

## STRATEGI PENGEMBANGAN DAN PELAYANAN HAJI DAN UMRAH PT. NUR HARAMAIN MULIA

Zulfa Jannatul Firdaus

zulfajannatulfirdaus2678@gmail.com

Nur Syamsiyah

elnursyamsiyah@gmail.com

Program Studi Manajemen Haji dan Umrah, Kraksaan, Jawa Timur

### Abstract

This study aims to see the strategies used by customer service in serving prospective pilgrims for the Hajj or Umrah pilgrimage at PT. Nur Haramain Mulia. Often times, Hajj & Umrah pilgrims give the impression of being 'satisfied' with the services provided. To identify these problems in depth, this study uses a descriptive method with a qualitative approach. The data technique uses interviews, observation, and documentation. From this research, it is found that the analysis of strategies in serving pilgrims for Hajj and Umrah to build a positive image in the eyes of the community is to implement a good service strategy, starting from welcoming congregation beman pudan from pampana, congregation pudan darak to garbage, pilgrimage and Umrah positive image. From the maximum services provided to prospective pilgrims for Hajj and Umrah who initially only had the intention of wanting to see it, until finally they were interested in joining this company.

Keywords: Strategy, Service, PT. Nur Haramain Mulia

### خلاصة البحث

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الاستراتيجيات التي تستخدمها خدمة العملاء في خدمة الحجاج المرتقبين لأداء فريضة الحج أو العمرة في PT. نور حرمين موليا. في كثير من الأحيان ، يعطي الحجاج انطباعًا بأنهم "راضون" عن الخدمات المقدمة. لتحديد هذه المشاكل بعمق ، تستخدم هذه الدراسة المنهج الوصفي مع النهج النوعي. تستخدم تقنية البيانات المقابلات والملاحظة والتوثيق. من هذا البحث ، يتبين أن تحليل استراتيجيات خدمة الحجاج للحج والعمرة لبناء صورة إيجابية في نظر المجتمع هو تنفيذ استراتيجية خدمة جيدة ، بدءًا من الترحيب بالمصلين ببيان بودان من بامابانا ، المصلين بودان دارك. إلى الزبالة والحج والعمرة لبناء صورة إيجابية. من الحد الأقصى للخدمات المقدمة للحجاج المحتملين للحج والعمرة الذين كان لديهم في البداية نية فقط لرؤيتها ، حتى في النهاية كانوا مهتمين بالانضمام إلى هذه الشركة

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية ، الخدمة ، PT. نور حرمين موليا

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh *customer service* dalam melayani calon jamaah ibadah haji maupun umrah di PT. Nur Haramain Mulia. Seringkali, para jamaah haji & umrah memberi kesan 'puas' terhadap pelayanan yang diberikan. Untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut secara mendalam, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari penelitian ini diperoleh bahwa analisis strategi dalam melayani jamaah ibadah haji dan umrah untuk membangun citra yang positif dimata masyarakat adalah dengan menerapkan strategi pelayanan yang baik dari

mulai penyambutan jamaah ketika awal bertamu, kemudian mendaftar, dan sampai pada pelaksanaan ibadah haji dan umrahnya. Dari pelayanan yang diberikan secara maksimal itulah para calon jamaah ibadah haji dan umrah yang awalnya hanya memiliki niat ingin melihat saja, sampai pada akhirnya tertarik untuk bergabung pada perusahaan ini.

