

SKRIPSI

**FAKTOR- FAKTOR KUALITAS PELAYANAN
DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN
PADA PT. ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL
KOTA METRO**

Oleh:

**DIYAH AFIFATUL KAMILAH
NPM. 2103040004**



**Jurusan S1 Manajemen Haji dan Umroh
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2025 M**

**FAKTOR- FAKTOR KUALITAS PELAYANAN
DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN
PADA PT. ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL
KOTA METRO**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

DIYAH AFIFATUL KAMILAH
NPM. 2103040004

Pembimbing
Upia Rosmalinda, M.E.I

Jurusan S1 Manajemen Haji dan Umroh
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2025 M**

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk di Munaqosyahkan

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN)
Jurai Siwo Lampung

Di_
Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh :

Nama : DIYAH AFIFATUL KAMILAH
NPM : 2103040004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh
Judul : FAKTOR- FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT.
ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL KOTA METRO

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan trima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, 30 Oktober 2025
Pembimbing,



Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260 22612 8 602

HALAMAN PERSETUJUAN

**Judul : FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. ATHALAH
SAFAR INTERNASIONAL KOTA METRO**

Nama : DIYAH AFIFATUL KAMILAH

NPM : 2103040004


Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.

Metro, 30 Oktober 2025
Pembimbing,



Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260 22612 8 602



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telp. (0725) 47297; faksimili (0725) 47296; website: www.uinjusila.ac.id; E-mail: humas@uinjusila.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-0543/Uu.36.3/D/PP-00.9/11/2025

Skripsi dengan Judul FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL KOTA METRO, Disusun Oleh : DIYAH AFIFATUL KAMILAH, NPM. 2103040004, Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung pada hari/tanggal : Rabu, 12 November 2025.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator : Upia Rosmalinda, M.E.I

Penguji I : Reonika Puspita Sari, M.E.Sy

Penguji II : David Ahmad Yani, M.M

Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengesahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Dwi Santoso, M.H.
NIP. 19673161295031001

ABSTRAK

FAKTOR- FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT.ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL KOTA METRO

Oleh:

**DIYAH AFIFATUL KAMILAH
NPM 2103040004**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor kualitas pelayanan dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya kebutuhan akan penyelenggara umrah yang berkualitas di tengah keterbatasan legalitas perusahaan. Meskipun sebelumnya belum memiliki izin tetap sebagai PPIU, PT. Athalah mampu memperoleh kepercayaan masyarakat dengan peningkatan jumlah jamaah setiap tahun, dan pada akhirnya telah resmi mendapatkan izin Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dari Kementerian Agama Republik Indonesia pada tanggal 15 Juli 2025.

Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi keandalan (*reliability*) dan jaminan (*assurance*) merupakan faktor utama yang membentuk citra positif perusahaan. Faktor pendukung pelayanan meliputi profesionalitas petugas, komunikasi yang baik, serta sistem kerja terstruktur. Sementara kendala utama berasal dari keterbatasan fasilitas dan legalitas perusahaan yang masih dalam proses.

Kesimpulannya, kualitas pelayanan yang baik berpengaruh signifikan terhadap peningkatan citra perusahaan. Dengan diperolehnya izin resmi PPIU, PT. Athalah Safar Internasional diharapkan dapat semakin memperkuat legalitas, meningkatkan standar pelayanan, dan mempertahankan kepercayaan jamaah di masa mendatang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, P.T Athalah Safar Internasional

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : DIYAH AFIFATUL KAMILAH

NPM : 2103040004

Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Oktober 2025
Yang Menyatakan,


Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004

MOTTO

قَالَتِ إِحْدَاهُمَا يَأْتِ أَسْتَجِرْهُ إِلَّا خَيْرٌ مِنْ أَسْتَجِرْتِ أَلْقَوَى الْأَمِينُ

Artinya: *Salah seorang dari kedua wanita itu berkata: "Ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya". (Q.S. Al-Qasas : 26).*

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. atas karunia dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran kepada peneliti. Sehingga dapat mengerjakan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini ditujukan secara khusus untuk orang-orang yang peneliti sayangi dan cintai:

1. Kedua orang tua yang peneliti cintai, Ayahanda H. Suhardianto, S.Ag dan Ibunda Hj. Jurmiyah, terima kasih atas kasih sayang, doa, serta pengorbanan tanpa henti yang telah kalian berikan selama ini. Semua dukungan, semangat, dan cinta kalian selalu menjadi pilar kekuatanku dalam menghadapi setiap tantangan. Karya ini kupersembahkan sebagai bukti bahwa setiap perjuangan kalian tidak pernah sia-sia. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan dan kebahagiaan untuk kalian.
2. Kakak Dr. M. Rijal Fadhli, S.Pd., M.Pd tersayang, terima kasih atas semua dukungan baik secara moral dan materi, yang diberikan selama masa perkuliahan ini, walaupun sesulit apapun keadaan namun selalu megusahakan yang terbaik. Semoga karya ini bisa menjadi bukti betapa hebatnya dirimu.
3. Dosen pembimbing Ibu Upia Rosmalinda M.E.I selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran dan dedikasi telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang sangat berharga selama proses penelitian ini. Terima kasih atas waktu, ilmu, dan dukungan yang tak ternilai, yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Bimbingan Ibu sangat berarti dalam setiap langkah yang saya tempuh selama penelitian ini.
4. Kepada sahabat peneliti, Wigati Cahya Ningtyas dan Isnaini Muawiyah, yang selalu ada, setia, memberikan motivasi dan senantiasa mendoakan serta membantu dalam setiap proses peneliti.
5. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Sahrul Lelaki Pratama. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan,

mendengar keluh kesah, dan memberi semangat kepada peneliti, Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.

6. Seluruh teman-teman jurusan Manajemen Haji dan Umroh angkatan 2021, dan mahasiswa bimbingan Ibu Upia Rosmalinda yang telah memberikan semangat, motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamaterku, Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
8. Terakhir, untuk diri saya sendiri Diyah Afifatul Kamilah, terimakasih atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga mampu bertahan dan terus melangkah sejauh ini. Terimakasih pada raga dan jiwa yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya hingga sekarang. Terimakasih telah percaya pada keraguan dan kelelahan dalam setiap proses ini, meskipun jalannya terasa begitu berat. **Saya bangga pada diri saya sendiri!** Kedepannya untuk raga yang tetap kuat, hati yang selalu tegar, Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj Ida Umami, M.Pd. Kons. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
2. Bapak Dr. Dri Santoso, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
3. Bapak Ulul Azmi Mustofa, S.E.I, M.S.I selaku Ketua Jurusan Manajemen Haji dan Umrah
4. Ibu Liberty., S.E., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akamedik
5. Ibu Upia Rosmalinda., M.E.I. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Haji dan Umrah dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi serta ilmunya dari awal sampai penyusunan Skripsi ini selesai.

6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai
Siwo Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana
prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan, Penulis
mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya. Semoga
skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca, Aamiin.

Metro, Oktober 2025
Peneliti,


Diyah Afifatul Kamilah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS.....	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	16
D. Penelitian Relevan.....	17
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Konsep Kualitas Pelayanan	21
1. Kualitas Pelayanan.....	21
2. Faktor Faktor Kualitas Pelayanan	25
3. Tujuan Kualitas Pelayanan.....	30
4. Bentuk Indikator Kualitas Pelayanan.....	31
5. Karakteristik Kualitas Pelayanan	34
B. Konsep Citra Perusahaan	35
1. Citra.....	35
2. Citra Perusahaan	36

3. Jenis-Jenis Citra Perusahaan	38
4. Manfaat Citra Perusahaan	40
5. Indikator Citra Perusahaan	41
C. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan	42
BAB III METEKOLOGI PENELITIAN.....	48
A. Jenis dan Sifat Penelitian	48
B. Sumber Data Penelitian.....	49
C. Teknik Pengumpulan Data.....	51
D. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Deskripsi PT. Athalah Safar Internasional.....	58
1. Sejarah Singkat PT. Athalah Safar Internasional	58
2. Struktur Organisasi PT. Athalah Safar Internasional	60
3. Tugas dan Wewenang PT. Athalah Safar Internasional.....	61
4. Visi dan Misi PT. Athalah Safar Internasional	66
B. Bentuk Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Travel Athalah Safar Internasional Kota Metro.....	66
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Travel Athalah Safar Internasional	73
D. Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Dan Faktor Pendukung Serta Penghambat Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro	80
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	Surat Izin PPIU PT. Athalah Safar Internasional	59
Gambar 4. 2	Struktur Organisasi PT. Athalah Safar Internasional	60
Gambar 4. 3	Jadwal Keberangkatan PT. Athalah Safar Internasional	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Daftar Jamaah Umrah PT. Athalah Tahun 2022 sampai 2025.....	10
-------------------	---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Reseach
7. SK Lulus Plagiasi
8. SK Bebas Pustaka
9. Formulir Bimbingan Skripsi
10. Dokumentasi
11. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perjalanan umroh di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjalankan ibadah ke tanah suci. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, permintaan terhadap layanan perjalanan umroh semakin meningkat setiap tahunnya. Kualitas layanan dalam industri perjalanan ibadah umroh menjadi faktor krusial yang menentukan pada tingkat kepuasan pelanggan. Di tengah persaingan yang semakin ketat antar biro perjalanan umroh, pelanggan kini tidak hanya menilai dari sisi harga, tetapi juga dari kenyamanan, ketepatan layanan, kejelasan informasi, hingga pelayanan personal selama pelaksanaan ibadah hingga kemudahan dalam pengurusan administrasi. Setiap detail layanan yang diberikan memiliki kontribusi besar terhadap pengalaman pelanggan selama menjalankan ibadah. Pelanggan tidak hanya mengharapkan perjalanan yang lancar, tetapi juga pengalaman spiritual yang mendalam tanpa terganggu oleh kendala teknis atau pelayanan yang kurang memadai.

Ibadah umroh merupakan salah satu bentuk ibadah yang sangat dihormati oleh umat Islam di seluruh dunia. Ibadah ini dilakukan di Mekkah, Arab Saudi, dan memiliki nilai spiritual yang tinggi bagi setiap Muslim. Setiap tahun, jutaan umat Muslim, termasuk dari Indonesia sebagai negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar, berangkat ke Mekkah untuk

menunaikan ibadah umroh. Jumlah jamaah umroh dari Indonesia terus meningkat sehingga kebutuhan akan penyelenggara umroh yang profesional dan berkualitas menjadi semakin mendesak. Oleh karena itu, kualitas layanan yang diberikan oleh penyelenggara umroh memegang peranan penting dalam menciptakan pengalaman ibadah yang lancar, nyaman, dan bermakna bagi jamaah.

Kualitas layanan merupakan harapan pelanggan terhadap layanan yang dipengaruhi secara eksternal oleh komunikasi dari mulut ke mulut dan secara internal oleh pelanggan kebutuhan pribadi dan pengalaman masa lalu. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan sangat bergantung pada sejauh mana kinerja aktual layanan memenuhi atau melampaui harapan yang telah mereka bentuk sebelumnya. Apabila terjadi kesenjangan antara harapan dan realitas pelayanan, maka tingkat kepuasan pelanggan pun dapat terpengaruh secara signifikan.¹

Kualitas layanan dalam penyelenggaraan ibadah umroh di Indonesia, menjadi perhatian utama pemerintah. Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI) telah mengatur standar kualitas layanan melalui berbagai regulasi untuk memastikan pelayanan publik, termasuk layanan haji dan umroh, diselenggarakan secara profesional, transparan, *akuntabel*, serta mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dalam pelaksanaan umroh tidak hanya menjadi tanggung jawab penyelenggara, tetapi juga bagian dari komitmen negara

¹ Abdul Azis, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Insight Management Journal*, no. 1 (2020): 21–25.

dalam melindungi kepentingan jamaah. Meskipun regulasi dan standar telah ditetapkan, pada praktiknya masih sering ditemukan variasi kualitas layanan antar biro perjalanan umroh. Beberapa pelanggan mengeluhkan ketidaksesuaian antara paket yang dijanjikan dengan kenyataan di lapangan, seperti masalah akomodasi, transportasi, bimbingan ibadah, dan ketepatan jadwal perjalanan. Variasi dalam kualitas ini menjadi tantangan besar bagi perusahaan penyelenggara umroh untuk menjaga reputasi dan kepercayaan jamaah.

