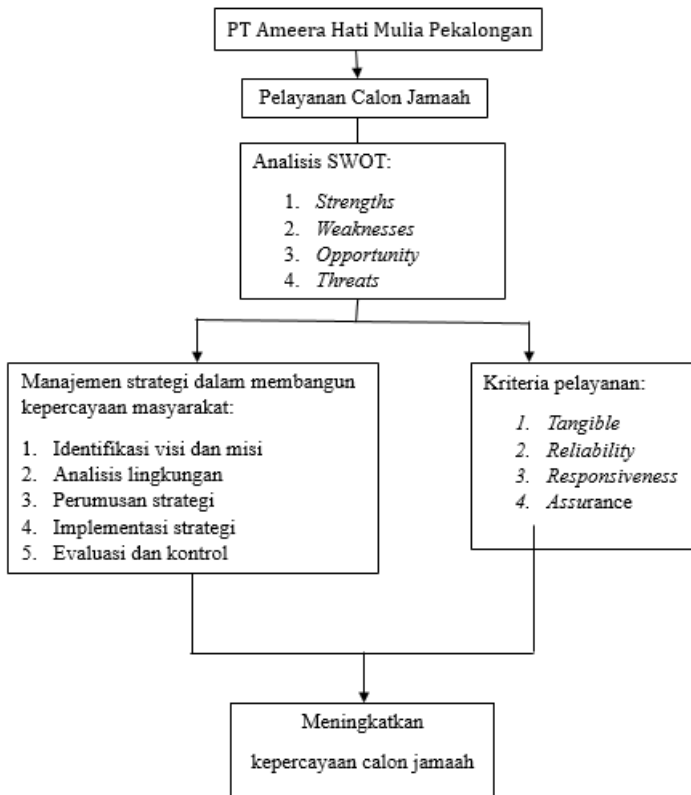
3. Kerangka Berpikir

PT Ameera Hati Mulia Pekalongan merupakan salah satu cabang biro perjalanan yang bergerak di bidang penyelenggaraan jasa haji, umrah, serta tour ke luar negeri. Sebagai biro resmi, PT Ameera Hati Mulia Pekalongan memiliki tanggung jawab untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat, khususnya jamaah yang hendak melaksanakan ibadah umrah. Seiring berjalannya waktu, minat masyarakat terhadap ibadah umrah terus meningkat, tidak hanya dari kalangan dewasa, tetapi juga remaja hingga lanjut usia. Fenomena ini turut dipengaruhi oleh perkembangan media sosial yang banyak menampilkan pengalaman perjalanan umrah, sehingga menumbuhkan ketertarikan bagi masyarakat untuk segera melaksanakannya. Selain itu, masa tunggu pelaksanaan umrah relatif lebih singkat dibandingkan haji, sehingga menjadi pilihan yang lebih mudah diakses oleh jamaah, terutama bagi mereka yang sudah berusia lanjut.

Namun demikian, meningkatnya jumlah biro perjalanan haji dan umrah menimbulkan persaingan ketat bagi PT Ameera Hati Mulia Pekalongan. Untuk menghadapi tantangan tersebut, perusahaan ini berupaya

membangun keunggulan kompetitif melalui pelayanan yang berkualitas dan kepercayaan masyarakat. Salah satu strategi yang diterapkan adalah pelayanan personal secara *door to door*, di mana pihak biro meluangkan waktu khusus untuk mendatangi calon jamaah secara langsung. Hal ini menjadi ciri khas pelayanan PT Ameera Hati Mulia Pekalongan yang membedakannya dari biro perjalanan lainnya.

Untuk membangun kepercayaan sekaligus mewujudkan pelayanan yang diharapkan, PT Ameera Hati Mulia perlu memberikan kualitas pelayanan yang optimal kepada masyarakat. Kepercayaan masyarakat tidak dapat tercipta tanpa adanya pelayanan yang baik, sehingga penelitian ini difokuskan pada upaya meningkatkan kepercayaan masyarakat dengan menggunakan analisis SWOT. Melalui analisis tersebut, peneliti akan mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dimiliki perusahaan. Selanjutnya, pengukuran pelayanan dilakukan berdasarkan beberapa indikator utama, yaitu bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), serta jaminan (assurance). Dengan pendekatan ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai strategi terbaik dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan yang diberikan PT Ameera Hati Mulia.