*Kata kunci: Strategi, Pelayanan, PT. Nur Haramain Mulia*

## PENDAHULUAN

Ibadah haji merupakan rukun Islam yang ke-lima setelah syahadat, shalat, zakat dan puasa. Secara bahasa, haji adalah pergi mengunjungi tempat yang diagungkan. Sementara secara istilah, haji bermaksud mendatangi Baitullah untuk amal ibadah tertentu yang dilakukan pada waktu dan cara yang tertentu juga. Dalam surat Al-Baqarah ayat 196, yang berisi tentang perintah menunaikan haji dan umrah, Allah berfirman “(Dan sempurnakanlah haji dan umrah karena Allah...)”. Para ulama fiqh sepakat bahwa ibadah haji dan umrah adalah wajib hukumnya bagi setiap muslim yang mempunyai kemampuan biaya, fisik dan waktu. Sebab haji itu berbeda dengan ibadah yang lainnya yang dalam pelaksanaannya membutuhkan waktu dan tempat tertentu (Nursalam, 2016 & Fallis, 2013). Ibadah Haji memiliki dua status hukum yaitu wajib bagi setiap yang mampu sedangkan tidak wajib bagi yang tidak mampu untuk menjalankannya dalam segi ekonomi dan fisik, sedangkan ibadah Umrah disunnahkan (Dianita, 2019).

Berdasarkan Undang-undang No. 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji menjelaskan bahwa penyelenggaraan ibadah haji menjadi tanggung jawab pemerintah yang dikoordinasikan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia. Di PT. Nur Haramain Mulia mempunyai sebuah organisasi yang disebut dengan KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah). Dan organisasi ini untuk membimbing dan melatih para calon jama'ah agar tidak bingung ketika di tanah suci Mekkah, terlebih lagi supaya bisa menjalankan ibadah haji & umrah dengan lancar dan sesuai dengan tuntunan syariat Islam.

KBIH merupakan lembaga bimbingan haji yang didirikan oleh swasta maupun perorangan. Kegiatan KBIH merupakan suatu upaya pemenuhankebutuhan kepada para jamaah Haji dan Umrah yang akanmenjalankan dan melaksanakan, dalam pelaksanaan ibadahHaji dan Umrah, akn sulit jika tidak mendapatkan bimbingan dan pendampingan pada saat pelaksanaan ibadah Haji danUmrah.Dalam pelaksanaan ibadah Haji dan Umrah begitubanyak kegiatan yang harus dilaksanakan dan dikerjakan olehcalon ibadah Haji dan Umrah (Lubis & Hidayat, 2019). Secara teknis sesuai dengan Keputusan Dirjen Bimas Islam dan Penyelenggaraan Haji No. 348 tahun 2003, KBIH diartikan sebagai lembaga sosial keagamaan Islam yang merupakan organisasi bawahan atau anak organisasi dari organisasi induk yang berbadan hukum, bergerak di bidang bimbingan manasik haji terhadap calon jamaah haji baik dalam pembekalan di tanah air maupun pada saat pelaksanaan ibadah haji di Arab Saudi (Sulaiman, 2014). Keberadaan KBIH berdasarkan ketentuan dari Menteri Agama adalah sebagai mitra pemerintah dalam rangka mewujudkan calon jamaah haji yang mandiri. Sesuai dengan pedoman pembinaan KBIH yang diterbitkan oleh Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji Depag RI (2005), KBIH memiliki tugas pokok yaitu menyelenggarakan/melaksanakan bimbingan haji tambahan di tanah air maupun sebagai bimbingan pembekalan dan sebagai menyelenggarakan/melaksanakan bimbingan lapangan di Arab Saudi (Kbh & Kabupaten, 2014).

KBIH-KBIH yang ikut mengurus pelaksanaan ibadah haji, menimbulkan persaingan antara satu dengan yang lainnya, sehingga membuat para calon jamaah bingung mencari lembaga mana yang baik dalam memberikan pelayanan di segala bidang sehingga pelaksanaan ibadah haji bisa menghasilkan hasil yang memuaskan. Kegiatan ibadah haji mempunyai dua sisi yang harus diperhatikan dalam melaksanakannya, yaitu standar pelaksanaannya saat masih ditanah air dan mekkah. Pada standar pelayanan di tanah air banyak aspek penting yang harus diperhatikan pembinaanya seperti

dalam pelayanan jasa (pembayaran setoran ONH ke Bank, pengurusan dokumen haji, pemeriksaan kesehatan bimbingan), penyediaan perlengkapan, dan konsultasi keagamaan. Sedangkan standar pembinaan ibadah haji di tanah suci adalah pelayanan akomodasi, transportasi, kesehatan, serta bimbingan haji (Suhaini et al., 2017)