Dunia bisnis yang semakin kompetitif, kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam membangun dan meningkatkan citra perusahaan. Berdasarkan teori *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).² Faktor pendukung seperti pelatihan SDM, penggunaan teknologi, dan prosedur operasional yang jelas dapat memperkuat kualitas pelayanan. Sebaliknya, faktor penghambat seperti SDM yang kurang terlatih, fasilitas terbatas, dan pengawasan yang lemah dapat menurunkan kualitas tersebut.

Menurut teori citra perusahaan yang dikemukakan oleh Kennedy, citra perusahaan terbentuk dari komunikasi, identitas, dan persepsi pelanggan. Komunikasi yang efektif dan pelayanan yang baik dapat memperkuat citra perusahaan, sementara keluhan yang tidak ditangani dan komunikasi buruk

² Rully Tri Indriastuti and Untung Sriwidodo, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 10, no. 2 (2019): 164–173.

dapat merusaknya. Dengan mempertimbangkan berbagai teori di atas, peneliti berfokus pada faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat kualitas pelayanan dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT. Athalah Safar Internasional. Faktor-faktor ini harus dikelola dengan baik agar perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui pelayanan yang berkualitas dan citra perusahaan yang positif di mata pelanggan.

Pelayanan keberangkatan menjadi salah satu komponen penting dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah, karena secara langsung dirasakan oleh jamaah dan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan serta kepercayaan terhadap perusahaan penyelenggara. Pada tahap ini, perusahaan memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan seluruh proses keberangkatan berjalan lancar, mulai dari pengurusan dokumen perjalanan, pemberian informasi yang jelas dan tepat waktu, pelaksanaan bimbingan manasik, penyediaan transportasi, hingga pendampingan jamaah di bandara. Salah satu regulasi yang menjadi acuan adalah Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 tentang Standar Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah. Regulasi ini menekankan pentingnya standar layanan yang aman, nyaman, dan terjamin secara hukum, serta keterlibatan petugas yang kompeten dalam memberikan pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian dari Agnes Datuela yang berjudul “Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui strategi public relations yang diterapkan oleh PT. Telkomsel Branch Manado dalam

mempertahankan citra perusahaan di mata publik. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas citra perusahaan sebagai variabel yang ingin dipertahankan atau ditingkatkan. Perbedaan penelitian ini adalah variabel yang diteliti jika penelitian ini berfokus pada strategi public relations, dan objek penelitian pada PT. Telkomsel Cabang Manado, sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti kali ini berfokus pada kualitas pelayanan dan menggunakan PT. Athalah Safar Internasional sebagai objek penelitian.³

Menurut Dewi Mayangsari dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Citra Perusahaan”. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan yang diberikan oleh PT Bank Panin Syariah Tbk dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, serta bagaimana kepuasan tersebut berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan citra perusahaan di mata konsumen. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra perusahaan dalam sektor perbankan syariah. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama fokus pada kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian jika penelitian yang dilakukan Dewi pada PT Bank Panin Syariah Tbk sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berbeda yaitu bertempat

³ Agnes Datuela, "Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra Perusahaan", (*Journal "Acta Diura 2013"*), 16.

pada PT. Athalah Safar Internasional yang berfokus pada penyediaan layanan keberangkatan umroh ⁴

Penelitian yang dilakukan Katon Pratondo dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Bisnis Ritel TokoMu)”. Tujuan Penelitian ini untuk mengeksplorasi dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis ritel TokoMu, dengan menempatkan citra perusahaan sebagai variabel mediasi yang memediasi hubungan tersebut. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima mampu membentuk citra positif perusahaan, yang pada akhirnya berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas citra perusahaan sebagai hasil dari kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian ini fokus pada loyalitas dan jenis objek yang dilakukan.⁵

Penelitian dari Umu Atiah, Fatar, dan Gatot Hartoko yang berjudul “Analisa Pelayanan Jamaah Haji Dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Riyadhul jannah Tour Dan Travel Kabupaten Pandeglang Tahun 2022”. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis secara mendalam bagaimana bentuk, strategi, serta pelaksanaan pelayanan yang diberikan oleh PT. Riyadhul jannah dalam menyelenggarakan ibadah haji dan umrah dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan citra positif perusahaan

⁴ Dewi Mayangsari, Ratih Hurriyati, Disman, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Citra Perusahaan", (*Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 2020), 11.

⁵ Katon Pratondo, Zaid Zaid, Sayang Bidul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Citra Perusahaan", (*Journal Of Social Science Research* 2024), 15.

di mata masyarakat. Fokus penelitian ini adalah mengkaji berbagai aspek layanan, mulai dari proses administrasi pendaftaran, penyampaian informasi keberangkatan, pelaksanaan bimbingan manasik, penyediaan fasilitas akomodasi dan transportasi, hingga kesiapan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan prima yang sesuai dengan harapan jamaah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini juga bermaksud untuk menggambarkan persepsi dan pengalaman jamaah secara nyata serta bagaimana persepsi tersebut memengaruhi kepercayaan terhadap perusahaan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji hubungan antara pelayanan dan citra perusahaan. Perbedaan Penelitian ini objek penelitian pada PT. Riyadhul Jannah.⁶

Ketidaksesuaian atau kekurangan dalam pelayanan ini dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti keterlambatan, kebingungan, hingga ketidaknyamanan yang berdampak pada citra perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu, penting untuk menelaah sejauh mana pelayanan keberangkatan yang diberikan oleh PT. Athalah Safar Internasional mampu menciptakan kesan positif dan meningkatkan citra perusahaan sebagai penyelenggara perjalanan umrah yang profesional dan terpercaya.

Penelitian ini secara khusus memfokuskan pada pelayanan keberangkatan jamaah umrah yang dilakukan oleh PT. Athalah Safar Internasional. Pelayanan keberangkatan meliputi serangkaian aktivitas yang dimulai dari penyampaian informasi, pengurusan dokumen, pelaksanaan

⁶ Umu Atlah, Fatari Fatari, and Gatot Hartoko, "Analisa Pelayanan Jamaah Haji Dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Riyadhuljannah Tour Dan Travel Kabupaten Pandeglang", (*Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2024), 28.

manasik, penyediaan transportasi, hingga pendampingan teknis di bandara. Tahap ini merupakan fase krusial karena menjadi pengalaman pertama jamaah dalam menilai kesiapan dan profesionalisme perusahaan. Jika pelayanan pada tahap ini dilakukan secara tidak profesional, maka dapat menimbulkan ketidaknyamanan, kekacauan jadwal, bahkan menurunkan tingkat kepercayaan jamaah terhadap perusahaan.

Prosedur pelayanan keberangkatan yang dijalankan oleh perusahaan ini mencakup proses administrasi, pelaksanaan manasik, pemberian jadwal keberangkatan, dan penyediaan transportasi. Namun, sejauh mana prosedur ini telah mengikuti standar pelayanan prima dan peraturan resmi seperti PMA No. 5 Tahun 2021 masih perlu ditelusuri.⁷ Selain itu, kompetensi petugas yang memberikan layanan juga menjadi salah satu indikator penting yang perlu ditelaah, karena kualitas pelayanan sangat bergantung pada kemampuan dan pengalaman para petugas di lapangan.

Menurut regulasi yang ditetapkan dalam Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021, syarat utama bagi sebuah biro perjalanan untuk dapat mengajukan izin sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) secara mandiri adalah telah memiliki badan hukum berbentuk perseroan terbatas (PT) dan telah menjalankan operasional minimal selama dua tahun berturut-turut. Berdasarkan ketentuan tersebut, PT. Athalah Safar Internasional yang berdiri pada tahun 2022 telah memenuhi persyaratan

⁷ Pemerintah Indonesia. *Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko, perlu menetapkan Peraturan Menteri Agama tentang Standar Kegiatan Usaha Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah*, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6617, Sekretariat, Jakarta.

administratif dan operasional untuk mengajukan izin PPIU secara mandiri. Setelah melalui proses verifikasi dan evaluasi dari Kementerian Agama Republik Indonesia, perusahaan ini akhirnya memperoleh surat izin resmi sebagai PPIU pada tanggal 15 Juli 2025. Pencapaian ini menandai tonggak penting dalam perkembangan perusahaan karena menunjukkan bahwa PT. Athalah telah memenuhi standar legalitas dan profesionalitas yang ditetapkan oleh pemerintah.

Aspek legalitas perusahaan juga menjadi salah satu dimensi penting dalam indikator kualitas pelayanan, khususnya dalam dimensi *assurance* (jaminan) berdasarkan teori SERVQUAL. Legalitas tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan administratif, tetapi juga sebagai ukuran kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Dengan diperolehnya izin resmi sebagai PPIU, PT. Athalah Safar Internasional semakin memperkuat citranya sebagai lembaga yang profesional, terpercaya, dan berkomitmen memberikan pelayanan terbaik kepada jamaah. Legalitas yang sah ini pada akhirnya menjadi faktor yang signifikan dalam membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat.

PT. Athalah Safar Internasional sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah memiliki tanggung jawab untuk memastikan seluruh proses pelayanan berjalan sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Pelayanan mencakup proses administratif, pelaksanaan manasik, pengelolaan jadwal keberangkatan, penyediaan transportasi, hingga pendampingan jamaah. Evaluasi terhadap pelayanan dilakukan berdasarkan indikator yang telah

ditetapkan serta persepsi konsumen yang menerima layanan secara langsung. Pelayanan dikatakan baik apabila seluruh proses tersebut berjalan sesuai prosedur, memenuhi standar pelayanan prima, serta mendapat tanggapan positif dari jamaah.

PT. Athalah Safar Internasional beralamat di Jl. Way Pangubuan No. 11, Metro Utara. Perusahaan ini berdiri pada bulan Juli tahun 2022 dan dipimpin oleh Bapak Iwan Dwi Jayanto selaku Direktur PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro. PT. Athalah Safar Internasional telah resmi memiliki Surat Izin Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dari Kementerian Agama Republik Indonesia pada tanggal 15 Juli 2025. Dengan adanya izin resmi tersebut, PT. Athalah Safar Internasional semakin memperkuat komitmennya dalam memberikan pelayanan dan akomodasi terbaik serta terpercaya bagi jamaah haji, umrah, dan wisata religi ke berbagai negara. Sejak berdiri hingga tahun 2024, perusahaan ini telah berhasil memberangkatkan total 262 jamaah umrah.

Tabel 1.1
Data Jamaah Umrah Di PT Athalah Safar Internasional
Tahun 2022-2025

Tahun	Jumlah Keberangkatan
2022	25
2023	71
2024	166
2025	318
Total Jamaah	580

Sumber: Dokumen Keberangkatan PT. Athalah Safar Internasional

Data pada tabel 1.1 menjelaskan ada peningkatan jumlah jamaah secara konsisten setiap tahun keberangkatannya, mulai dari tahun 2022 hingga 2024.

Meningkatnya jumlah jamaah umrah juga tidak lepas dari SOP PT. Athalah Safar Internasional dengan memberikan pelayanan yang terbaik selama perjalanan ibadah umroh. Surat Izin Resmi Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah dari Kementerian Agama Republik Indonesia menjadi keunggulan tersendiri bagi penyelenggara perjalanan wisata umrah yang sudah diminati oleh banyak konsumen.

PT. Athalah Safar Internasional menyadari bahwa menjaga kualitas layanan menjadi tantangan tersendiri di tengah tingginya ekspektasi jamaah. Di era digital saat ini, keterbukaan informasi membuat testimoni pelanggan memiliki pengaruh besar dalam membangun citra perusahaan. Satu pengalaman negatif dapat dengan cepat menyebar melalui media sosial, sedangkan pelayanan yang memuaskan mampu mendorong loyalitas pelanggan serta promosi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan standar pelayanannya secara berkelanjutan. Kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan sebuah biro perjalanan umroh. Kepuasan ini tercermin dari seberapa jauh layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan.