Bagan 2.1 kerangka berpikir

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Data yang diperoleh dalam penelitian ini banyak digunakan dalam bentuk deskriptif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara rinci karakteristik suatu populasi atau fenomena yang menjadi fokus penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengenali pola, tren, serta distribusi data yang muncul berdasarkan hasil pengukuran yang objektif. Dalam desain penelitian deskriptif, metode

survei sering dipilih karena memungkinkan peneliti mengumpulkan informasi dari sampel yang mewakili populasi secara akurat.²²

Menurut Ahmad Tanzeh Suyitno, penelitian kualitatif umumnya digunakan dalam ranah ilmu sosial dan budaya. Pendekatan ini berfokus pada perilaku manusia serta makna yang terkandung di dalamnya, yang tidak mudah diukur hanya dengan angka-angka. Jenis penelitian kualitatif tergantung pada peneliti terhadap pengamatan dalam wilayah yang diteliti dan hubungan dengan orang-orang dalam suatu pembahasan dan peristiwa.²³

Metode penelitian kualitatif menekankan pada pemahaman yang mendalam terhadap suatu masalah, bukan pada upaya menghasilkan temuan yang bersifat generalisasi. Hubungan baik penelitian dengan objek yang diteliti atau masyarakat misalnya, akan lebih mudah untuk memecahkan suatu masalah dalam penelitian. Adanya hubungan yang baik maka akan lebih mudah dalam melakukan penelitian tanpa adanya rasa tidak enak. Proses penelitian dengan menjalin hubungan dalam lingkungan yang baik juga akan mendapatkan hasil yang lebih baik dan memuaskan. Selain itu, objek yang diteliti dapat berkembang dan

²² Iman Subasman dkk, *Metode dan Teknik Penelitian Kuantitatif, Kulitatif dan Pengembangan Untuk Mahasiswa*. (Jawa Barat : Widina Media Utama, 2025), hlm 72.

²³ Ratnaningtyas, Endah Marendah, et al., *Metodologi penelitian kualitatif*. (No. Januari. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023), hlm 18.

saling menguntungkan bagi peneliti maupun yang diteliti.²⁴

2. Sumber Data

a. Data primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan langsung dari responden atau pihak yang terlibat dalam penelitian. Jenis data ini diperoleh peneliti secara langsung dari sumber aslinya tanpa melalui pihak perantara. Data primer dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi secara langsung. Penulis akan terjun dalam lapangan secara langsung dan melihat objek yang akan diteliti, apakah ada perkembangan atau bahkan semakin banyak kekurangan. Penulis akan melakukan wawancara secara langsung kepada penanggung jawab dalam biro, calon jamaah dan jamaah yang sudah menggunakan jasa di biro tersebut.²⁵

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh dari data yang sudah tersedia sebelumnya. Jenis data ini termasuk sumber data yang digunakan peneliti dengan cara mengambilnya dari pihak atau sumber lain. Selain terjun dalam lapangan, peneliti juga memerlukan

²⁴ Mustafa, Pinton Setya, et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga*. (Insight Mediatama, 2022), hlm 25.

²⁵ Zainal Efendi Hasibuan, Fahlul Rosi Husin Nasution, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif, Kepustakaan dan PTK*. (AE Publishing, Februari, 2024), hlm 44.

referensi lain dari buku, jurnal, dan semua yang berkaitan dengan apa yang diteliti. Peneliti tidak hanya memberikan data nyata tapi juga pemahaman yang lebih luas dalam suatu penelitiannya. Selain penanggung jawab, penulis juga perlu melakukan wawancara dengan bagian pegawai biro dan beberapa jamaah maupun calon jamaah. Penulis tidak hanya melakukan wawancara dan observasi, penulis juga memerlukan referensi dari beberapa sumber seperti buku, jurnal, maupun penelitian serupa sesuai dengan apa yang penulis teliti.²⁶

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya dan menjawab secara langsung melalui interaksi tatap muka antara peneliti dan responden. Wawancara dapat dilakukan secara lisan yaitu dengan menemui seseorang yang akan diwawancarai dengan mengungkap suatu peristiwa sejarah, yang sedang terjadi, ataupun yang di inginkan di masa yang akan datang. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data yang relevan dan terbaru. Kemudian wawancara ini ditujukan kepada pimpinan cabang (Ibu Qoriyati) penanggung jawab biro (Lailatun Nabila), Staff (Anindita Murtiyani Putri), Marketing (Muhammad Azmi) di PT

²⁶ Holiawati, *Metodologi Penelitian*. (Jawa Barat, PT Adab Indonesia, 2025), hlm 95.