Maka peluang inilah yang dilirik bukan saja oleh pemerintah namun juga oleh biro-biro penyelenggara umrah dan haji yang berkompetisi untuk menarik simpati jamaah. Oleh karena itu semuanya berlomba-lomba menawarkan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda hanya untuk sebuah popularitas. Agar tujuan pelaksanaan ibadah haji dan umrah selalu sukses dan mencapai target yang ingin dicapai, maka perlu adanya suatu strategi manajemen, khususnya dalam bidang pelayanan jamaah haji umrah. Pelayanan merupakan rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang baik akan menumbuhkan rasa percaya pada diri jamaah haji dan umrah. Kepercayaan merupakan bentuk keyakinan dan harapan pelanggan yang positif terhadap janji dari pihak perusahaan (Masalah, 2019). Dengan kepercayaan itu seseorang tidak akan terbebani rasa khawatir, apalagi melihat kondisi saat ini, tidak sedikit travel terpaksa dihentikan karena kasus penipuan, tentunya jamaahlah yang menjadi korbannya dan pasti akan mengalami kerugian. Oleh sebab itu biro-biro penyelenggara jamaah haji dan umrah harus mampu memberi pelayanan yang terbaik pada jamaah.

Pelayanan dan fasilitas yang berkualitas yang diberikan kepada konsumen atau jamaah merupakan produk pelayanan jasa. Jika produk yang diberikan itu berkualitas, maka rasa kepuasan konsumen semakin meningkat. Kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan konsumen atau jamaah (Dianita, 2019)

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis akan meneliti tentang "Strategi Pengembangan dan Pelayanan Haji dan Umrah" untuk mengetahui bagaimana strategi pelaksanaan pelayanan tersebut berjalan dengan baik. Dan disinilah penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Nur Haramain Mulia.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian berfungsi sebagai pedoman dalam melakukan penelitian. Metode penelitian digunakan sebagai acuan dasar. Metode penelitian menjadi alat bagi peneliti dalam melakukan analisis data yang ada. Analisis tersebut dapat menemukan sebuah kesimpulan dari penelitian. Sesuai dengan judul penelitian ini yaitu "Strategi Pengembangan dan Pelayanan Ibadah Haji dan Umrah di PT. Nur Haramain Mulia", maka pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kualitatif jika ditinjau dari pendekatan. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki sasaran penelitian yang terbatas, tetapi dengan keberhasilan itu digali sebanyak mungkin data mengenai sasaran penelitian. (Büyükçolpan & Tol, 2019)

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif jika ditinjau dari eksplanasinya. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan fakta dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan. (Ltda., 2015)

Berdasarkan pernyataan diatas maka bisa disimpulkan bahwa penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

## **Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini membahas tentang objek penelitian dan wilayah penelitian. Penelitian ini membahas masalah yang berkaitan dengan analisis strategi diferensiasi citra dalam pelayanan jamaah ibadah haji dan umrah di PT. Nur Haramain Mulia. Lokasi yang dijadikan objek atau sasaran dalam penelitian ini adalah di kantor KBIH, Jl. IR. H. Juanda No. 370, RT.01, Kampung Arab, Patokan, Kraksaan, Probolinggo, Jawa Timur.

