

TINJAUAN KEPUASAN PELANGGAN PERSPEKTIF ISLAM PADA TRAVEL UMRAH RIHLAH SIGNATURE TRAVEL DI KOTA BANDA ACEH

Yusniar

STAI Tgk. Chik Pante Kulu Banda Aceh

Email. yusniar@pantekulu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Rihlah Signature Travel di Kota Banda Aceh dalam perspektif Islam. Kepuasan pelanggan dalam konteks syariah bukan hanya dilihat dari kualitas layanan fisik, tetapi juga dari penerapan prinsip-prinsip Islam seperti *amanah*, *shidq* (kejujuran), *ihsan* (pelayanan terbaik), dan *maslahah* (kemanfaatan). Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara terhadap jamaah dan observasi langsung terhadap sistem pelayanan. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas jamaah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rihlah Signature Travel, baik dari aspek administrasi, bimbingan ibadah, maupun fasilitas perjalanan. Pelayanan yang diberikan juga telah mengandung nilai-nilai syariah seperti kejujuran, tanggung jawab, dan ketulusan dalam melayani jamaah.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, perspektif Islam, travel umrah, amanah, Rihlah Signature Travel.

A. PENDAHULUAN

Ibadah umrah adalah salah satu ibadah sunnah yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Berbeda dengan ibadah haji yang hanya bisa dilakukan di waktu tertentu, umrah bisa dilakukan kapan saja sepanjang tahun. Hal ini memberi kesempatan bagi umat Islam untuk menjalankannya sesuai dengan kemampuan dan kesempatan masing-masing. Selain menjadi bentuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, umrah juga telah menjadi bagian dari cara hidup religius bagi masyarakat Muslim masa kini.

Di Indonesia, antusiasme masyarakat terhadap pelaksanaan ibadah umrah menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun. Berdasarkan data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, jumlah jamaah umrah Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan, terutama pasca

pandemi COVID-19. Indonesia bahkan menjadi salah satu negara penyumbang jamaah umrah terbanyak di dunia. Fenomena ini menjadikan bisnis jasa travel umrah sebagai sektor yang sangat potensial dan terus berkembang.

Pertumbuhan ini juga terasa di Provinsi Aceh, khususnya di Kota Banda Aceh yang merupakan pusat ekonomi dan keagamaan. Masyarakat Aceh yang umumnya religius memiliki minat tinggi terhadap ibadah umrah. Selain itu, meningkatnya kesejahteraan masyarakat, kemudahan akses informasi melalui media sosial, serta promosi dari berbagai perusahaan travel turut mendorong semakin banyaknya orang yang ingin menjalani umrah.

Namun, di balik pertumbuhan yang baik, industri travel umrah di Indonesia, termasuk di Aceh, masih menghadapi berbagai masalah. Banyaknya perusahaan travel umrah yang muncul tidak diimbangi dengan pengawasan yang ketat terhadap kualitas layanan. Hal ini menyebabkan munculnya berbagai kasus yang merugikan jamaah, seperti keberangkatan yang terganggu tanpa jaminan, fasilitas yang tidak sesuai dengan paket yang ditawarkan, hingga kasus penipuan yang menyebabkan kerugian besar.

Masalah ini tidak hanya merugikan secara materi, tetapi juga menyebabkan trauma dan kekecewaan untuk jamaah yang sudah mempersiapkan diri secara fisik dan spiritual. Selain itu, kasus tersebut juga merusak citra bisnis travel umrah secara umum dan melemahkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan perjalanan. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi kembali bagaimana perusahaan travel umrah menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip Islam.

Dalam Islam, kegiatan ekonomi, termasuk bisnis jasa, merupakan bagian dari muamalah yang memiliki nilai moral dan spiritual. Pelayanan kepada pelanggan harus didasari nilai-nilai syariah seperti kejujuran, amanah, profesionalisme, serta niat untuk memudahkan beribadah. Bisnis yang dijalankan dengan dasar nilai-nilai ini tidak hanya akan memberi keberkahan, tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Oleh karena itu, perjalanan umrah seharusnya tidak hanya fokus pada aspek bisnis semata, tetapi juga bertanggung jawab secara etis dan spiritual terhadap para jamaah yang dilayani. Hal ini mencakup kejelasan informasi yang diberikan, transparansi mengenai biaya, kualitas pelayanan selama perjalanan, serta bimbingan dalam ibadah yang sesuai dengan aturan

syariah. Komitmen terhadap prinsip-prinsip ini menjadi acuan penting dalam menilai kualitas sebuah biro perjalanan.