Ameera Hati Mulia Pekalongan, calon jamaah, ataupun jamaah yang pernah merasakan pelayanan di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan.²⁷

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung, biasanya digunakan dalam penelitian yang berhubungan dengan perilaku manusia, aktivitas kerja, fenomena alam, serta kondisi ketika jumlah responden tidak terlalu banyak. Melakukan observasi atau terjun secara langsung ke lokasi untuk mengetahui pelayanan yang diberikan. Observasi adalah salah satu pusat perhatian karena penelitian dengan melibatkan indra. Peneliti akan memperhatikan keseharian yang dilakukan oleh orang-orang sekitar dengan melihat kegiatannya. Sekiranya kegiatan mereka dapat membuat berkembang atau justru membuat menurunkan perkembangan bermasyarakat dalam lingkungannya.²⁸

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai sumber tertulis terkait suatu variabel atau peristiwa. Sumber-sumber ini dapat berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda kegiatan, serta dokumen tertulis lainnya. Dokumentasi sering kali berupa foto atau gambar

²⁷ Siti Hasbiah, Anwar, Ilma Wulansari Hasdiansa, “Pengantar Metodologi Penelitian Bisnis.,” *Nusa Tenggara Barat, Seval Literindo Kreasi*, 2024, hlm 98-99.

²⁸ Bambang Sudaryana dan Ricky Agusiady, “Metodologi Penelitian Kuantitatif.,” Yogyakarta, CV Budi Utama, 2022, 40.

sebagai bukti bahwa peneliti melakukan penelitian secara langsung dan nyata. Maka Setiap penulis melakukan wawancara atau observasi, peneliti akan mengambil gambar untuk laporan dokumentasi.²⁹

4. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu metode ilmiah yang memiliki landasan akademis yang dapat dipertanggungjawabkan. Proses ini tidak hanya berfungsi untuk mengolah dan menafsirkan data, tetapi juga memastikan bahwa hasil penelitian memiliki validitas, reliabilitas, serta relevansi terhadap permasalahan yang diteliti. Dengan demikian, analisis data menjadi tahapan penting dalam penelitian karena menentukan kualitas dan kredibilitas temuan yang dihasilkan. Menganalisa dengan sistematis dan tidak sembarang.³⁰ Analisa data yaitu dengan menyusun hasil wawancara dan observasi secara rinci tanpa adanya kekurangan atau dilebih-lebihkan. Peneliti akan menganalisa dengan beberapa teknik diantaranya sebagai berikut:

a. Reduksi data

Reduksi data adalah merangkum hal-hal penting yang berkaitan dengan penelitian dengan menentukan tema dan pola yang akan dibahas. Data yang sebelumnya telah dirangkum akan memberikan informasi yang jelas bagi para pembaca maupun penulis dalam melaksanakan

²⁹ Annisa Anggraeni Pramesti, "Metode Penelitian.," Banjarmasin, 2022, 49.

³⁰ Sarosa, Samiaji. *Analisis data penelitian kualitatif*. (Pt Kanisius, 2021), hlm 3.

penelitian, reduksi data mempermudah peneliti dalam mencari data selanjutnya terkait dengan pembahasan dan mencari informasi lebih lanjut bila diperlukan.

Dalam tahap reduksi data, penulis membahas berbagai kriteria pelayanan yang meliputi bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Pemahaman terhadap kriteria-kriteria ini menjadi langkah awal yang penting sebelum merumuskan strategi untuk membangun kepercayaan jamaah. Dengan mengetahui standar pelayanan yang diterapkan, penulis dapat lebih mudah menguraikan strategi yang tepat dalam peningkatan mutu layanan.

Selain itu, penulis juga menyoroti strategi dalam membangun kepercayaan jamaah. Strategi tersebut mencakup proses identifikasi visi dan misi, analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi, serta evaluasi dan kontrol. Rangkaian strategi ini diharapkan dapat membantu meningkatkan tingkat kepercayaan calon jamaah dalam melaksanakan ibadah umrah.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah menyajikan data dalam bentuk bagan, hubungan antar kategori, uraian singkat, *flowchart*, dan yang lainnya. Peneliti akan menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, dengan ini bertujuan untuk lebih mudah dipahami oleh banyak kalangan. Meskipun dalam bentuk lain pembaca dapat memahami yang digambarkan seperti bagan

misalnya, akan tetapi peneliti akan menyajikan data dengan cara menguraikannya sesuai dengan jenis penelitian yang dilakukan yaitu kualitatif.