## Jenis dan Sumber Data Penelitian

Untuk memperoleh data yang jelas dalam penelitian ini, peneliti berusaha mencari informasi yang mengarah kepada penelitian. Dalam penelitian kualitatif, peneliti harus bisa berperan sebagai instrument penelitian, disamping juga bantuan dari pihak yang benar-benar mengetahui tentang analisis strategi diferensiasi citra dalam pelayanan jamaah ibadah haji dan umrah di PT. Nur Haramain Mulia. Untuk itu jenis dan sumber data dalam penelitian ini, sebagai berikut :

### 1. Jenis Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber data yang pertama di lapangan sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan (Büyükçolpan & Tol, 2019). Data primer ini, diperoleh dengan cara mencari jawaban atas pertanyaan yang disajikan melalui wawancara secara langsung dengan karyawan *customer service* PT. Nur Haramain Mulia.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh ke dua setelah data primer. Tidak menutup kemungkinan peneliti sulit atau tidak mendapatkan data dari sumber sekunder dikarenakan ada sesuatu hal yang sifatnya sangat pribadi. Oleh karena itu, peneliti juga menggunakan data sekunder sebagai bahan perbandingan dari data primer yang telah diperoleh. (Hashimoto-Hill, 2011)

### 2. Sumber Data

Sumber data adalah salah satu yang paling vital dalam penelitian. Kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data akan menjadikan data yang diperoleh meleset dari yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti harus mampu memahami sumber data mana yang harus digunakan dalam penelitiannya.

Dalam penelitian ini, sumber data dalam penggalian data tentang analisis strategi diferensiasi citra dalam pelayanan jamaah ibadah haji dan umrah pada PT. Nur Haramain Mulia adalah *customer service*, metode dokumentasi (berasal dari sumber-sumber yang tertulis seperti buku, artikel, dan jurnal).

### 3. Observasi

Metode observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pencatatan secara sistematis terhadap obyek yang diselidiki atau yang diteliti sebagaimana yang dijelaskan oleh Cholid Narbuko dan Abu Achmadi bahwa metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang terdapat pada obyek penelitian. (Hashimoto-Hill, 2011)

Observasi juga merupakan alat pengumpulan data dengan menggunakan pengamatan atau mengindragkan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Haji secara *lughawi*, berarti menyengaja atau menuju dan mengunjungi. kata haji mempunyai arti *qashd*, yakni tujuan, maksud, dan menyengaja. Menurut syara' haji ialah menuju ke *Baitullah* dan tempat-tempat tertentu untuk melaksanakan amalan-amalan ibadah tertentu pula. Haji secara bahasa adalah maksud secara mutlak. Sedangkan secara syara', haji adalah bermaksud untuk pergi ke Ka'bah untuk menunaikan suatu amalan yang khusus. Atau haji juga diartikan bahwa menziarahi tempat khusus, dalam masa atau waktu yang

khusus, dengan perbuatan yang khusus pula. Hukum mengerjakan ibadah haji adalah *fardhu* sekali seumur hidup, kewajiban itu diperuntukkan bagi laki-laki dan juga bagi perempuan dengan syarat-syarat tertentu. Hukum *fardhunya* mengerjakan haji terdapat dalam Alquran, Sunah, dan juga Ijmak ulama (Fadillah, 2018). Pada pasal 1 angka 16 Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji (Hidayah et al., 2015)

Adapun umrah menurut bahasa bermakna *ziarah*. Sedangkan menurut syara' umrah ialah menziarahi ka'bah, melakukan tawaf di se-kelilingnya, bersa'i antara Shafa dan Marwah dan mencukur atau menggunting rambut dengan cara tertentu dan dapat dilaksanakan setiap waktu (Humaniora & Noor, 2018).

Strategi berasal dari kata Yunani "*strategos*" dengan akar kata "*stratos*" dan "*ag*". *Stratos* berarti militer dan *ag* berarti memimpin. Pada awalnya strategi diartikan generalship, sesuatu yang dilakukan oleh para jenderal dalam memenangkan peperangan. Heizer dan Render mengungkapkan strategi adalah rencana tindakan organisasi untuk mencapai misinya. Setiap wilayah fungsional mempunyai strategi untuk mencapai misinya dan membantu organisasi mencapai misi keseluruhan. (Lestari et al., 2016)