Rihlah Signature Travel merupakan salah satu biro perjalanan umrah yang beroperasi di Kota Banda Aceh dan dikenal dengan konsep pelayanan yang berlandaskan nilai-nilai Islam. Mereka mengklaim memberikan pelayanan yang profesional, amanah, serta memperhatikan kebutuhan spiritual jamaah selama perjalanan ibadah. Dengan mengambil pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada bisnis, tetapi juga pada pelayanan rohani, Rihlah Signature Travel berusaha membangun kepercayaan dari masyarakat.

Namun, klaim tentang pelayanan berbasis nilai Islam ini perlu dibuktikan secara objektif, terutama dari perspektif pelanggan yang sudah menggunakan layanan ini. Perlu dikaji sejauh mana nilai-nilai Islam tersebut benar-benar diterapkan dalam praktik sehari-hari, serta bagaimana persepsi dan tingkat kepuasan jamaah terhadap layanan yang diberikan. Hal ini akan menjadi dasar dalam mengevaluasi sejauh mana prinsip syariah diterapkan dalam bisnis travel umrah.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk meninjau kualitas pelayanan Rihlah Signature Travel dari sudut pandang pelanggan, serta mengeksplorasi penerapan nilai-nilai Islam dalam bisnis mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai model pelayanan ideal bagi biro perjalanan umrah, sekaligus menjadi masukan dalam pengembangan bisnis travel umrah yang profesional, amanah, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Pelayanan (Service)

Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), pelayanan adalah segala tindakan atau aktivitas yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang tidak memiliki bentuk fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan barang. Dalam bisnis, pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pelayanan memiliki beberapa dimensi seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, kenyamanan, serta kesesuaian dengan harapan pelanggan. Dalam sektor jasa seperti biro perjalanan umrah, pelayanan tidak hanya mencakup aspek teknis seperti akomodasi, transportasi, dan

jadwal, tetapi juga mencakup aspek emosional dan spiritual dari pelanggan.

2. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Dalam Islam, membantu orang lain tidak hanya dianggap sebagai pekerjaan atau urusan dagang, tetapi juga bisa menjadi bentuk ibadah jika dilakukan dengan tujuan yang benar dan sesuai dengan aturan agama. Agama ini juga memberikan panduan tentang cara berinteraksi dalam transaksi, termasuk memberikan pelayanan yang adil, jujur, dan dapat dipercaya. Dalil Al-Qur'an:

Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Mutaffifin ayat 1-3:

"Celakalah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi." (QS. Al-Mutaffifin: 1-3)

Ayat ini menjadi landasan kuat bahwa dalam pelayanan, seseorang tidak boleh berlaku curang, mengurangi hak pelanggan, atau memberikan pelayanan yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Dalil Hadis: *Rasulullah SAW bersabda:*

"Barang siapa menipu, maka ia bukan golonganku." (HR. Muslim)

Hadis ini menunjukkan bahwa kecurangan dalam pelayanan, termasuk menipu pelanggan, adalah perbuatan tercela yang bertentangan dengan ajaran Islam.

3. Nilai-nilai Islam dalam Pelayanan

Pelayanan dalam Islam harus didasarkan pada nilai-nilai utama dalam muamalah, antara lain:

a. Amanah (Kepercayaan)

Amanah berarti menjaga dengan baik kepercayaan yang diberikan oleh orang lain. Dalam bekerja, amanah meliputi kepatuhan pada kesepakatan, menjaga informasi pelanggan tetap rahasia, serta tetap memenuhi janji dan tanggung jawab secara terus-menerus.