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis SWOT, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang terdapat baik di dalam maupun di sekitar biro. Melalui pendekatan ini, penulis menyajikan data yang relevan dengan analisis SWOT guna memahami strategi biro dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui kualitas pelayanan.

c. Conclusion Drawing/Verification

Penarikan kesimpulan/verifikasi data. Kesimpulan awal yang telah didapat bersifat sementara, kesimpulan ini dapat diubah apabila peneliti menemukan data baru yang lebih mendukung dari data sebelumnya. Akan tetapi kesimpulan awal akan menjadi kredibel apabila peneliti mendapatkan data baru yang valid konsisten dalam meneliti kembali ke lapangan.³¹

G. Sistematika Penulisan

Pada umumnya, sistematika penulisan skripsi dibagi menjadi lima bab, di mana setiap bab memiliki fokus pembahasan yang berbeda. Susunan sistematika penulisan skripsi tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan berbagai aspek penting dalam penelitian, meliputi Latar

³¹ Teti Safari. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. (Yogyakarta: Lontar Mediatama. 2022). hlm. 156.

Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berpikir, Metode Penelitian, serta Sistematika Penulisan. Penjabaran ini bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai fokus, landasan, dan alur penelitian secara sistematis.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis menguraikan kepercayaan dan pelayanan melalui ibadah umrah di PT Ameera Hati Mulia. Analisis SWOT, Strategi Meningkatkan Kepercayaan, Kriteria pelayanan, dan Umrah.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang gambaran umum (profil PT Ameera Hati Mulia Sragi Pekalongan), strategi meningkatkan kepercayaan calon jamaah melalui pelayanan dengan mengusung berapa pendapat jamaah maupun calon jamaah.

BAB IV : ANALISIS HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang analisis strategi meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui pelayanan ibadah umrah di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan: dalam mewujudkan meningkatkan kepercayaan calon jamaah melalui pelayanan yang sesuai dengan keinginan calon jamaah. Penulis akan menganalisis menggunakan analisis SWOT dan strategi peningkatan kepercayaan calon jamaah.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir dari penulisan skripsi yang berisikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis SWOT, kekuatan utama biro terletak pada kualitas pelayanan personal dan harga yang relatif terjangkau. Kelemahan yang ditemukan berupa keterbatasan kewenangan cabang, Kewenangan kantor cabang masih terbatas dalam pengambilan keputusan strategis. Ketergantungan terhadap kebijakan kantor pusat menyebabkan beberapa layanan memerlukan proses koordinasi yang lebih panjang. Fleksibilitas cabang dalam merespons perubahan pasar dan kebutuhan jamaah masih terbatas. Program pelayanan tertentu harus menunggu persetujuan dari kantor pusat, dan ketergantungan pada kebijakan kantor pusat. Namun demikian, peluang pasar yang besar serta perkembangan media sosial sebagai sarana promosi mampu dimanfaatkan secara optimal. Ancaman berupa persaingan antar biro, isu travel bermasalah, dan kondisi ekonomi yang fluktuatif menjadi tantangan yang harus diantisipasi dengan peningkatan kualitas dan konsistensi pelayanan.