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada jamaah dengan standar yang sudah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Banyak perusahaan yang ingin dianggap selalu yang terbaik dimata jamaah. Karena jamaah akan menjadi setia terhadap produk yang akan ditawarkan. Disamping itu, perusahaan berharap pelayanan yang diberikan pada jamaah dapat ditularkan kepada calon jamaah lainnya. Hal ini merupakan promosi tersendiri bagi perusahaan yang berjalan terus secara berantai dari mulut ke mulut. Dengan kata lain, Nilai bagi pelanggan bisa juga dilihat sebagai cerminan dari kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan. Sebuah produk atau layanan perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata pelanggan apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin (Buddy et al., 2019)

Mengenai prinsip etika yang mengarahkan perilaku kepada pelayanan dan kualitas jasa yang baik, yaitu: 1). Kejujuran, 2). Integritas, 3). Memelihara janji, 4). Kesetiaan, 5). Kewajaran/ keadilan, 6). Suka membantu orang lain, 7). Hormat kepada orang lain, 8). Warga negara yang bertanggung jawab, 9). Mengejar keunggulan, 10). Dapat dipertanggungjawabkan. (Fadillah, 2018).

Strategi dalam melayani jamaah ibadah haji dan umrah untuk membangun citra yang positif di pandangan masyarakat adalah dengan menerapkan strategi pelayanan yang baik dari mulai penyambutan jamaah ketika awal bertamu, kemudian mendaftar, dan sampai pada pelaksanaan ibadah haji dan umrahnya. Dari pelayanan yang diberikan secara maksimal itulah sehingga para calon jamaah ibadah haji dan umrah yang awalnya berniat hanya ingin melihat saja, sampai pada akhirnya tertarik untuk bergabung pada perusahaan di bidang travel ini sehingga membuat calon jamaah merasa puas.

*Customer service* di PT. Nur Haramain Mulia yaitu melayani calon jamaah baik secara pendaftaran maupun keluhan jamaah. Agar berkesan dengan maksimal dalam melayani maka pelayan harus menguasai tentang haji dan umrah, begitu pula menguasai semua bahasa karena banyak konsumen yang berbeda bahasa, seorang pelayan harus menerapkan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun). Pelayan di PT. Nur Haramain Mulia tidak hanya menerima calon jamaah haji dan umrah melainkan dia juga mempromosikan produk yang tersedia.

Strategi yang digunakan oleh beberapa lembaga termasuk di PT. Nur Haramain Mulia untuk mendapat konsumen yaitu dengan cara melayani yang

berupa pelayanan jasa, pelayanan yang bergerak dalam bidang travel haji dan umrah. PT. Nur Haramain Mulia tidak menjual tiket umrah saja. Akan tetapi, PT. Nur Haramain Mulia juga menjual tiket ibadah haji qurudoh yang termaksud ibadah haji *plus* yang menawarkan pelayanan yang terbaik dan keberangkatan hajinya juga lebih cepat dari pada ibadah haji regular atau ibadah haji *plus* biasa, perbedaan ibadah haji qurodah dengan ibadah haji yang lain adalah harga, fasilitas, pelayanan, transportasi, tanggal keberangkatan. PT. Nur Haramain Mulia memberikan harga dengan harga murah, fasilitas yang bagus, pelayanan yang terbaik, transportasi yang diberikan, tanggal keberangkatan tepat waktu.

## SIMPULAN DAN SARAN

Secara umum pelayanan travel haji dan umrah di PT. Nur Haramain Mulia cukup baik, tapi akan lebih baik lagi tetap dilakukannya evaluasi, sehingga membuat jamaah puas terhadap pelayanan, dan tenang ketika melaksanakan ibadah, hingga pulang ke tanah air.