Peneliti mewawancarai Bapak Iwan Dwi Jayanto, selaku Direktur PT. Athalah Safar Internasional. Dalam wawancara tersebut, beliau menyampaikan komitmen manajemen dalam menjadikan pelayanan sebagai kunci utama membangun kepercayaan dan reputasi perusahaan:

"Pelayanan bagi kami bukan sekadar kewajiban administratif, melainkan bentuk pengabdian kepada jamaah. Kami menyadari bahwa kepuasan dan kenyamanan jamaah dalam menjalankan ibadah umrah sangat bergantung pada bagaimana kami melayani mereka sejak awal. Setelah resmi memperoleh izin sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) pada 15 Juli 2025, komitmen kami terhadap peningkatan kualitas pelayanan semakin kuat. Kami selalu menekankan kepada seluruh staf bahwa setiap senyuman, bantuan, dan kejelasan informasi merupakan bagian penting dalam membangun citra perusahaan yang profesional, terpercaya, dan amanah."⁸

Peneliti juga mewawancarai Ibu Gustarina Andini selaku Admin Media Sosial PT Athalah Safar Internasional Kota Metro, Beliau mengungkapkan bahwa dalam melayani konsumen, terdapat beberapa faktor penting yang menjadi fokus perusahaan, yaitu: Kecepatan dalam memberikan respons terhadap pertanyaan pelanggan di media sosial, ketepatan waktu dalam memberikan informasi keberangkatan, dan sikap ramah, sopan, dan komunikatif dari para staf lapangan maupun kantor.⁹

Menurutnya, pelayanan yang tanggap dan ramah merupakan aspek yang paling sering diapresiasi oleh jamaah, terutama ketika mereka menghadapi kebingungan seputar dokumen, visa, atau jadwal keberangkatan. Hal ini menunjukkan dominasi dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dan keandalan

⁸ Hasil wawancara bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto selaku Pemilik PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro pada tanggal 10 juni 2025.

⁹ Hasil wawancara bersama Ibu Gustarina Andini selaku Admin Sosial Media PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro pada tanggal 05 februari 2025.

(*reliability*) sebagai kekuatan utama dalam membangun citra perusahaan di ruang digital maupun lapangan.

Peneliti juga melakukan wawancara terhadap tiga jama'ah umroh yang pernah menggunakan jasa perusahaan tersebut. Ketiganya dipilih karena memiliki pengalaman langsung menggunakan layanan PT. Athalah, bahkan beberapa di antaranya merupakan pengguna ulang (*repeat customer*), sehingga dapat memberikan pandangan yang lebih objektif dan mendalam.

Menurut Ibu Miati, beliau mengatakan mengenai alasan mengapa memilih PT. Athalah dibandingkan dengan travel umroh lainnya yaitu, Saya memilih PT. Athalah Safar Internasional karena travel ini sudah terbukti amanah. Banyak kasus jamaah tertipu oleh travel umroh yang tidak bertanggung jawab, tapi PT. Athalah Safar Internasional memiliki rekam jejak yang baik dan tidak pernah mengecewakan jamaahnya.¹⁰

Dari pernyataan ini, terlihat bahwa kepercayaan dan integritas perusahaan menjadi alasan utama Ibu Miati dalam memilih biro perjalanan umrah. Dimensi assurance dalam SERVQUAL terkait dengan rasa aman, legalitas, dan reputasi menjadi fokus utama yang memengaruhi persepsinya terhadap kualitas layanan. Pengalaman pribadi yang positif ini secara langsung membentuk citra perusahaan sebagai biro perjalanan yang amanah dan bertanggung jawab.

Menurut Bapak Amri Kurniadi, beliau mengatakan mengenai alasan memilih menggunakan jasa travel PT. Athalah Safar Internasional kembali,

¹⁰ Hasil wawancara bersama Ibu Miati selaku jamaah umroh PT. Athalah Safar Internasional pada tanggal 10 februari tahun 2025.

karena dari pertama kali saya mendaftar saya menyukai pelayanan dari pihak PT. Athalah, karena dari karyawan PT. Athalah Safar Internasional sangat ramah dan profesional, pada saat saya belum paham tentang prosedur umroh karyawan PT. Athalah Safar Internasional membantu dan menjawab dengan senang hati.¹¹

Pernyataan ini menekankan pentingnya *responsiveness* dan *empathy* dalam pelayanan. Kemampuan staf dalam menjawab pertanyaan, memberikan penjelasan yang mudah dipahami, serta memperlakukan pelanggan dengan penuh kesabaran menjadi elemen pelayanan yang sangat dihargai oleh jamaah. Pengalaman yang baik ini membuat Bapak Amri tidak ragu kembali menggunakan jasa yang sama, yang berarti perusahaan berhasil membangun loyalitas konsumen melalui kualitas pelayanan yang konsisten.

Menurut Ibu Fatimah, beliau mengatakan “Saya merasa pelayanan dari PT. Athalah cukup memuaskan, terutama dalam hal komunikasi dan bimbingan manasik. Informasi disampaikan secara jelas dan tepat waktu. Petugas juga mendampingi kami mulai dari keberangkatan hingga di Tanah Suci. Saya merasa tenang karena semuanya terorganisir”.¹²

Testimoni ini memperkuat dimensi *reliability* (layanan sesuai janji dan prosedur), *tangibles* (manasik dan pendampingan), serta *assurance* (kejelasan informasi dan rasa aman). Ibu Fatimah menekankan pentingnya organisasi

¹¹ Hasil wawancara bersama Bapak Amri Kurniadi selaku jamaah umroh PT. Athalah Safar Internasional pada tanggal 11 februari tahun 2025.

¹² Hasil wawancara bersama Ibu Fatimah selaku jamaah umroh PT. Athalah Safar Internasional pada tanggal 12 juni tahun 2025 .

pelayanan yang sistematis sebagai sumber kepuasan dan kenyamanan selama beribadah.

Berdasarkan deskripsi tentang faktor-faktor yang membentuk kualitas layanan dalam meningkatkan citra perusahaan, PT. Athalah Safar Internasional merupakan salah satu perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umrah yang tengah berkembang di Indonesia. Sejak berdiri pada tahun 2022, perusahaan ini semula menginduk pada Al-Safwah Wisata Mandiri dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Namun, seiring dengan perkembangan dan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan serta perusahaan telah beroperasi sekurang-kurangnya selama dua tahun, maka PT. Athalah Safar Internasional telah memperoleh surat izin resmi dari Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) pada tanggal 15 Juli 2025. Dengan diperolehnya izin tersebut, perusahaan semakin memperkuat kepercayaan masyarakat, khususnya para jamaah yang telah menggunakan jasanya. Oleh karena itu, untuk memahami lebih dalam bagaimana kualitas pelayanan dapat memengaruhi citra perusahaan, peneliti memandang penting untuk mengkaji hal tersebut secara spesifik. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengambil judul **“Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT. Athalah Safar Internasional.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka yang menjadi perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk dan pelaksanaan kualitas pelayanan keberangkatan umrah yang diberikan oleh PT. Athalah Safar Internasional di Kota Metro?
2. Apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat kualitas pelayanan dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pernyataan rumusan masalah yang telah peneliti paparkan di atas, maka tujuan yang peneliti ingin capai, yaitu untuk mengetahui bentuk dan pelaksanaan kualitas pelayanan keberangkatan umrah yang diberikan oleh PT. Athalah Safar Internasional di Kota Metro dan untuk mengetahui faktor-faktor kualitas pelayanan dalam membentuk citra PT. Athalah Safar Internasional sebagai biro perjalanan untuk mereka.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai berikut:

a. Bagi Biro Travel Umroh

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi untuk meningkatkan mutu layanan keberangkatan umrah yang selama ini telah diberikan. Terutama dalam hal pemenuhan standar pelayanan yang sesuai dengan regulasi resmi pemerintah, peningkatan kompetensi petugas, serta pentingnya aspek legalitas sebagai bentuk jaminan kualitas dan kepercayaan terhadap perusahaan. Diharapkan

dengan adanya masukan ini, perusahaan dapat melakukan perbaikan berkelanjutan guna membentuk citra perusahaan yang lebih profesional dan terpercaya di mata masyarakat.

b. Bagi Calon Jamaah Umroh

Hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai pentingnya memilih biro perjalanan umrah yang tidak hanya memberikan pelayanan yang baik secara prosedural, tetapi juga memiliki legalitas resmi dan petugas yang kompeten. Dengan demikian, konsumen menjadi lebih cermat dan selektif dalam memilih penyedia jasa perjalanan ibadah yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan mereka.

c. Bagi Peneliti

Bagi peneliti yang akan datang hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau sumber informasi awal yang relevan dan bermanfaat dalam mengembangkan kajian lebih lanjut mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan, khususnya dalam konteks industri jasa keagamaan. Penelitian ini juga dapat memicu diskusi ilmiah mengenai pentingnya regulasi dan standar pelayanan dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap biro perjalanan umrah.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang karya ilmiah dan penelitian yang terlebih dahulu terbit untuk menghindari kesamaan atau plagiasi isi

pembahasan dengan karya orang lain, maka dibawah ini peneliti ajukan referensi yang berkaitan dengan judul skripsi, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian jurnal dari Agnes Datuela yang berjudul “Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra Perusahaan”.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui strategi public relations yang diterapkan oleh PT. Telkomsel Branch Manado dalam mempertahankan citra perusahaan di mata publik. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas citra perusahaan sebagai variabel yang ingin dipertahankan atau ditingkatkan. Perbedaan penelitian ini adalah variabel yang diteliti strategi public relations, objek penelitian pada PT. Telkomsel Cabang Manado.¹³

2. Penelitian jurnal dari Dewi Mayangsari yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Citra Perusahaan”.

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis sejauh mana kualitas layanan yang diberikan oleh PT Bank Panin Syariah Tbk dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, serta bagaimana kepuasan tersebut berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan citra perusahaan di mata konsumen. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra perusahaan dalam sektor perbankan syariah. Persamaan penelitian ini adalah

¹³ Agnes Datuela, "Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra Perusahaan", (*Journal "Acta Diura 2013"*), 16.

sama-sama fokus pada kualitas pelayanan. Perbedaan objek penelitian pada PT Bank Panin Syariah Tbk.¹⁴

3. Penelitian jurnal dari Katon Pratondo yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Bisnis Ritel TokoMu)”.

Tujuan Penelitian ini untuk mengeksplorasi dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis ritel TokoMu, dengan menempatkan citra perusahaan sebagai variabel mediasi yang memediasi hubungan tersebut. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima mampu membentuk citra positif perusahaan, yang pada akhirnya berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas citra sebagai hasil dari kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian ini fokus pada loyalitas.¹⁵

4. Penelitian Jurnal dari Umu Atiah, Fatar, dan Gatot Hartoko yang berjudul “Analisa Pelayanan Jamaah Haji Dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Riyadhul jannah Tour Dan Travel Kabupaten Pandeglang Tahun 2022”.

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis secara mendalam bagaimana bentuk, strategi, serta pelaksanaan pelayanan yang diberikan

¹⁴ Dewi Mayangsari, Ratih Hurriyati, Disman, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Citra Perusahaan", (*Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis 2020*), 11.

¹⁵ Katon Pratondo, Zaid Zaid, Sayang Bidul, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Citra Perusahaan", (*Journal Of Social Science Research 2024*), 15.

oleh PT. Riyadhul jannah dalam menyelenggarakan ibadah haji dan umrah dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan citra positif perusahaan di mata masyarakat. Fokus penelitian ini adalah mengkaji berbagai aspek layanan, mulai dari proses administrasi pendaftaran, penyampaian informasi keberangkatan, pelaksanaan bimbingan manasik, penyediaan fasilitas akomodasi dan transportasi, hingga kesiapan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan prima yang sesuai dengan harapan jamaah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini juga bermaksud untuk menggambarkan persepsi dan pengalaman jamaah secara nyata serta bagaimana persepsi tersebut memengaruhi kepercayaan terhadap perusahaan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji hubungan antara pelayanan dan citra perusahaan. Perbedaan Penelitian ini objek penelitian pada PT. Riyadhul Jannah.¹⁶

¹⁶ Umu Atlah, Fatari Fatari, and Gatot Hartoko, "Analisa Pelayanan Jamaah Haji Dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Riyadhuljannah Tour Dan Travel Kabupaten Pandeglang", (*Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 2024), 28.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Kualitas Pelayanan

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Kualitas pelayanan menjadi bagian dari strategi untuk memiliki peranan yang besar bagi keberhasilan perusahaan. Produk atau jasa dapat disebut berkualitas apabila produk atau jasa tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen.

Kualitas Pelayanan adalah elemen-elemen, yang meliputi usaha memenuhi kebutuhan, kualitas mencakup produk, jasa, manusia dan lingkungan, kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.¹ Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dipakai.

Kualitas juga dapat diartikan kondisi bermacam yang terkait dengan produk, jasa, manusia, proses serta lingkungan yang memenuhi atau lebih

¹ Dian Kurnia Afiandi dan Ari Prabowo, Pengaruh Kualitas Layanan, Intensitas Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Jamaah, (*PT Al Muchtar Tour Travel 2024*), 160.

dari yang diharapkan.² R.A Supriyono dalam buku pemasaran, pelayanan merupakan kegiatan pada organisasi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat memunculkan kesan tersendiri. Sebagai akibat melakukan pelayanan yang sesuai kriteria harapan konsumen mendapati kepuasan, dapat dipahami bahwa pelayanan merupakan elemen penting untuk mempengaruhi konsumen untuk pemilihan keputusan jasa atau produk yang ditawarkan.