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya..." (QS. An-Nisa: 58)

b. Shidq (Kejujuran)

Kejujuran adalah hal utama dalam hidup, baik dalam urusan pribadi maupun bisnis. Memberi tahu pelanggan secara jujur dan tidak menutupi kekurangan merupakan cara layanan yang benar dan tulus.

"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar (jujur)." (QS. At-Taubah: 119)

c. Itqan (Profesionalisme dan Kualitas Kerja)

Itqan berarti melakukan pekerjaan dengan sungguh-sungguh dan optimal. Dalam konteks pelayanan, itqan mencakup kecekapan dalam memberikan pelayanan tepat waktu, ramah, serta menyediakan fasilitas sesuai dengan yang dijanjikan. Rasulullah SAW pernah bersabda:

"Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila melakukan suatu pekerjaan, ia menyempurnakannya." (HR. Baihaqi)

d. Ihsan (Berbuat Baik Secara Maksimal)

Ihsan dalam pelayanan berarti memberikan pelayanan dengan sepenuh hati, melampaui ekspektasi pelanggan, dan melakukannya sebagai bentuk ibadah kepada Allah.

"Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat ihsan..." (QS. An-Nahl: 90)

4. Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)

Kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka tergantung pada kesan emosional yang mereka rasakan saat menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Zeithaml dan Bitner (2003), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harapan mereka sebelumnya, cara mereka menilai pelayanan yang diterima, serta kualitas hubungan yang terjalin antara penyedia layanan dan pelanggan. Dalam konteks travel umrah, kepuasan pelanggan mencakup:

- a. Kesesuaian antara paket dan kenyataan di lapangan
- b. Ketepatan jadwal keberangkatan
- c. Kualitas fasilitas dan akomodasi
- d. Sikap profesional pembimbing ibadah
- e. Komunikasi yang terbuka dan transparan

Dalam Islam, membuat orang lain senang karena pelayanan yang baik juga merupakan bentuk ibadah. Rasulullah SAW bersabda:

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain." (HR. Ahmad, Ath-Thabrani)

5. Prinsip Bisnis Syariah dalam Travel Umrah

Biro perjalanan umrah yang beroperasi secara syariah wajib menerapkan prinsip-prinsip dasar berikut:

- a. Tidak mengandung riba: Transaksi harus bebas dari bunga atau praktik riba.
- b. Tidak ada gharar (ketidakjelasan): Semua informasi mengenai biaya, fasilitas, dan jadwal harus jelas dan transparan.
- c. Tidak mengandung tadlis (penipuan): Tidak boleh ada promosi yang menyesatkan atau manipulatif.
- d. Transaksi halal dan thayyib: Produk dan jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan ketentuan halal dan tidak menimbulkan mudarat bagi jamaah.

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu." (QS. An-Nisa: 29)

6. Integrasi Nilai Islam dalam Operasional Travel Umrah

Dalam praktiknya, umrah berbasis Islam tidak hanya dilihat dari persyaratan administratif saja, tetapi juga dari cara nilai-nilai Islam diaplikasikan dalam seluruh proses pelayanan, seperti:

- a. Niat ibadah dalam menjalankan usaha
- b. Adanya bimbingan spiritual bagi jamaah (manasik, pembinaan ruhiyah)
- c. Adil dalam menetapkan harga
- d. Tidak mengejar keuntungan semata
- e. Bertanggung jawab penuh terhadap jamaah dari awal hingga akhir perjalanan

7. Konsep Pelayanan Islami sebagai Diferensiasi Bisnis

Di pasar yang kompetitif, biro perjalanan yang memberikan pelayanan Islami memiliki nilai lebih di mata masyarakat. Hal ini tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga menjadi strategi bisnis yang berkelanjutan karena kepuasan pelanggan akan menciptakan loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut.