Travel haji dan umrah PT. Nur Haramain Mulia telah melakukan berbagai strategi dan juga manajemen yang baik, bertujuan untuk menggaet calon jamaah atau pemakai jasa travel. Rata-rata strategi dan manajemen travel haji dan umrah bisa dikatakan sama, hanya pada beberapa hal terjadi perbedaan, baik dari segi kualitas, dan juga kuantitas jamaah. Tentu, setiap travel haji dan umrah yang ada di PT. Nur Haramain Mulia, bisa mempunyai banyak calon jamaah, apabila tetap konsisten dalam merealisasikan setiap komitmen yang terbina antara pihak travel dengan calon jamaah. Sangat perlu menurut hemat penulis, untuk menjadikan travel haji dan umrah sebagai media dakwah, bukan hanya sebagai media bisnis. Karena, ibadah yang ingin dilaksanakan merupakan ibadah paripurna dan penyempurna dalam agama Islam, yang merupakan rukun Islam ke-lima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buddy, Tabroni, & Salim, F. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA REPUTASI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umrah dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 110-125.
- Büyükçolpan, & Tol, B. panjang jalan. (2019). STRATEGI PELAYANAN ADMINISTRASI JAMAAH HAJI DAN UMRAH DI PT AL-MULTAZAM UTAMA NUSANTARA SIDOARJO. 121-1 (ثُمَّ ثَبَّتْ ثَقِيقًا تَقْتَقِقُ). <https://www.bps.go.id/dynamictable/2018/05/18/1337/persentase-panjang-jalan-tol-yang-beroperasi-menurut-operatornya-2014.html>
- Dianita, Z. (2019). *Strategi Pelayanan di PT. Arminareka Perdana Surabaya*.
- Fadillah, L. (2018). Strategi Dan Manajemen Travel Haji Dan Umrah ( Studi Analisis Persaingan Travel Haji Dan Umrah Kota Medan Dalam Pelayanan dan Kualitas Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen ). *Al-Muamalat Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, IV(1), 1-24.
- Hashimoto-Hill, S. et al. (2011). STRATEGI PT. BUNDA ASRI LESTARI BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN IBADAH UMRAH. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Hidayah, N. A., Utami, M. C., & Suhendar, A. T. (2015). Pelayanan Haji Dan Umrah Berbasis Web ( Studi Kasus : Kbh Al- Karimiyah Depok ). *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 1-12.
- Humaniora, J., & Noor, M. (2018). *HAJI DAN UMRAH*. 4, 38-42.
- Kbh, P., & Kabupaten, D. I. (2014). *Pe ne l iti an da n Pe ng an ga m a Se m ar an Pe ne l ai iti an da n Pe ng em ba ng an ga a Se ar g*. 51-62.
- Lestari, P., Kuswana, D., & Yuliani, Y. (2016). Strategi Pelayanan Prima Kelompok Bimbingan Ibadah Haji terhadap Calon Jamaah dalam Meningkatkan Bimbingan Kualitas Ibadah Haji. *Tadbir: Jurnal Manajemen*

- Dakwah*, 1(3), 258-274. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v1i3.139>
- Ltda., S. do B. I. F. (2015). strategi peningkatan pelayanan jamaah haji KBIH MUHAMMADIYAH PALEMBANG. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Lubis, M. S., & Hidayat, T. (2019). Sistem Informasi Terpadu Haji Dan Umrah Berbasis Mobile. *JSil (Jurnal Sistem Informasi)*, 6(1), 62. <https://doi.org/10.30656/jsii.v6i1.1064>
- Masalah, L. B. (2019). PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN JAMAAH HAJI DAN UMRAH ( Studi Pada PT . Zakiah Dina Tayyibah Tour dan Travel Kota Parepare ). 1, 81-100.
- Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013). PENDAHULUAN IBADAH HAJI DAN UMRAH. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Suhaini, H., Sarbini, A., & Setiawan, A. I. (2017). Strategi KBIH At-Taqwa dalam Meningkatkan Pelayanan terhadap Calon Jamaah Haji. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(1), 86-102. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v2i1.153>
- Sulaiman, S. (2014). Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Pelayanan KBH di Kabupaten Jepara. *Analisa*, 21(1), 51. <https://doi.org/10.18784/analisa.v21i1.27>