Menurut Tjiptono dalam buku yang sama, kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan berbagai macam yang mempunyai ketertarikan dengan produk, sumber daya manusia, jasa serta lingkungan dan proses yang dapat mencapai atau melebihi harapan dari kualitas pelayanan.³

Dalam undang-undang nomor 13 tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Umrah, lebih tepatnya BAB II Pasal 3 mengenai asas dan tujuan, yang berbunyi “penyelenggaraan ibadah haji dan umroh bertujuan untuk memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan yang sebaik-baiknya bagi jamaah sehingga jamaah dapat menunaikan ibadahnya sesuai dengan ketentuan ajaran islam”. Dan terdapat juga pada BAB III Pasal 6 pemerintah wajib melakukan pembinaan, pelayanan dan perlindungan menyediakan layanan, adminitrasi, bimbingan ibadah haji, akomodasi, transportasi, dan pelayanan kesehatan.⁴

² Ismail Nurdin, "Kualitas Pelayanan Publik: Perilaku Aparatur Dan Komunikasi Birokrasi Dalam Pelayanan Public", (Surabaya: *Media Sahabat Cendekia*, 2019), 15.

³ Fandy Tjiptono, “Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan”, (Yogyakarta: Andi, 2019), hlm. 59.

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008.

Untuk menjalankan pelayanan sesuai UU tersebut maka suatu Lembaga harus memberikan pelayanan yang serupa seperti:

a. Adminitrasi

Adminitrasi merupakan seluruh proses kegiatan yang dilakukan dan melibatkan semua orang seacara bersama dalam organisasi guna untuk mencapai tujuan. Pada bagian adminitrasi harus dilakukan sebaik mungkin agar tidak ada kesalahan dalam pendataan mulai dari proses pendaftaran, pembayaran, surat keimigrasian, dan sebagainya yang berhubungan dengan pendataan para calon jamaah. Pendaftaran calon jamaah umrah sebagai berikut:

- 1) Beragama islam.
- 2) Berusia minimal 12 tahun pada saat mendaftar.
- 3) Memiliki KTP yang masih berlaku sesuai domisili atau bukti identitas lain yang sah.
- 4) Memiliki KK (kartu keluarga)
- 4) Memiliki KK (kartu keluarga).
- 5) Memiliki akte kelahiran atau surat kenal lahir atau akte nikah atau ijazah.
- 6) Memiliki tabungan nama jamaah yang bersangkutan pada BPS BPIH.⁵

b. Bimbingan manasik umrah

Dalam manasik haji dapat dilakukan dengan tiga hal yaitu: pra umrah, Ketika berlangsung, dan paska umrah.

⁵ Ali Rokhmat, "*Manajemen Tata Kelola Haji Indonesia*", (Jakarta: Media Dakwah 2016), 217.

- 1) Pra umrah adalah agar para jamaah mengerti dan memahami bagaimana cara beribadah umrah nanti ketika berada di tanah suci.
- 2) Ketika berlangsung yaitu bimbingan yang dilakukan ketika berada di tanah suci dengan cara membimbing, memberi pengarahan agar pelaksanaan ibadah umrah sesuai dengan tata cara ibadah umrah.
- 3) Paska umrah merupakan bimbingan yang dilakukan setelah pelaksanaan ibadah umrah, untuk mempertahankan kemamburan umrah.

c. Akomodasi

Akomodasi merupakan salah satu unsur penting yang harus diberikan oleh para penyelenggara ibadah umrah. Yang dimaksud dengan akomodasi itu adalah menggunakan pelayanan jasa penginapan yang dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Penyewaan pemondokan juga mengikuti ketentuan dalam Taklimatul Hajj pemerintah Arab Saudi. Ketentuan itu antara lain adalah mensyaratkan adanya izin kelayakan (*tasyrih*) yang dikeluarkan oleh *baladiyah* (pemerintah Arab Saudi), karena dengan adanya akomodasi yang baik dan memuaskan maka para jamaah menjadi lebih khusyu dalam menjalankan ibadah umrahnya.

d. Transportasi

Untuk transportasi pastinya harus yang aman, nyaman dan lancar. Pelayanan transportasi juga merupakan bagian kewajiban pemerintah dalam rangka memobilisasikan jamaah dari tanah air ke

Arab Saudi dan Kembali ke Tanah Air. Dalam pelayanan transportasi udara, telah disusun indikator mutu layanan yaitu ketepatan waktu sesuai dengan jadwal keberangkatan dan kepulangan. Transportasi juga memegang peran yang cukup penting dalam pelaksanaan ibadah umrah.⁶

e. Kesehatan Pelayanan

Kesehatan merupakan pemeriksaan, perawatan, dan pemeliharaan kesehatan jamaah umrah untuk menjaga agar jamaah umrah tetap dalam keadaan sehat. Pelayanan kesehatan ini dilakukan sebelum berangkat ke Tanah Suci, sesampainya di Tanah Suci.⁷

2. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan ada 2 bagian yakni faktor Internal dan Eksternal, faktor internal adalah yang memiliki sifat kewenangan diskresi sikap yang berorientasi terhadap perubahan budaya, etika, sistem intensif. Jika faktor eksternal meliputi budaya politik dinamika dan perkembangan politik, pengelolaan konflik lokal, kondisi sosial ekonomi, yang dilakukan oleh masyarakat.⁸

Menurut Rangkuti, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap citra perusahaan yaitu:

⁶ Ibid, 29.

⁷ Tata Sukayat, "*Manajemen Haji, Umrah dan Wisata Agama*", (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 134.

⁸ Nogi Hessel S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), 223.

a. Harga yang ditawarkan

Tingkat harga yang akan menimbulkan persepsi atas produk yang berkualitas atau tidak.

b. Reputasi (*image*) perusahaan di mata pelanggan

Reputasi yang baik menimbulkan persepsi terhadap citra perusahaan, sehingga pelanggan memaafkan suatu kesalahan meskipun tidak untuk suatu kesalahan selanjutnya.

c. Jaminan atas layanan yang berkualitas

Jaminan atas pelayanan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi atas citra perusahaan untuk tahap pelayanan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa puas pelayanan secara keseluruhan.

d. Penampilan fasilitas fisik

Situasi atas pelayanan fasilitas fisik dikaitkan dengan citra perusahaan sehingga mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap baik atau tidaknya citra perusahaan.

e. Komitmen organisasi

Komitmen organisasi yang dimiliki pegawai merupakan faktor yang berpengaruh terhadap citra perusahaan karena dengan komitmen yang baik dari pegawai, dapat berpengaruh terhadap persepsi

pelanggan, sehingga dapat menimbulkan kesan perusahaan tersebut memiliki citra yang baik.⁹

Pelayanan yang baik tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik itu fasilitas fisik maupun sumber daya manusia. Beberapa faktor tersebut, Menurut Ovretveit adalah:¹⁰

a. Kualitas Pelanggan.

Kualitas Pelanggan mengacu pada sejauh mana pelayanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan

b. Kualitas Profesional.

Kualitas Profesional berkaitan dengan kompetensi dan kualifikasi staf yang memberikan pelayanan.

c. Kualitas Manajemen.

Kualitas Manajemen melibatkan kemampuan manajemen organisasi dalam mengelola dan memimpin pelayanan dengan baik.

Menurut Moenir, ada enam faktor utama yang mendukung kelancaran pelayanan, yaitu:

a. Kesadaran dan tanggung jawab petugas

Kesadaran petugas dalam menjalankan tugas merupakan unsur dasar dalam memberikan pelayanan yang baik. Petugas yang memiliki kesadaran akan tugas dan tanggung jawabnya akan bekerja dengan penuh komitmen, disiplin, dan integritas. Kesadaran ini bukan hanya

⁹ Immanuel M Ginting, "Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image", (*Jurnal Manajemen* 2015), 98..

¹⁰ Luthfi Madjid, Deby R. Karundeng, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas", (*Jurnal Kharisma* 2022), h. 260.

soal menjalankan perintah, tetapi juga berkaitan dengan pemahaman terhadap pentingnya pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Dalam pelayanan umrah, kesadaran petugas sangat dibutuhkan agar setiap proses, seperti pendaftaran, pembimbingan, dan keberangkatan jamaah, dijalankan dengan sepenuh hati dan tanggung jawab.

b. Peraturan dan Aturan sebagai Landasan Kerja

Pelayanan yang baik memerlukan adanya aturan atau ketentuan yang menjadi landasan kerja bagi setiap petugas. Aturan ini mencakup standar operasional prosedur (SOP), kode etik pelayanan, hingga peraturan internal perusahaan. Aturan yang jelas akan membentuk alur kerja yang sistematis dan menghindari pelayanan yang bersifat sewenang-wenang atau tidak konsisten. Dalam penyelenggaraan jasa umrah, aturan ini dapat berupa tata cara registrasi, prosedur pembayaran, dan tata tertib keberangkatan.

c. Struktur Organisasi yang jelas

Struktur organisasi memegang peranan penting dalam pengelolaan pelayanan. Struktur yang terorganisasi dengan baik memungkinkan pembagian tugas dan tanggung jawab secara tepat kepada setiap bagian atau individu. Dengan adanya struktur organisasi yang rapi, proses koordinasi antarbagian menjadi lebih mudah, pengambilan keputusan lebih cepat, dan pengawasan terhadap pelaksanaan pelayanan bisa berjalan efektif. Dalam perusahaan jasa

perjalanan umrah, struktur ini mencakup bagian administrasi, pemasaran, bimbingan ibadah, dan pelayanan keberangkatan.

d. Keterampilan Petugas

Petugas yang memiliki keterampilan dan kompetensi kerja yang baik akan mampu memberikan pelayanan secara profesional. Keterampilan ini meliputi kemampuan teknis dalam pekerjaan, kemampuan komunikasi interpersonal, hingga keterampilan dalam menangani keluhan pelanggan. Pelayanan yang dilakukan oleh petugas yang cakap akan menciptakan kepuasan pelanggan dan meminimalisir kesalahan dalam proses pelayanan. Oleh karena itu, pelatihan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan jasa.

e. Ketersediaan sarana dan prasarana pendukung

Fasilitas yang lengkap dan memadai akan sangat menunjang proses pelayanan. Sarana pendukung mencakup ruang kantor, alat tulis kantor, perangkat teknologi informasi, kendaraan operasional, hingga infrastruktur lainnya. Semakin lengkap dan nyaman fasilitas yang tersedia, maka proses pelayanan akan semakin cepat, efisien, dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Dalam konteks layanan umrah, sarana ini bisa berupa ruang konsultasi ibadah, aplikasi pemantauan perjalanan, hingga moda transportasi yang layak.

f. Lingkungan kerja yang mendukung (Tambahan *Interpretatif*)

Meskipun tidak disebutkan secara eksplisit oleh Moenir, namun dalam penjabaran faktor-faktor sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa lingkungan kerja yang kondusif, baik secara fisik maupun sosial juga mendukung kelancaran pelayanan. Lingkungan kerja yang sehat, nyaman, dan penuh semangat kebersamaan akan meningkatkan produktivitas dan semangat kerja petugas dalam memberikan pelayanan terbaik.

3. Tujuan Kualitas Pelayanan

Tujuan kualitas pelayanan yaitu sebagai alat untuk mengidentifikasi sasaran utama yakni kepuasan konsumen ataupun pelanggan dan perbaikan pelayanan secara terus - menerus. Apabila pelayanan yang diterima dan memenuhi harapan konsumen maka jasa tersebut dalam kategori terbaik. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, adapun tujuan kualitas pelayanan antara lain:¹¹

- a. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
- c. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
- d. Untuk mempertahankan konsumen.

¹¹ Darto Rahayaan, Ambarwati Soetiksno, and Roy Wattimena, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT . BFI Finance Cabang Ambon" *Jurnal Administrasi Terapan* vol. 3 (2024): 384–396.

4. Bentuk Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun kelima indikator kualitas pelayanan tersebut menurut Parasuraman, sebagai berikut:¹²

a. Berwujud (*Tangibles*)

Merupakan segala bentuk bukti fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan dalam proses pelayanan. Indikator ini mencakup kondisi fasilitas perusahaan, kerapian kantor, kelengkapan sarana, penampilan staf, serta media komunikasi yang digunakan seperti brosur atau materi promosi.