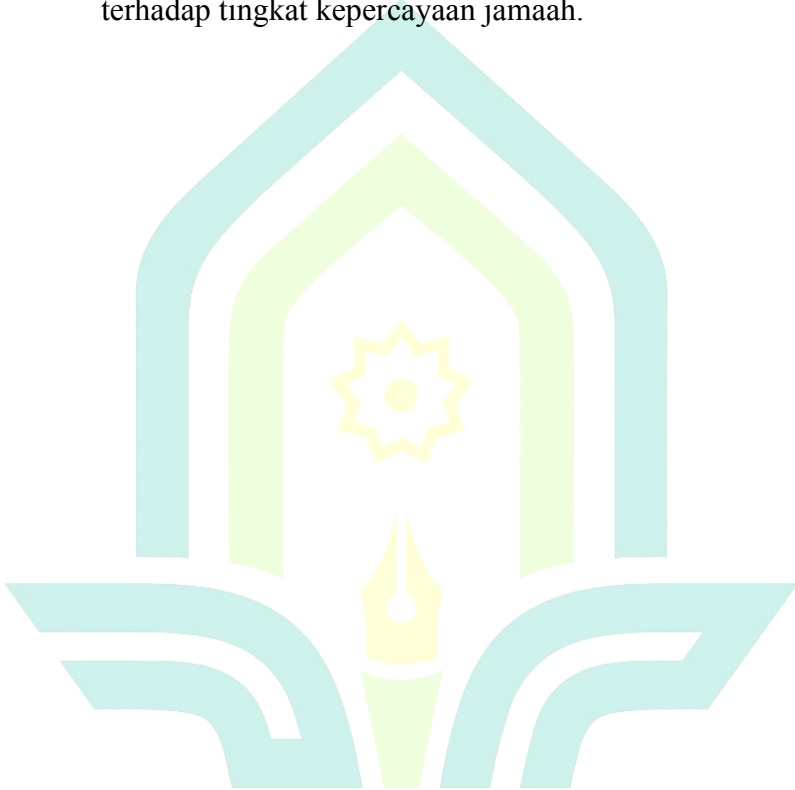
2. Berdasarkan hasil analisis SWOT maka ditemukan strategi meningkatkan kepercayaan calon jamaah melalui pelayanan ibadah umrah di PT Ameera Hati Mulia Pekalongan, yang mana bahwa kepercayaan jamaah dibangun melalui penerapan pelayanan yang berorientasi pada kemudahan dalam berkomunikasi dengan mempercepat koordinasi antara cabang dan kantor pusat, transparansi, dan pendekatan personal. Ditinjau dari indikator kualitas pelayanan, PT Ameera Hati Mulia Pekalongan telah memenuhi aspek tangible melalui penyediaan fasilitas fisik dan perlengkapan yang memadai, aspek reliability melalui ketepatan jadwal dan kejelasan administrasi, aspek responsiveness melalui kesigapan dalam merespons kebutuhan jamaah, serta aspek assurance melalui transparansi informasi yang mudah tanpa harus menunggu proses birokrasi yang panjang serta pemberangkatan rutin yang terjadwal. Keempat indikator tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi positif dan meningkatkan tingkat kepercayaan calon jamaah.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. PT Ameera Hati Mulia Pekalongan perlu mempertahankan kualitas pelayanan personal yang menjadi ciri khas biro, serta terus meningkatkan kompetensi sumber daya manusia agar pelayanan semakin profesional dan konsisten.
2. Perlu adanya penguatan sistem dokumentasi dan transparansi informasi secara digital untuk semakin meningkatkan kepercayaan publik, terutama dalam menghadapi isu-isu negatif terkait travel umrah.

3. Biro diharapkan dapat memperluas strategi promosi berbasis testimoni jamaah sebagai bentuk penguatan kepercayaan berbasis pengalaman nyata.
4. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) untuk mengukur secara lebih spesifik pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepercayaan jamaah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fikri Ginting, dkk., Efektivitas Pelayanan Haji dan Umrah Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah. *TADBIR: Jurnal Manajemen Dakwah* 6(2).
- Achmad Akbar, Muhammad Wadud., (2024). The Effect Of Speed And Reliability Of Service On Customer Satisfaction Mediated By Employee Performance In Using Agency Services At PT Bukit Prima Bahari. *MSEJ: Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 5, (2).
- Agung Hartadi dan Muhamad Nasrip., (2025). Pengantar Ilmu Manajemen: Teori, Prinsip, dan Implementasi. *Jambi: Penerbit Buku Sonpedia*.
- Aji. R. K., Muhammad. N., dan Yulinda. O., (2025). Menggagas Layanan Publik yang Responsif dan Adaptif., *Jawa Barat: CV. Adanu Abimata*.
- Annisa Anggraeni Pramesti., (2022). Metode Penelitian. *Banjarmasin*.
- Arifin, G., (2014), Ensiklopedia Fiqih Haji & Umrah. *Jakarta: PT Elex Media Komputindo*.
- Asep. I. S., Emil. J., Khoirizi. H.D., dan Muh. I. K., (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Jemaah Umrah. *MABRUR: Academic Journal of Hajj and Umra* 3(1).
- Aspizain Caniago, (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3).