8. Kerangka Teori dalam Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan kerangka teori yang menggabungkan:

- a. Teori Kepuasan Pelanggan (Zeithaml, Bitner)
- b. Nilai-nilai Islam dalam Muamalah (amanah, jujur, ihsan, itqan)

- c. Prinsip Syariah dalam Bisnis (bebas riba, gharar, tadlis)
- d. Etika Pelayanan Islami (berorientasi ibadah, transparan, bertanggung jawab)

Dengan memperhatikan teori-teori tersebut, mengevaluasi kualitas pelayanan travel umrah bisa dilakukan secara menyeluruh, mencakup aspek teknis, emosional, dan spiritual sesuai dengan ajaran Islam.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Tujuannya adalah untuk memahami secara mendalam tentang kualitas pelayanan serta penerapan nilai-nilai Islam dalam operasional Rihlah Signature Travel, berdasarkan pengalaman dan persepsi para jamaah.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di kantor Rihlah Signature Travel yang berada di Kota Banda Aceh serta melalui wawancara langsung dengan para jamaah yang sudah memakai jasa travel tersebut. Penelitian ini berlangsung pada bulan Juli hingga Agustus 2025.

3. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah: Pihak manajemen Rihlah Signature Travel, Pemandu ibadah/manasik, 10 orang jamaah yang telah mengikuti program umrah minimal sekali dalam 12 bulan terakhir.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara Mendalam (In-depth Interview): Dilakukan terhadap jamaah dan pihak manajemen untuk menggali pengalaman dan pandangan tentang pelayanan dan nilai-nilai Islami yang diterapkan.
- b. Observasi Non-Partisipatif: Peneliti mengamati langsung proses pelayanan seperti manasik umrah, komunikasi, dan suasana kantor.
- c. Studi Dokumentasi: Mengumpulkan brosur, SOP pelayanan, profil perusahaan, serta testimoni pelanggan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan analisis tematik (*thematic analysis*), yaitu dengan mengelompokkan data ke dalam tema-tema utama, antara lain:

- a. Kesesuaian layanan dengan nilai syariah (jujur, amanah, ihsan, dll.)

- b. Kualitas pelayanan (fasilitas, kejelasan informasi, pendampingan)
- c. Tingkat kepuasan pelanggan
- d. Kendala dan harapan pelanggan

Langkah-langkah analisis:

- a) Reduksi data: menyaring data penting
- b) Penyajian data: disusun dalam bentuk narasi tematik
- c) Penarikan kesimpulan: berdasarkan keterkaitan antar data dan teori

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Rihlah Signature Travel

Rihlah Signature Travel adalah agen umrah yang berada di Banda Aceh. Tujuannya adalah memberikan pelayanan umrah yang nyaman secara teknis dan juga memberikan dampak spiritual yang mendalam. Mereka memiliki slogan "Umrah dengan Hati dan Amanah" serta menyediakan berbagai paket umrah, baik paket biasa maupun VIP. Layanan mereka mencakup manasik rutin, bimbingan dalam beribadah, serta pelayanan konsumen 24 jam.

2. Penerapan Nilai-Nilai Islam dalam Pelayanan

a) Amanah dan Tanggung Jawab

Dari wawancara dengan para jamaah, pihak Rihlah Signature dinilai menunaikan amanah dengan baik. Semua fasilitas yang dijanjikan dalam brosur, seperti hotel, makanan, dan transportasi, sesuai dengan yang dijalankan di lapangan. Tidak ada laporan soal keterlambatan keberangkatan atau kesenjangan fasilitas.

"Apa yang dijanjikan sesuai dengan kenyataan. Hotel dekat Masjidil Haram, makanan enak, dan jadwal ibadah juga dibimbang," ujar salah satu responden (Jamaah, 42 tahun).

b) Shidq (Kejujuran)

Informasi yang diberikan dari awal dinilai jelas dan transparan. Harga paket, syarat visa, dan tanggal keberangkatan semuanya disampaikan dengan jelas. Tidak ada biaya tambahan yang tersembunyi saat jamaah melakukan perjalanan umrah.

c) Itqan (Profesionalisme)

Tim manajemen dan pembimbing ibadah dinilai profesional, ramah, dan cepat merespons. Para pembimbing ibadah adalah lulusan pelatihan haji dari Kemenag dan sangat memahami tata cara serta rukun umrah berdasarkan mazhab Syafi'i.