Dalam konteks pelayanan umrah, bukti fisik ini mencakup kenyamanan ruang tunggu di kantor, kebersihan lingkungan, penampilan profesional staf, dan kelengkapan informasi pada media sosial atau brosur. Aspek ini memberikan kesan awal kepada pelanggan dan mempengaruhi persepsi mereka terhadap profesionalitas perusahaan.

b. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan, secara konsisten dan tepat waktu. Salah satu bentuk nyata dari keandalan tersebut adalah penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam setiap tahapan pelayanan keberangkatan jamaah umrah. SOP menjadi acuan bagi

¹² Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, 1st ed. (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 64-65.

seluruh staf agar proses pelayanan berjalan sistematis, tertib, dan terukur sesuai dengan tanggung jawab masing-masing bagian.

Contohnya, perusahaan harus mampu memberangkatkan jamaah sesuai jadwal, menyediakan fasilitas yang sesuai brosur, serta menepati semua prosedur keberangkatan yang telah dijanjikan sebelumnya. Jika layanan yang dijanjikan sesuai dengan kenyataan, maka kepercayaan pelanggan akan meningkat.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness mengacu pada kesiapan dan kecepatan perusahaan dalam merespons kebutuhan serta permintaan pelanggan. Hal ini mencakup kesiapan staf dalam menjawab pertanyaan, menangani keluhan, dan memberikan solusi tanpa harus menunda.

Dalam pelayanan keberangkatan umrah, perusahaan harus mampu memberikan informasi yang cepat dan jelas mengenai jadwal, dokumen yang dibutuhkan, atau perubahan-perubahan teknis. Daya tanggap yang tinggi mencerminkan perusahaan yang peduli dan menghargai waktu pelanggan.

d. Jaminan (*Assurance*)

Assurance mencerminkan kemampuan perusahaan dan stafnya dalam menumbuhkan rasa aman dan percaya kepada pelanggan. Hal ini mencakup kompetensi, kesopanan, kejujuran, dan etika pelayanan yang diberikan.

Dalam layanan umrah, jaminan dapat dilihat dari legalitas perusahaan, pengetahuan staf dalam menjawab pertanyaan seputar ibadah, serta kemampuan mereka dalam memberikan bimbingan dan informasi dengan jelas. Jamaah akan merasa lebih tenang jika perusahaan memiliki legalitas yang jelas dan petugas yang profesional.

e. Empati (*Empathy*),

Empathy adalah perhatian perusahaan terhadap setiap pelanggan secara individual. Ini berarti perusahaan mampu memahami kebutuhan dan kondisi masing-masing jamaah, serta memberikan pelayanan yang bersifat personal dan penuh kepedulian.

Misalnya, staf yang membantu jamaah lansia, memberikan waktu khusus untuk menjelaskan prosedur kepada jamaah pemula, atau menyesuaikan jadwal layanan sesuai kebutuhan pelanggan. Empati membangun kedekatan emosional dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Sehingga, faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah faktor internal dan eksternal, harga yang ditawarkan, Reputasi (*image*) perusahaan dimata pelanggan, jaminan atas layanan yang berkualitas, penampilan fasilitas fisik, dan komitmen organisasi, sedangkan indikator kualitas pelayanan mencakup berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

5. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Menurut pendapat Fitzsimmons, mengatakan bahwa empat dimensi karakteristik pelayanan, ialah:¹³

- a. Partisipasi konsumen terhadap proses sebuah pelayanan.

Hadirnya seorang pelanggan menjadi partisipasi saat melakukan pelayanan memerlukan perhatian guna mendesain fasilitas.

- b. *Simultaneity* (Kejadian dengan waktu yang bersamaan).

Kenyataan yang didapatkan jika sebuah pelayanan dibentuk untuk digunakan dengan bersamaan, menjadikan pelayanan tersebut tidak disimpan.

- c. *Service perishability* (Pelayanan langsung digunakan dan habis).

Pelayanan adalah sebuah komoditas yang cepat habis. Dapat kita lihat pada tempat duduk pesawat yang habis, ruangan hotel atau rumah sakit yang tidak muat.

- d. *Intangibility* (Tidak terwujud).

Pelayanan ialah sebuah pemikiran yang merupakan ide dan konsep. Oleh sebab itu, sebuah inovasi pelayanan tidak bisa ditetapkan.

- e. *Heterogeneity* (Beragam).

Perpaduan dari sifat yang tidak berwujud pelayanan dan pelanggan untuk partisipasi dalam menyampaikan sebuah sistem

¹³ Tony Susilo Wibowo Emilda Amalia, "Pengaruh Kepercayaan, Karakteristik Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Surabaya Pusat", *Journal of Sustainability Business Research*, vol. 2 (2021): 286–293.

pelayanan sehingga menghasilkan pelayanan yang beragam kepada konsumen ke konsumen.

B. Konsep Citra Perusahaan

1. Citra

Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan, tanggapan seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada dalam pikiran setiap individu mengenai suatu objek, bagaimana mereka memahaminya, dan apa yang mereka sukai atau tidak dari objek tersebut. Suatu citra terhadap satu objek bisa berlainan tergantung persepsi perorangan bahkan bisa saja citra satu objek sama bagi semua orang.¹⁴

Kotler dan Keller mengemukakan pengertian citra terdiri dari kepercayaan, ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang terhadap sebuah objek. Sebagian besar sikap dan tindakan orang terhadap suatu objek dipengaruhi oleh *image* suatu objek.¹⁵

Citra atau image mempunyai kaitan dengan reputasi sebuah merk atau perusahaan. Citra adalah persepsi konsumen terkait kualitas yang berhubungan dengan merek atau perusahaan. Citra perusahaan diartikan sebagai persepsi tentang sebuah organisasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. Menurut Philip Kotler, “citra perusahaan digambarkan sebagai

¹⁴ Miska Irani Tarigan, "Kajian Teoritis Tentang Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan", (*Jurnal Manajemen* 2018), 96.

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm 346.

kesan keseluruhan yang dibuat pikiran masyarakat tentang suatu organisasi”.¹⁶

2. Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan persepsi dari suatu organisasi yang direkam di memori konsumen dan bekerja sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap perusahaan. Citra menunjukkan kesan suatu objek terhadap objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari objek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya.

Menurut Angeline & Astuti citra perusahaan yang positif juga dapat memengaruhi kemampuan perusahaan untuk menarik dan mempertahankan karyawan yang berkualitas. Karyawan lebih cenderung tertarik bekerja di perusahaan yang memiliki reputasi yang baik dan nilai-nilai yang sejalan dengan mereka. Aspek atau kriteria yang dinilai termasuk reputasi perusahaan, kecocokan nilai-nilai, dan daya tarik lingkungan kerja, berikut kriteria dalam pemilihan karyawan:¹⁷

a. Kejujuran

Kejujuran adalah faktor kunci dalam SDM karyawan yang dipertimbangkan oleh perusahaan. Setiap perusahaan mengharapkan karyawan yang jujur dan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan.

¹⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 276.

¹⁷ Feriani Astuti, Mervin Angeline, “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Weighted Product,”(*Paradigma - Jurnal Komputer dan Informatika* 2020) 41–46.

Dengan kejujuran, karyawan dapat dipercaya dan diberi tanggung jawab penuh oleh perusahaan.

b. Kesetiaan pada perusahaan

Setiap perusahaan mengharapkan adanya loyalitas dari karyawan mereka. Dengan loyalitas, karyawan cenderung tidak sering berpindah-pindah perusahaan.

c. Sikap (*Attitude*)

Sikap dianggap penting karena berkaitan dengan cara orang lain memperlakukan dan menerima seseorang. Sikap positif membawa dampak positif, sedangkan sikap negatif akan berdampak buruk bagi perusahaan.

d. Produktivitas

Produktivitas adalah kemampuan seorang karyawan dalam menghasilkan barang atau jasa dalam kaitannya dengan tugas yang diberikan. Seorang karyawan dianggap produktif jika mampu menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan yang diharapkan dalam waktu yang singkat dan tepat.

e. Disiplin

Disiplin kerja tercermin dari karyawan yang hadir tepat waktu di kantor. Kedisiplinan ini memungkinkan perusahaan beroperasi sesuai dengan yang diharapkan.

f. Kemampuan bekerja sama

Kerjasama atau teamwork adalah keinginan seseorang untuk bekerja sama dengan orang lain secara kooperatif dan menjadi bagian dari kelompok. Kolaborasi yang efektif akan membentuk tim yang kuat dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan.

3. Jenis-Jenis Citra Perusahaan

Adapun keenam jenis-jenis citra perusahaan menurut Fadhli Fadhlur, yakni:¹⁸

a. Citra Bayangan (*Mirror Image*)

Citra jenis ini adalah citra yang diyakini oleh perusahaan bersangkutan terutama pihak manajemen yang tidak percaya "apa dan bagaimana" kesan pihak luar terhadap institusi yang dipimpinnya, tidak selamanya dalam posisi yang baik.

b. Citra Kini (*Current Image*)

Citra yang sekarang dimiliki oleh pihak luar dalam memandang institusi tersebut. Ada kemungkinan "citra kini" yang dimiliki oleh sebuah institusi adalah citra yang buruk atau negatif.

c. Citra Hampan (*Wish Image*)

Citra yang menjadi hampan dan cita-cita dari suatu insitusi yang hendak ditampilkan kepada publiknya. Idealnya citra sebuah insituti adalah positif.

¹⁸ Fadhil Fadhlur R., "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Malang", *Jurnal Riset Manajemen*, vol. 08 (2019) hlm. 52–64.

d. Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Citra adalah citra yang berkaitan dengan sosok institusi sebagai tujuan utamanya, bagaimana citra institusi yang positif lebih dikenal serta diterima oleh publiknya.

e. Citra Serbaneka (*Multiple Image*)

Citra ini adalah *komplimen* (pelengkap) dari *corporate image* sebagai contoh pihak perusahaan dapat menampilkan citra dari atribut logo, nama produk, tampilan gedung dan lain sebagainya.

f. Citra Penampilan (*Performance Image*)

Citra ini lebih ditujukan kepada subyek yang ada pada institusi, bagaimana kinerja atau penampilan diri dari para profesional pada institusi yang bersangkutan sebagai contoh citra yang ditampilkan karyawan dalam menangani keluhan para pelanggan.

Peneliti menyimpulkan bahwa citra terbentuk dari enam jenis citra yang saling berkaitan. Citra Bayangan mencerminkan pandangan internal, Citra Kini menunjukkan persepsi masyarakat saat ini. Citra Hampan menggambarkan citra ideal yang ingin dicapai institusi. Citra Perusahaan menekankan identitas menyeluruh institusi. Citra Serbaneka berasal dari elemen visual seperti logo atau bangunan. Citra Penampilan muncul dari perilaku dan kinerja individu. Pengelolaan citra memerlukan perhatian pada aspek internal, visual, dan performatif untuk membentuk persepsi publik yang positif.

4. Manfaat Citra Perusahaan

Menurut Siswanto Sutojo baik dan kuat mempunyai manfaat, sebagai berikut:¹⁹

- a. Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap.

Dimana citra perusahaan yang baik dan kuat akan menjadi identitas atau kepribadian perusahaan yang tidak mudah ditiru perusahaan lain sekaligus melindungi perusahaan dari pesaing.

- b. Menjadi perisai selama masa krisis.

Perusahaan yang memiliki citra baik dan kuat akan lebih mudah mendapatkan dukungan serta maaf dari masyarakat atas kesalahannya.

- c. Menjadi daya tarik eksekutif handal.

Sebuah perusahaan dengan citra yang baik dan kuat akan mampu menarik, memotivasi, dan menahan eksekutif andal yang merupakan aset penting penggerak roda perusahaan

- d. Meningkatkan efektivitas strategi perusahaan.

Dengan citra yang sudah terbentuk dengan baik, dalam menerjunkan produk baru di pasar maka kegiatan melakukan strategi pemasaran tidak akan sebesar saat belum adanya citra.

- e. Penghematan biaya operasional.

Sebuah perusahaan dengan citra yang baik dan kuat akan membutuhkan biaya untuk mempromosikan produk lebih sedikit atau

¹⁹ Viani Naufalia, S M K Hang, and Tuah Ii, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Di PT Telekomunikasi Indonesia , vol. 2 (2016): 109–116.

lebih hemat dibandingkan yang dilakukan oleh perusahaan yang belum memiliki citra atau bahkan belum dikenal konsumen.