- Asri, Ridwan, and Said., (2025). The Effect Of Service Quality, Trust And Crm On Umrah Pilgrims' Loyalty In PT ATTA ALMUKARRAMAH UMROH & HAJI TOURISM I. *Proceeding Of Research And Civil Society Desemination* 3(1).
- Azlan. A., Hasnidar, dan Muhammad Ilham. W., (2025). Analisis Customer Trust dan Customer Experience Dalam Menentukan Loyalitas Jamaah Umrah Pada PT Arrafsyah Safari Haramain. *JEINSA: Jurnal Ekonomi Ichsan Sidenreng Rappang* 4(2).
- Bagus. R & Hasbiah., Harahap. T., (2025). Fiqh Ibadah Pendekatan Kontekstual di Era Modern. *Jakarta: Merdeka Kreasi Group*.
- Bahrul Kirom. (2015). Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. *Bandung: Reka Cipta*.
- Bambang Sudaryana dan Ricky Agusiady., (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Yogyakarta: CV Budi Utama*.
- Carnawi, Iwan Hermawan, and Fatimah Az Zahro., (2024). Konsep Membangun Branding Image Untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam. *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management* 2(1).
- Delma Y., Fransiskus D. S., Imam B. E., Lina B., Sherin Q. S., (2024). Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal. *Comserva: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 4(6).

Denny JA & Tim ULS., (2019). Kecerdasan Spiritual Untuk Umrah.,” Jakarta: CeraH Budaya indonesia.

Dewi, Adela Aurelia Kinaya. (2023). Pengaruh analisis SWOT terhadap pengambilan keputusan pada usaha laundry di Kalijudan Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4(5).

Dikutip dari <https://timesprayer.com/> pada tanggal 18 September 2025, pukul 22.40 WIB.

Dikutip dari <https://www.detik.com/jabar/berita/d-7803002/10-negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-indonesia-peringkat-satu> pada tanggal 18 September 2025, pukul 22.20 WIB.

Dikutip dari <https://www.kompas.id/artikel/tren-perjalanan-umrah-mulai-menggeliat> pada tanggal 10 September 2025, pukul 23.25 WIB.

Djaka Suryadi., (2012). Pentingnya Visi dan Misi Dalam Mengelola Suatu Usaha, (*Jurnal Asy-Syukriyyah* 9(1)).

Dody. S, Rotinsulu. J. J., dan Silvya L. M., (2022). Strategi Pemsaran pada Cafe Van Ommen Coffee Shop Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10 (1).

Erin. N. P., Inayah. R. K., dan Wicha. D. R., (2025). SWOT Analysis In determining Umrah Worship Service Strategy At PT. Darul Arqam. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 5(2).

- Fajar. N. D. F., (2020). Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan dan Ancaman. *Yogyakarta: Anak hebat Indonesia*.
- Farida Jasfar.,(2005). Manajemen Jasa Penedekatan Terpadu. *Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia*.
- Farida Jasfar., (2005). Manajemen Jasa Penedekatan Terpadu. *Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia*.
- Farida Jasfar., (2005), “Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu.” *Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia*, 19-26.
- Fatmawati, Iwan A., Jamrizal, Wildan F., (2025), “Faktor Faktor Implementasi Manajemen Strategis di Lembaga Lembaga Pendidikan Islam.” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial 3(1)*, 481-483.
- Fernadya Ainy Ainassyifa., (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Perceived Value,dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Jasa Pengiriman. *IJEBAM: Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management 1(6)*.
- Friska. F. U. & Hendra. I., (2025). Manajemen Operasi Internasional. *JUPIMAN: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (3)*.
- Gusti Muhammad Hidayatullah., (2024). Penerapan Pelayanan Prima Pada Mal Pelayanan Publik Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah 3(3)*.
- Hasna Wijayanti. (2019). Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis. *Anak Hebat Indonesia*.

Hatamar & Hendra. C., (2020). ANALISIS SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia. *Bangka: shiddiq press.*

Hayat., (2017). Manajemen Pelayanan Publik. *Jakarta: RajaGrafindo Persada.*

Hesti K., Selvi, Siska M., (2024). Analisis Lingkungan Eksternal Organisasi Dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif Perusahaan. *Mantra: Manajemen Strategis 1(2).*

Herman & Meilin., (2025). Analisis Uraian Jabatan Sebagai Implementasi Manpower Planning Pada CV. Samudera Jaya Perkasa Tanjungpinang. *Jurnal Manajerial dan Bisnis Tanjungpinang 7 (2).*

Heru., H., (2024). Cara Meningkatkan Mutu Pelayanan Dalam Usaha Menghimpun Dana Masyarakat. *Jurnal Manajemen: Fe-Ub 12.1.*

Herwidi. Y. O., Juhdi. Amin., (2023). Penerapan Strategi Pelayanan Ibadah Umrah Terhadap Jemaah Disabilitas. *Jurnal Manajemen Dakwah 1(1).*

Holiawati, (2025). Metodologi Penelitian. *Jawa Barat: PT Adab Indonesia.*

Iman Subasman dkk., (2025). Metode dan Teknik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Pengembangan Untuk Mahasiswa. *Jawa Barat : Widina Media Utama..*

Indah. N., Viona. P. S., W. E., Z. S., (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung

Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* 2(3).