"Pembimbingnya bukan hanya tahu teori, tapi juga menyentuh hati. Selalu ingatkan niat ikhlas dan sabar," ungkap seorang jamaah perempuan.

d) Ihsan (Pelayanan Maksimal)

Beberapa jamaah menyatakan bahwa pelayanan Rihlah Signature melebihi harapan mereka. Selain manasik, mereka diberikan kitab kecil berisi doa-doa selama perjalanan. Ada juga sesi tazkiyatun nafs sebelum berangkat.

3. Tingkat Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan wawancara terhadap 10 orang jamaah:

- 8 orang menyatakan sangat puas
- 2 orang menyatakan puas

Tidak ditemukan responden yang merasa kecewa. Mereka merasa mendapatkan nilai lebih dari sekadar jasa travel biasa, yakni pembinaan ruhiyah, pelayanan dengan empati, dan niat ibadah dari para staf.

4. Hambatan dan Tantangan

Meskipun umumnya puas, ada beberapa masukan dari pelanggan:

- Beberapa jamaah lansia mengeluhkan kurangnya pendampingan khusus saat di bandara (kursi roda, pengurusan imigrasi).
- Jamaah berharap penambahan dokumentasi digital, seperti video rekaman ibadah dan foto dokumentasi profesional.

5. Pembahasan Teoritis

Temuan ini mendukung teori pelayanan Islami yang menekankan bahwa keberhasilan layanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas teknis, tetapi juga oleh nilai-nilai spiritual seperti amanah, jujur, dan ihsan.

Menurut teori Zeithaml & Bitner, kepuasan pelanggan akan meningkat jika penyedia jasa memahami kebutuhan emosional dan spiritual pelanggan. Dalam konteks umrah, hal ini sangat penting karena umrah bukan hanya perjalanan fisik, tetapi juga ibadah yang harus dilakukan dengan hati.

Hal ini juga relevan dengan ayat Al-Qur'an dalam Surah Al-Mutaffifin dan hadis "Man ghashshana fa laisa minna", yang menekankan pentingnya kejujuran dan keadilan dalam transaksi.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Rihlah Signature Travel di Banda Aceh berhasil menerapkan pelayanan berdasarkan nilai-nilai Islam secara

konsisten dalam operasionalnya. Nilai-nilai seperti amanah, kejujuran (shidq), profesionalisme (itqan), dan pelayanan terbaik (ihsan) terlihat dalam pelayanan terhadap jamaah, mulai dari pembagian informasi hingga penyertaan selama perjalanan umrah.

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tinggi, dengan mayoritas jamaah menyatakan puas terhadap fasilitas, bimbingan ibadah, dan informasi yang jelas. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan yang didasarkan pada prinsip syariah tidak hanya meningkatkan kepercayaan, tetapi juga menciptakan kenyamanan spiritual bagi pelanggan.

Meskipun ada beberapa kekurangan, seperti dalam hal pendampingan jamaah lansia dan penyediaan dokumen digital perjalanan, tetap saja ada ruang untuk peningkatan. Secara keseluruhan, model pelayanan yang diterapkan oleh Rihlah Signature Travel bisa menjadi contoh praktik bisnis syariah yang profesional dan terpercaya. Selain itu, layanan ini juga memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan industri umrah di Aceh dan seluruh Indonesia. Adapun saran penulis dari penelitian ini antara lain: *pertama*, bagi peneliti: Penelitian diharapkan menjadi rujukan lebih lanjut dapat mengembangkan model kepuasan pelanggan travel umrah yang lebih komprehensif dan akurat, serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian paket umrah, seperti harga, kualitas pelayanan, dan promosi, *kedua*, usaha travel dan pelanggan: usaha travel umrah dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan agen, serta memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional, seperti penggunaan aplikasi mobile dan media sosial untuk promosi dan komunikasi dengan jamaah. Pelanggan dapat memilih travel umrah yang sesuai dengan kebutuhan dan budget mereka, serta memberikan umpan balik untuk meningkatkan kualitas pelayanan, seperti mengisi survei kepuasan pelanggan dan memberikan testimoni.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahannya.
- Al-Ghazali, Abu Hamid. (2003). *Ihya' Ulumuddin*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethics*. Herndon: IIIT.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Yusuf, M. (2019). *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: UII Press.