5. Indikator Citra Perusahaan

Menurut Tjiptono citra perusahaan merupakan kesan suatu obyek terhadap obyek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya. Adapun indikator yang terdapat dalam citra perusahaan meliputi:²⁰

a. Disukai (*Likeability*)

Kemampuan untuk disukai yang menunjukkan daya tarik sumber pesan dimata khalayak. Diantaranya keramahan karyawan, perhatian karyawan secara personal.

b. Kompetensi (*Competence*)

Pengintegrasian dari pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang memungkinkan untuk melaksanakan satu cara efektif. Diantaranya pengetahuan karyawan, keakuratan dalam pencatatan sebuah dokumen.

c. Kualitas (*Quality*)

Segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan. Diantaranya kesudahan untuk berkomunikasi, dapat dipercaya, kecepatan penyelesaian keluhan, kesediaan karyawan membantu masalah pelanggan, kepastian dan rasa aman pelanggan.

²⁰ Ayu Marsita, Muhammad Musyfiq Salami, "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Pada PT Citra Van Titipan Kilat (Tiki) Cabang Fatmawati Jakarta Selatan," *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen* , vol. 2 (2023): 245–259.

d. Kinerja (*Performance*)

Tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu. Misalnya kinerja usaha perusahaan dan keakuratan hasil kerja karyawan.

e. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Sikap moral melaksanakan kewajibannya yaitu kewajiban perusahaan dalam membayar klaim.

C. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan

Kualitas pelayanan merupakan elemen penting yang memengaruhi persepsi dan penilaian pelanggan terhadap perusahaan. Pelayanan yang tepat waktu, sesuai harapan, membentuk pengalaman positif konsumen. Kualitas pelayanan menjadi sarana komunikasi tidak langsung yang merepresentasikan nilai, budaya, dan komitmen perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

Pelayanan merupakan salah satu usaha yang dapat dijadikan dasar untuk membuat perbedaan dengan perusahaan lain. Bentuk pelayanan yang dilakukan perusahaan yang satu dapat berbeda dengan perusahaan lain. Setiap perusahaan berusaha menarik minat konsumen agar kemudian menjadi konsumen yang loyal. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang produk dan jasa, kualitas pelayanan di samping kualitas produk merupakan aspek yang penting untuk diperhatikan. Terlebih untuk saat ini, persaingan bukan lagi pada kualitas produk yang ditawarkan melainkan pada kualitas pelayanan yang dicari oleh pelanggan.²¹

²¹ Immanuel M Ginting, *Jurnal Manajemen* (2015), 94-95.

Menurut Kotler dan Keller, kualitas pelayanan membentuk kepercayaan, ide, dan kesan terhadap perusahaan. Ketiga unsur tersebut menjadi dasar dalam pembentukan citra perusahaan. Citra merupakan kesan total yang terbentuk di benak pelanggan melalui pengalaman dan interaksi dengan perusahaan. Kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan.

Teori SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjelaskan lima dimensi utama kualitas pelayanan: *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Lima indikator ini menjadi tolok ukur evaluasi pelayanan. Pelayanan yang memenuhi atau melampaui harapan pada kelima aspek tersebut menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan tersebut memperkuat persepsi positif terhadap perusahaan.

Citra perusahaan dalam proposal ini dipahami sebagai persepsi dan kesan pelanggan terhadap organisasi. Citra terbentuk melalui akumulasi pengalaman, informasi, dan pandangan pribadi pelanggan. Menurut Kotler dan Keller, citra terdiri dari kepercayaan, ide, dan kesan terhadap organisasi. Aaker menjelaskan citra sebagai total kesan yang terbentuk di benak individu atau kelompok terhadap suatu objek. Kualitas pelayanan yang tinggi memberikan kontribusi langsung terhadap terbentuknya citra yang *kredibel*, profesional, dan dapat dipercaya.

PT. Athalah Safar Internasional memberikan pelayanan keberangkatan umrah melalui bimbingan manasik, kejelasan jadwal, pendampingan jamaah,

dan sikap ramah petugas. Pelayanan ini menjadi titik awal penilaian jamaah terhadap profesionalitas perusahaan. Meskipun legalitas tetap belum diperoleh, peningkatan jumlah jamaah menunjukkan kualitas pelayanan berperan besar dalam membentuk kepercayaan masyarakat. Kualitas pelayanan menjadi fondasi terbentuknya citra perusahaan yang kuat.

Kualitas pelayanan tidak hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan. PT. Athalah Safar Internasional perlu menjaga mutu pelayanan untuk memperkuat posisi sebagai penyelenggara perjalanan umrah yang profesional, amanah, dan terpercaya.

Hubungan antara kualitas pelayanan dan citra perusahaan merupakan konsep yang penting dalam bidang manajemen jasa. Kualitas pelayanan mencerminkan sejauh mana layanan yang diberikan perusahaan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Sementara itu, citra perusahaan merupakan persepsi atau kesan yang terbentuk di benak masyarakat berdasarkan pengalaman, interaksi, dan informasi yang diterima tentang perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller, citra perusahaan terbentuk dari kepercayaan, ide, dan kesan yang muncul dari akumulasi pengalaman pelanggan. Jika pengalaman tersebut positif dan sesuai harapan, maka akan terbentuk citra yang baik terhadap perusahaan. Sebaliknya, apabila pelanggan

mengalami pelayanan yang buruk, maka persepsi negatif akan melekat dan memengaruhi reputasi perusahaan secara menyeluruh.²²

Zeithaml, Parasuraman, dan Berry dalam teori SERVQUAL menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu: *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Ketika kelima dimensi ini diterapkan secara optimal, maka akan tercipta pelayanan yang tidak hanya efisien, tetapi juga mampu membangun hubungan emosional antara perusahaan dan pelanggan. Dalam jangka panjang, hal ini akan membentuk citra perusahaan yang positif, profesional, dan dapat dipercaya.

Citra perusahaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelanggan menilai setiap aspek pelayanan yang diterima. Pelayanan yang konsisten, ramah, informatif, dan sesuai dengan janji perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.²³ Kepuasan tersebut kemudian menjadi dasar dari loyalitas dan penyebaran citra baik secara luas, baik melalui testimoni langsung maupun media sosial. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci utama dalam membentuk dan mempertahankan citra perusahaan di tengah persaingan industri jasa.

Dalam konteks penelitian ini, PT. Athalah Safar Internasional sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah memiliki peran penting dalam memastikan kualitas pelayanan, khususnya pada tahap keberangkatan jamaah.

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016), hlm. 299.

²³ Lupiyoadi, R., & Hamdani, A., "*Manajemen Pemasaran Jasa*", (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 86.

Pelayanan yang diberikan mencakup pengurusan dokumen, manasik, penyediaan transportasi, dan pendampingan hingga keberangkatan. Seluruh rangkaian ini menjadi indikator nyata kualitas pelayanan yang akan dinilai langsung oleh jamaah.

Berdasarkan hasil prastudi, PT. Athalah Safar Internasional telah sepenuhnya memiliki legalitas tetap sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU), namun meskipun sudah memiliki legalitas tetap, PT. Athalah Safar Internasional tetap mementingkan kualitas pelayanan sehingga berhasil memperoleh kepercayaan lebih dari masyarakat. Jumlah jamaah yang terus meningkat dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh jamaah mampu meningkatkan citra perusahaan. Kepercayaan ini muncul karena pelayanan yang dirasakan memenuhi dimensi *assurance* dan *responsiveness*, seperti informasi yang jelas, pendampingan yang sigap, serta sikap profesional petugas.

Fenomena ini memperkuat teori bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan citra perusahaan. Masyarakat menilai perusahaan bukan hanya dari legalitas administratif, tetapi dari pengalaman langsung yang dirasakan selama proses pelayanan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan, baik dari sisi sumber daya manusia, prosedur pelayanan, maupun pendekatan kepada pelanggan, menjadi strategi utama dalam memperkuat citra PT. Athalah Safar Internasional di mata jamaah.

Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka semakin kuat pula citra perusahaan yang terbentuk di benak konsumen. Dalam hal ini, PT. Athalah Safar Internasional perlu terus mempertahankan dan meningkatkan standar pelayanan yang dimiliki agar mampu bersaing serta memperkuat posisinya sebagai biro perjalanan umrah yang profesional, amanah, dan terpercaya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati dan perilaku yang diamati.¹

Penelitian ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana kualitas pelayanan perusahaan memengaruhi citra di mata pelanggan. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna, pengalaman, pandangan subjektif informan melalui interaksi langsung seperti wawancara mendalam. Pada konteks PT Athalah Safar Internasional, pendekatan ini tepat karena peneliti memperoleh pemahaman detail mengenai pengalaman jamaah umroh sebagai pelanggan.

¹ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, "Dasar Metodologi Penelitian" (Sleman: Literasi Media Publishing 2015), 17.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, nyata, dan tepat mengenai fakta serta ciri-ciri dari objek yang diteliti.² Dengan mengandalkan data dari wawancara, dan dokumentasi yang digunakan untuk memahami secara mendalam bagaimana faktor-faktor dalam kualitas pelayanan berpengaruh terhadap citra perusahaan PT. Athalah Safar Internasional, baik dari sudut pandang internal (seperti karyawan dan manajemen) maupun eksternal (yaitu jamaah). Peneliti berupaya menggali makna, pandangan, serta pengalaman para subjek penelitian terkait layanan yang diberikan, serta menelaah bagaimana hal tersebut berdampak pada persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan.

B. Sumber Data Penelitian

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.³ Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yaitu:

1. Sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugasnya) dari sumber pertamanya.⁴

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah pemilik perusahaan, admin media sosial, dan calon jama'ah umroh di PT. Athalah Safar Internasional.

² Lexi. J. moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2015, p. 225.

³ Suhasirmi Arikunto, *Preosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 129.

⁴ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali, 1987) h. 93.

Penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan bahwa informan tersebut paling tahu tentang masalah yang sedang diteliti.

Pemilihan tiga jamaah tersebut dilakukan secara *purposive*, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa ketiganya memiliki pengalaman langsung sebagai pengguna jasa PT. Athalah Safar Internasional dan bersedia memberikan informasi secara terbuka. Melalui wawancara mendalam dengan tiga informan ini, peneliti dapat mengeksplorasi persepsi, dan pengalaman pribadi mereka secara detail, yang merupakan tujuan utama dari metode kualitatif. Adapun kriteria *purposive sampling* dalam penelitian ini yaitu:

- a. Jamaah yang sudah melaksanakan umroh.
 - b. Jamaah yang sudah menggunakan trevel ini, kemudian kembali menggunakan untuk melaksanakan umroh.
 - c. Jamaah yang memiliki pengalaman relevan dengan pelayanan, yaitu bimbingan manasik, dan perjalanan ibadah.
2. Sumber data sekunder,

Sumber data sekunder yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Dapat juga dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.⁵

⁵ Ibid, 94.

Dalam penelitian ini, dokumentasi merupakan sumber data sekunder. Data sekunder berupa arsip, Dokumentasi, Profil lembaga, dan juga brosur-brosur yang berkaitan dengan Faktor-faktor Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada Biro Trevel PT. Athalah Safar Internasional.

Terdapat Jurnal sebagai Sumber data sekunder yang terkait dengan penelitian ini yakni sebagai berikut. Kajian Teoritis Tentang Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan (Tarigan, Miska Irani., 2018), Model Komunikasi Corporate Dalam Membangun Citra Perusahaan (Tyasari & Ruliana, P., 2021), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas (Kumalasari, 2022), Pentingnya Menjaga Citra Perusahaan (Agung, 2024).

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian adalah metode atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam sebuah studi atau penelitian.

Pemilihan teknik pengumpulan data sangat penting karena dapat mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian yang harus disesuaikan dengan tujuan penelitian, jenis data yang dibutuhkan, sumber daya yang tersedia, dan pertimbangan etis. Kombinasi beberapa teknik pengumpulan data juga sering digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap tentang masalah penelitian.⁶

⁶ Mukhamad Fathoni, Teknik Pengumpulan Data Penelitian, 241.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden/ orang yang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Dalam wawancara tersebut biasa dilakukan secara individu maupun dalam bentuk kelompok, sehingga di dapat data informatik yang *orientik*.

Wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan dan didahului beberapa pertanyaan informal. Wawancara penelitian lebih dari sekedar percakapan dan berkisar dari informal ke formal. Walaupun semua percakapan mempunyai aturan peralihan tertentu atau kendali oleh satu atau partisipan lainnya, aturan pada wawancara penelitian lebih ketat. Tidak seperti pada percakapan biasa, wawancara penelitian ditujukan untuk mendapatkan informasi dari satu sisi saja, oleh karena itu hubungan asimetris harus tampak. Peneliti cenderung mengarahkan wawancara pada penemuan perasaan, persepsi, dan pemikiran partisipan.⁷ Ada beberapa jenis-jenis wawancara yaitu:

⁷ Alvin Rivaldi, Fahrul Ulum Feriawan, dan Mutaqqin Nur, Metode Pengumpulan Data Melalui Wawancara, (Sebuah Tinjauan Pustaka 2023), 23.

a. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur merupakan wawancara dimana peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

b. Wawancara Semi Struktur

Wawancara semi terstruktur dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur. Tujuan wawancara ini adalah untuk menemukan masalah secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

c. Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Pada penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan Teknik wawancara semi terstruktur, yaitu dengan memberi ruang bagi informan untuk menyampaikan pandangan secara terbuka, sehingga data yang diperoleh lebih natural, reflektif, dan sesuai realitas lapangan. Teknik ini dipilih agar peneliti dapat mengeksplorasi hal-hal yang tidak terjangkau melalui pertanyaan tertutup, serta menangkap dinamika yang muncul secara spontan dalam proses wawancara.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan sesuai dengan masalah penelitian.⁸ Teknik Dokumentasi yang digunakan data berupa keterangan dan Penjelasan yang didapat dari hasil wawancara dan foto-foto wawancara. Berdasarkan penjelasan tersebut, dokumentasi yang digunakan yaitu berupa sekumpulan data verbal dalam berbentuk tulisan. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat data tentang profil PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro dan dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan masalah penelitian sebagai bukti lampiran penelitian ini.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumen, mengorganisasikan data ke dalam kategori, memilih data yang paling penting dan apa yang dipelajari, dan menarik kesimpulan yang cukup jelas.⁹

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pola pikir induktif. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memahami secara mendalam makna di balik pengalaman, persepsi, dan penilaian para informan terhadap kualitas pelayanan serta citra perusahaan. Proses analisis dilakukan secara sistematis dan bertahap berdasarkan model interaktif dari Miles dan Huberman, yang meliputi tiga

⁸Moch. Bahak Udin By Arifin, Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan (PT. Sonpedia Publishing Indonesia 2018), 138.

⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D, 246.

komponen utama, yaitu:

1. Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pada Penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi ataupun gabungan ketiganya (Triangulasi).¹⁰ Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data melalui beberapa teknik, yaitu wawancara kepada narasumber yang terdiri dari pihak internal PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro seperti pimpinan, staf pelayanan, serta jamaah umrah sebagai informan kunci. kemudian observasi, dengan cara mengamati secara langsung proses pelayanan kepada jamaah mulai dari kegiatan manasik, proses administrasi keberangkatan, hingga pelayanan di titik kumpul dan bandara serta mengamati interaksi antara petugas dan jamaah, sikap petugas saat melayani, serta ketepatan alur pelayanan yang diberikan.

2. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses awal dalam analisis yang dilakukan dengan cara menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksikan data mentah yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti hasil wawancara mendalam dengan pelanggan dan pihak internal, observasi langsung di lokasi, serta dokumen pendukung seperti brosur. Data yang telah direduksi kemudian dikelompokkan berdasarkan kategori atau tema yang relevan dengan fokus penelitian, seperti bentuk pelayanan, persepsi konsumen, dan citra perusahaan. Tahapan ini bertujuan untuk

¹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 322 .

menyaring informasi penting yang dapat mendukung temuan penelitian.

3. Penyajian Data (*Data Display*)

Kemudian setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya yaitu display data atau penyajian data adalah upaya menampilkan, memaparkan atau menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dengan mendisplay data, maka akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan langkah kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Dalam penelitian ini data yang akan disajikan adalah bentuk uraian singkat berupa teks naratif mengenai Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro.

4. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Tahap akhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan yang bersifat sementara dan kemudian diverifikasi secara berulang-ulang. Kesimpulan diperoleh berdasarkan pola-pola yang muncul selama proses analisis. Verifikasi dilakukan dengan mencocokkan kembali data yang telah disajikan dengan temuan awal, serta melakukan triangulasi antar sumber data (wawancara, observasi, dan dokumen), untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas hasil penelitian. Dengan pendekatan ini, peneliti berupaya memperoleh pemahaman yang utuh dan akurat mengenai fenomena yang diteliti.

Proses dalam menganalisis data ini digunakan peneliti untuk membahas tentang Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi PT. Athalah Safar Internasional

1. Sejarah Singkat PT. Athalah Safar Internasional

PT. Athalah Safar Internasional atau yang dikenal dengan nama Athalah Umroh merupakan biro perjalanan wisata islami yang bergerak di bidang penyelenggaraan ibadah umrah dan haji, beralamat di Jalan Way Pangubuan No. 11, Yosorejo, Kecamatan Metro Utara, Kota Metro. Perusahaan ini berdiri secara resmi pada tanggal 29 Juni 2022 dan dipimpin oleh Bapak Iwan Dwi Jayanto. Athalah memiliki visi dan misi “Merangkul sebanyak-banyaknya masyarakat dari kelas bawah hingga atas menuju Baitullah” dengan tujuan membantu masyarakat menunaikan ibadah ke Tanah Suci melalui berbagai layanan seperti Paket Umrah Reguler, Paket Umrah Plus, Paket Haji Khusus, dan Paket Wisata Muslim ke berbagai negara.

PT. Athalah Safar Internasional digerakkan oleh tim muda yang profesional dan memiliki semangat dakwah melalui wisata religi. Perusahaan ini berupaya memberikan pelayanan yang menjangkau semua kalangan, salah satunya melalui program menabung umrah dan haji yang dapat disetorkan dengan jumlah nominal dan waktu yang fleksibel. Program ini menjadi bentuk kepedulian perusahaan dalam mempermudah masyarakat untuk menunaikan ibadah ke Baitullah. Dalam menjalankan kegiatannya, Athalah selalu berorientasi pada kepuasan jamaah dengan

menekankan pelayanan yang aman, nyaman, dan sesuai dengan nilai-nilai islami.

Pada awal berdirinya, PT. Athalah Safar Internasional memiliki izin operasional sementara (PPIU) dengan menginduk pada Al-Safwah Wisata Mandiri. Namun setelah beroperasi lebih dari dua tahun dan memenuhi seluruh persyaratan administrasi, pada tanggal 15 Juli 2025 perusahaan ini resmi memperoleh izin Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dari Kementerian Agama.

Gambar 4.1
Surat izin PPIU PT. Athalah Safar Internasional



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
IZIN : 2612230026000003

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menetapkan izin Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah kepada Pelaku Usaha berikut ini:

1. Nama Pelaku Usaha	PT ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL
2. Nomor Induk Berusaha (NIB)	2612230026000
3. Alamat Kantor	Jalan Way Pangsuan, Desa/Kelurahan Yosemp, Kec. Makro Timur, Kota Makro, Provinsi Lampung, Kode Pos: 00000
4. Status Perizinan Modal	PMDN
5. No. Salinan	002179212143
6. Kode Klasifikasi Risiko Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	79122 - Aktivitas Biro Perjalanan Ibadah Umrah dan Haji Khusus
7. Lokasi Usaha	Jalan Way Pangsuan, Desa/Kelurahan Yosemp, Kec. Makro Timur, Kota Makro, Provinsi Lampung, Kode Pos: 34124
8. Status	Telah memenuhi persyaratan

Lampiran lain ini memuat daftar persyaratan dan/atau kewajiban sesuai dengan kode KBLI Pelaku Usaha dan merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen lain yang dimaksud. Pelaku Usaha dengan izin tersebut di atas wajib melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dibagikan tanggal: 15 Juli 2025

s.n. Menteri Agama
Menteri Investasi dan KRIKRI
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal



Ditandatangani secara elektronik

Ditandatangani tanggal: 15 Juli 2025

1. Dokumen ini diterbitkan secara elektronik oleh dan untuk Pelaku Usaha, sehingga tidak perlu dicetak. Dokumen ini bersifat tetap.

2. Dokumen ini tidak dapat digunakan sebagai alat bukti di pengadilan. Dokumen ini hanya berlaku untuk keperluan administratif.

3. Dokumen ini tidak dapat digunakan sebagai alat bukti di pengadilan. Dokumen ini hanya berlaku untuk keperluan administratif.

4. Dokumen ini tidak dapat digunakan sebagai alat bukti di pengadilan. Dokumen ini hanya berlaku untuk keperluan administratif.

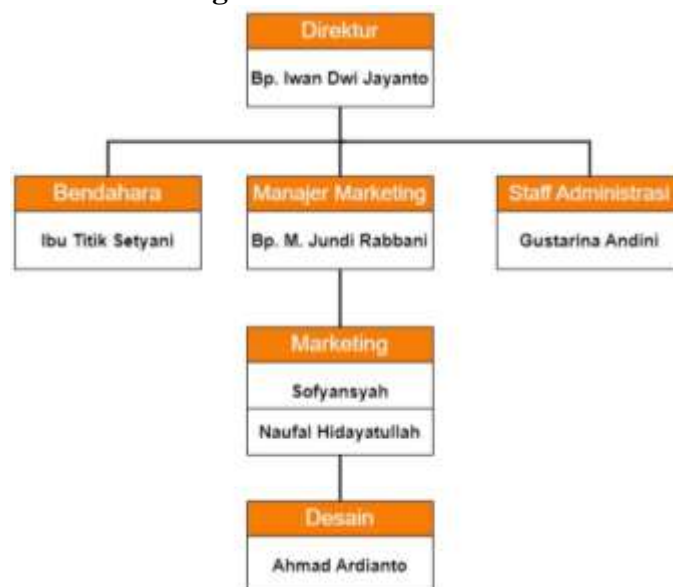
Sumber: Dokumen SK PPIU PT. Athalah Safar Internasional

Saat ini, PT. Athalah Safar Internasional berstatus sebagai kantor pusat yang berlokasi di Kota Metro dan telah memiliki cabang resmi di Kota Bandar Lampung sebagai upaya memperluas jangkauan pelayanan. Dengan dukungan tenaga kerja profesional, *mutawif*, dan *tour leader* berpengalaman, PT. Athalah Safar Internasional terus berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik demi kepuasan dan kenyamanan jamaah.

2. Struktur Organisasi PT. Athalah Safar Internasional

Struktur organisasi PT. Athalah Safar Internasional dapat dilihat pada Gambar 4.1, yang menunjukkan bahwa terdapat tujuh orang dalam susunan organisasi tersebut, terdiri dari Direktur, Manajer Keuangan dan Operasional, Manajer Marketing, Admin dan Media Sosial, dua orang Tim Marketing, serta Desain.¹

Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT. Athalah Safar Internasional



Sumber: Dokumen PT. Athalah Safar Internasional Metro

¹ Profil PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro

3. Tugas dan Wewenang PT. Athalah Safar Internasional

Fungsi dan tugas pokok Struktur Organisasi PT Athalah Safar Internasional Kota Metro adalah sebagai berikut:

a. Direktur

Direktur PT Athalah Safar Internasional diisi oleh Bapak Iwan Dwi Jayanto, sebagai direktur PT Athalah Safar Internasional. Direktur bertanggung jawab untuk mengembangkan, memastikan kedisiplinan anggota, dan menjamin memberikan layanan berkualitas dalam perjalanan haji dan umrah kepada jamaah. Selain itu, memiliki tanggung jawab untuk menjaga citra dan mengembangkan tim yang terampil untuk mencapai tujuan perusahaan.²

b. Manager Operasional & Keuangan

Sebagai Manager Keuangan & Operasional di PT Athalah Safar Internasional, Ibu Titik Setyani bertanggung jawab atas manajemen keuangan dan operasional, termasuk perencanaan anggaran, koordinasi operasional sehari-hari dengan mitra ataupun agen, pengembangan kebijakan perusahaan, analisis strategis, manajemen risiko, pelaporan keuangan, serta peningkatan efisiensi proses perusahaan.³

Sebagai Manajer Operasional dan Keuangan, Ibu Titik Setyani memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas keuangan dan

² Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto Selaku Direktur PT Athalah Safar Internasional Kota Metro pada tanggal 08 oktober 2025.