I Putu. M. A., Luh. M. W, Ni Wayan. S., (2024). Kewirausahaan Teori, Niat dan Praktik di Perguruan Tinggi. *Bali: CV Intelektual Manifes Media*.

Irzan. R., Siti. R. S., Wirda. N., (2025). Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT (Strengths Weaknesses Opportunity Threats) untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Tahu Desa Tanah Rendah Kecamatan Air Putih Kabupaten Batu Bara. *Jurnal Teknik: Blend Sains* 3(3).

Ismunandar & Hadi. P. W., (2017). 17 Tuntunan Hidup Muslim. *Sleman: CV Budi Utama*.

Istiqialia, Risa. (2024). Model Peningkatan Kepuasan Publik: Studi Empirik Peran Kinerja Pelayanan dan Kepercayaan Publik Pada Penerbitan Izin Usaha Mikro Kecil. *MS thesis. Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia)*.

Izzatul. M., Rihlah. N. A., dan Sari. N., (2025). Pengantar Fikih. *Bojong: PT Nasya Expanding Management*.

Khaeron. S.& Maratus. S.,(2024). Strategi Pelayanan Dalam Peningkatan Kepuasan Jamaah Umrah Disabilitas Pada PT. Dhiyaa El Haramain El Mubarakah Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Dakwah XII(1)*.

Khairiah. E., Miko. P., Rantika. P., (2025). Analisis Kualitas Layanan Tour Leader Dalam Mendampingi Jamaah Umrah Dengan Menggunakan Metode Service Quality

(Studi pada PT. Bengkulu Syiar Haramain Kota Bengkulu). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10(5).

Kurnia Rheza Randy Adinegoro. (2023). Analisis Transformasi Digital Layanan Publik Pertanahan: Hak Tanggungan Elektronik pada Kementerian Agraria dan Tata Ruang. *Jurnal Administrasi Publik* XIX (1).

Liharman Saragih dkk., (2024). Manajemen Pelayanan Publik. *Batam: Cv. Rey Media Grafika*.

Lod Sulivyo, Tegor, Kasirul Fadli, Hafzana Bedasari dan Haryati, (2022). Manajemen Pelayanan Publik 4.0. *Yogyakarta: Penerbit Depublish*.

M. Irfan T., Muhammad S., Siti J., (2025). Pengendalian Dan Evaluasi Dalam Manajemen Strategis. *Jurnal Literasiologi* 13(3).

Mohamad. U., Novi. M., Wiwiek. F., (2023). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Studi Kasus Pada Walet Kofie). *Jurnal Ilmiah Sultan Agung* 2(2).

Muhammad. A., Zulfadli. H. & Zulkifli., (2022). Analisis Pelayanan Ibadah Umroh Pada Perusahaan Jasa Penyelenggara Umroh Di Kota Pekanbaru. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 5(1).

Muhammad L., Pandji S., Tati Sarihati., (2024). Kebijakan Pelayanan Publik. *Sumedang, Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara*.

Muhibudin., W., L., dan Zaenal., M., (2015). Manajemen Pelayanan Publik. *Bandung: Cv Pustaka Setia.*

Muhibudin., W., L., dan Zaenal., M., (2015). Manajemen Pelayanan Publik. *Bandung: Cv Pustaka Setia.*

Mujito., (2023). Manajemen Stretegit Dengan Pendekatan Analisis SWOT. *Banyumas Jawa Tengah: Wawasan Ilmu.*

Mustafa, Pinton Setya, et al., (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga. *Insight Mediatama.*

Nikmatul Khoiriah. Ma'had Al-Qur'an dan Perannya bagi Institut PTIQ Jakarta., (2023). Pekalongan, Jawa Tengah: *PT. Nasya Expanding Managemen.*

Nugroho, Dwi., (2024). Upaya Meningkatkan Kepuasan Dan Kepercayaan Masyarakat Berbasis Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Satlantas Polresta Banyumas. *Diss. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.*

Nurillah. J. A. N., Pratami W. T., (2024). Keunggulan Kompetitif Setelah Pandemi: Strategi Reformulasi. *Jurnal Lentera Bisnis 13(2).*

Observasi pada tanggal 8 Juli 2025 di PT Ameera Hati Pekalongan pukul 13.30 WIB. Suasana sangat kondusif dan jamaah terlihat puas dengan pelayanan yang diberikan.

Losina Purnastuti dan Rr. Indah Mustikawati. (2007). EKONOMI. *Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo).*

Ratminto, Atik Septi Winarsih. (2011). Manajemen Pelayanan pengembangan Model Konseptuak, Penerapan Citizen's, Charter dan Standar Pelayanan Minimal. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.

Ratnaningtyas, Endah Marendah, et al., (2023). Metodologi penelitian kualitatif. *No. Januari. (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini)*.

Rosalia, Nora. (2025). Analisis Pelayanan Publik Dalam Tata Kelola Pemerintahan Desa Di Kecamatan KABUN. *Diss. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.

Sarosa, Samiaji., (2021). Analisis data penelitian kualitatif. *Pt Kanisius*.

Siregar, Aula Mashuri. (2018). Analisis SWOT Terhadap Pelayanan Haji Dan Umrah Kementerian Agama Kabupaten Deli Serdang. *Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*.

Siti Hasbiah, Anwar, Ilma Wulansari Hasdiansa., (2024). Pengantar Metodologi Penelitian Bisnis. *Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi*.

Siti Nur Hidayatul Hasanah. Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan.. (2021). *Lamongan: Academia Publication*.

Suci Wulandari, Salman Daffa Nur Azizi, Rifqi Thariq Hidayat. (2023). Ibadah Haji dan Umrah Dikaji Berdasarkan Perspektif Hukum Islam dan Hukum

Positif di Indonesia. Jurnal Perbandingan Hukum dan Pemikiran Islam. 3(2).

Teti Safari. (2024). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. *Yogyakarta: Lontar Mediartama.*

Teti Safari., (2022). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Yogyakarta: Lontar Mediatama.

Uci. S. S., (2025). Peran Layanan Manasik Umrah Eksklusif Dalam Meningkatkan Kualitas Ibadah Jamaah Di Sahelia Umrah Dan Hajj Surabaya. *Jurnal Manajemen Dakwah* 3(2).

Ukat Suhaedi., (2024). Implementasi Manajemen Strategis dalam Meningkatkan Peran Serta Masyarakat di SMK Darur Roja Cinere Depok. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi* 1(5).

Wawancara dengan Dita, Staff Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan, di Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan. Pada 29 Agustus 2025 pukul 11.00 WIB.

Wawancara dengan Lailatun Nabila., (2025). Penanggung Jawab Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan, di Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan. Pada 11 Juli, pukul 10.00 WIB.

Wawancara dengan Lailatun Nabila.,(2025). Penanggung Jawab Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan, di Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan. Pada 11 Juli, pukul 10.00 WIB.

Wawancara dengan Lailatun Nabila., (2025). Penanggung Jawab Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan, di Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan. Pada 11 Juli, pukul 10.45 WIB.

Wawancara dengan Lailatun Nabila., (2025). Penanggung Jawab Biro PT Ameera Hati Mulia Pekalongan. Kantor PT Ameera Hati Mulia Sragi, Kabupaten Pekalongan, Pada 11 Juli, pukul 10.45 WIB.

Yanto Ramli. (2022). Manajemen Strategik Dan Bisnis. *Jawa Timur: Bumi Aksara*.

Yazid., (2008). Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi. *Yogyakarta: Ekonisia*.

Zainal Efendi Hasibuan, Fahlul Rosi Husin Nasution, (2024). Metodologi Penelitian Pendidikan: Kualitatif, Kuantitatif, Kepustakaan dan PTK. *AE Publishing: Februari*.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS

1. Nama : Zumrotul Khusna
2. Tempat, Tanggal Lahir: Pekalongan, 14 November 2004
3. Alamat : Sragi, Pekalongan, Jawa Tengah
4. Nomor Handphone : 085876370112
5. Email : khusnazumrotul2@gmail.com
6. Nama Ayah : Ahmad Zaidin
7. Pekerjaan Ayah : Buruh Harian Lepas
8. Nama Ibu : Nur Asiyah
9. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD N 3 Gebangkerep
2. SMP : SMP N 2 Sragi
3. SMK : SMK Muhammadiyah Bojong

Pekalongan, 13 April 2026



Zumrotul Khusna