³ Hasil Wawancara Bersama Ibu Titik Setyani Selaku Manager Operasional dan Keuangan PT Athalah Safar Internasional Kota Metro Pada tanggal 08 oktober 2025.

kelancaran operasional perusahaan. Keuangan yang dikelola dengan baik mencerminkan sistem manajemen yang sehat dan profesional, sehingga berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan kepada jamaah. Apabila kondisi keuangan perusahaan stabil, maka pelayanan kepada jamaah dapat terlaksana secara maksimal, tepat waktu, dan sesuai standar, yang pada akhirnya mampu meningkatkan citra positif PT. Athalah Safar Internasional di mata masyarakat.

c. Manager Marketing

Sebagai Manager Marketing di PT Athalah Safar Internasional yang diisi oleh Bapak M Jundi Robbani, tugas utamanya adalah mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, merencanakan dan melaksanakan promosi, melakukan riset pasar, menjaga hubungan dengan jamaah, menganalisis kinerja pemasaran, berkolaborasi dengan tim lain, berperan juga memimpin dalam mempromosikan layanan travel haji dan umrah.⁴

Sebagai Manajer Marketing, Bapak M. Jundi Robbani memiliki tanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan layanan umrah kepada masyarakat luas. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan profesional dan komunikatif menjadi bagian penting dari kualitas pelayanan perusahaan, karena melalui promosi yang jelas, informatif,

⁴ Hasil Wawancara Bersama Bapak M Jundi Robbani Selaku Manager Marketing PT Athalah Safar Internasional Kota Metro Pada Tanggal 09 oktober 2025.

dan jujur, calon jamaah dapat memperoleh kepercayaan serta keyakinan terhadap kredibilitas PT. Athalah Safar Internasional. Upaya promosi yang dilakukan dengan pendekatan ramah dan edukatif juga turut memperkuat citra perusahaan sebagai biro perjalanan umrah yang amanah dan terpercaya.

d. Admin & Media Sosial

Sebagai Admin & Media Sosial PT Athalah Safar Internasional, Ibu Gustarina Andini bertugas memajemen administratif harian seperti pengelolaan surat-menyurat dan jadwal, manajemen dokumen kantor, serta pengelolaan konten sosial media termasuk penjadwalan konten, interaksi dengan pengikut, analisis kinerja sosial media, serta memberikan layanan pelanggan online.⁵

Sebagai Admin dan pengelola Media Sosial PT. Athalah Safar Internasional, Ibu Gustarina Andini memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran administrasi perusahaan sekaligus membangun komunikasi yang efektif dengan jamaah melalui media digital. Pengelolaan dokumen yang tertib serta respons cepat dalam menanggapi pesan pelanggan di media sosial mencerminkan bentuk pelayanan yang profesional dan tanggap terhadap kebutuhan jamaah. Melalui penyampaian informasi yang jelas, akurat, dan tepat waktu di berbagai platform, bagian admin dan media sosial turut berkontribusi

⁵ Hasil Wawancara Bersama Ibu Gustarina Andini Selaku Admin Media Sosial PT Athalah Safar Internasional Kota Metro Pada Tanggal 09 oktober 2025.

besar dalam membentuk citra positif perusahaan sebagai biro perjalanan umrah yang modern, transparan, dan terpercaya.

e. Tim Marketing

Sebagai Tim marketing di PT Athalah Safar Internasional, Bapak Sofyansyah dan Bapak Naufal Hidayatullah memiliki tugas dan fungsi utama yang mencakup pengembangan strategi pemasaran, pengelolaan branding, pelaksanaan promosi, riset pasar, kolaborasi antar tim, inovasi pemasaran, Peran tim ini sangat penting dalam mempromosikan dan meningkatkan jamaah serta penjualan layanan travel haji dan umrah perusahaan.⁶

Tim Marketing PT. Athalah Safar Internasional yang terdiri dari Bapak Sofyansyah dan Bapak Naufal Hidayatullah memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan layanan perusahaan kepada masyarakat. Melalui kreativitas dan kerja sama tim yang solid, mereka mampu merancang promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan calon jamaah. Keberhasilan tim marketing dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan serta menjaga kepercayaan publik menjadi bagian penting dari kualitas pelayanan perusahaan. Upaya promosi yang dilakukan dengan jujur dan profesional turut memperkuat citra PT. Athalah Safar Internasional sebagai biro perjalanan umrah yang kompeten, amanah, dan berorientasi pada kepuasan jamaah.

⁶ Hasil Wawancara Bersama Bapak M Jundi Robbani Selaku Manager Marketing PT Athalah Safar Internasional Kota Metro Pada Tanggal 09 oktober 2025.

f. Desain

Desain dalam PT Athalah Safar Internasional yang diisi oleh bapak Ahmad Ardianto, bertugas merancang promosi baik cetak maupun digital seperti brosur, pamflet, poster, dan konten online yang sesuai dengan perusahaan. Selain itu, tim desain juga bertanggung jawab dalam pembuatan desain flayer terkait layanan perjalanan haji dan umrah, dan merancang pengalaman pelanggan yang memikat selama perjalanan.⁷

Bagian Desain PT. Athalah Safar Internasional yang dikelola oleh Bapak Ahmad Ardianto memiliki peran penting dalam menciptakan media promosi yang menarik dan informatif, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Melalui hasil desain seperti brosur, pamflet, poster, dan konten media sosial yang kreatif, perusahaan mampu menyampaikan informasi layanan dengan jelas dan menarik minat calon jamaah. Desain yang profesional tidak hanya memperkuat identitas visual perusahaan, tetapi juga menjadi bagian dari kualitas pelayanan yang menunjukkan keseriusan dan kepercayaan kepada jamaah. Dengan tampilan promosi yang rapi dan komunikatif, bagian desain turut berkontribusi besar dalam membangun citra positif PT. Athalah Safar Internasional sebagai biro perjalanan umrah yang modern, profesional, dan terpercaya.

⁷ Hasil Wawancara Bersama Ibu Gustarina Andini Selaku Admin Media Sosial PT Athalah Safar Internasional Kota Metro Pada Tanggal 09 oktober 2025.

4. Visi dan Misi PT. Athalah Safar Internasional

Dalam pencapaian suatu tujuan diperlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, dimana visi dan misi perusahaan PT. Athalah Safar Internasional adalah sebagai berikut:

a. Visi

- 1) Mengajak sebanyak banyaknya umat muslim ke tanah suci untuk melaksanakan ibadah umroh dan haji.
- 2) Membantu para jamaah yang ingin ke Tanah suci dengan solusi kemudahan.

b. Misi

Menjadi Perusahaan Tour dan Trevel yang amanah dengan pelayanan yang mengutamakan kepuasan kepada jamaah umroh dan haji, yang berpegang teguh pada Al-Quran dan hadist, dan sesuai dengan sifat Nabi Muhammad SAW yaitu (*Sidiq, Amanah, Tabligh* dan *Fatonah*).⁸

B. Bentuk Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Travel Athalah Safar Internasional Kota Metro

Dalam masalah kualitas pelayanan suatu perusahaan tidak akan terlepas dari namanya pelayanan baik di dalam perusahaan tersebut ataupun ketika sudah diberangkatkan, adapun bentuk kualitas pelayanan umrah yang ada pada PT. Athalah Safar Internasional adalah:

⁸ Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto, Selaku Direktur PT. Athalah Safar Internasional, Pada 08 Oktober 2025.

1. Berwujud (*Tangibles*)

Merupakan segala bentuk bukti fisik yang dapat dilihat dan dirasakan oleh pelanggan dalam proses pelayanan. Indikator ini mencakup kondisi fasilitas perusahaan, kerapian kantor, kelengkapan sarana, penampilan staf, serta media komunikasi yang digunakan seperti brosur atau materi promosi.

Direktur PT. Athalah Safar Internasional menjelaskan bahwa salah satu langkah penting dalam membangun citra positif perusahaan adalah dengan memperhatikan aspek berwujud yang terlihat langsung oleh jamaah. Perusahaan berupaya menjaga tampilan kantor tetap bersih, tertata, dan nyaman agar calon jamaah merasa percaya sejak pertama kali datang. Selain itu, penampilan staf juga menjadi perhatian utama agar mencerminkan profesionalisme dan kesopanan.

Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur PT.

Athalah Safar Internasional, Bapak Iwan Dwi Jayanto, menurutnya:

“Kami ingin jamaah merasa nyaman sejak pertama kali datang. Maka kami berusaha menjaga kebersihan kantor, kerapian tampilan staf, serta menyediakan fasilitas yang bisa membuat jamaah merasa dilayani dengan baik. Semua itu menjadi bagian dari upaya membangun kepercayaan dan citra positif.”⁹

2. Keandalan (*Reliability*)

Dalam bentuk keandalan (*reliability*), PT. Athalah Safar Internasional menunjukkan komitmen untuk memberikan pelayanan yang konsisten dan sesuai prosedur yang telah ditetapkan. Salah satu bentuk

⁹ Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto, Selaku Direktur PT. Athalah Safar Internasional, Pada 8 Oktober 2025.

nyata dari keandalan tersebut adalah penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam setiap tahapan pelayanan keberangkatan jamaah umrah. SOP menjadi acuan bagi seluruh staf agar proses pelayanan berjalan sistematis, tertib, dan terukur sesuai dengan tanggung jawab masing-masing bagian. SOP pada PT. Athalah Safar Internasional meliputi administrasi, bimbingan manasik umrah, akomodasi, transportasi, dan pelayanan Kesehatan.

Hal tersebut bisa dilihat dari hasil wawancara staf PT. Athalah Safar Internasional, Bapak M. Jundi Rabbani, menurutnya:

“Kami punya alur pelayanan yang sudah ditentukan. Dari awal jamaah mendaftar sampai berangkat, semuanya mengikuti SOP. Jika ada perubahan jadwal, kami langsung informasikan agar jamaah tidak bingung.”¹⁰

Hasil wawancara dari manager tersebut dapat didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada Ibu Siti Romlah, menurutnya:

“Selama proses keberangkatan, semua sesuai dengan jadwal yang dijanjikan. Kami diberi informasi jelas soal keberangkatan dan penginapan, jadi tidak ada kendala. Dari awal sampai berangkat, saya merasa pelayanan di Athalah teratur. Semua dokumen diurus dengan baik dan tidak ada penundaan.”¹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan staf dan jamaah, dapat disimpulkan bahwa PT. Athalah Safar Internasional telah menerapkan SOP pelayanan dengan baik. Prosedur administrasi, penyampaian informasi keberangkatan, penyediaan akomodasi dan transportasi, serta rangkaian layanan sebelum keberangkatan termasuk manasik telah dijalankan sesuai ketentuan.

¹⁰ Hasil Wawancara Bersama Bapak M. Jundi Rabbani, selaku Staf PT. Athalah Internasional, Pada 09 Oktober 2025.

¹¹ Hasil Wawancara Bersama Ibu Siti Romlah, selaku Jama'ah Umroh PT. Athalah Safar Internasional, Pada 11 Oktober 2025

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Responsiveness mengacu pada kesiapan dan kecepatan perusahaan dalam merespons kebutuhan serta permintaan pelanggan. Hal ini mencakup kesigapan staf dalam menjawab pertanyaan, menangani keluhan, dan memberikan solusi tanpa harus menunda.

Dalam pelayanan keberangkatan umrah, perusahaan harus mampu memberikan informasi yang cepat dan jelas mengenai jadwal, dokumen yang dibutuhkan, atau perubahan-perubahan teknis. Daya tanggap yang tinggi mencerminkan perusahaan yang peduli dan menghargai waktu pelanggan.

Hal tersebut bisa dilihat dari hasil wawancara staf PT. Athalah Safar Internasional, Ibu Gustarina Andini, menurutnya:

“Jika ada perubahan jadwal, kami langsung umumkan di grup jamaah dan juga menghubungi satu per satu supaya tidak ada yang ketinggalan informasi. Kami juga bantu jamaah yang mungkin kesulitan menyesuaikan waktu keberangkatan.”¹²

Adapun Hasil wawancara yang disampaikan oleh Ibu Nurhayati, selaku jama'ah umroh, menurutnya:

“Waktu itu jadwal pesawat sempat berubah, tapi pihak Athalah langsung memberitahu lewat grup dan juga ditelepon. Jadi kami tidak panik karena semua dijelaskan dengan baik. Saya lihat respon petugasnya cepat kalau ada masalah, jadi jamaah merasa diperhatikan dan tidak khawatir.”¹³

¹² Hasil Wawancara Bersama Ibu Gustarina Andini, Selaku Staf PT. Athalah Internasional, Pada 09 Oktober 2025.

¹³ Hasil Wawancara Bersama Ibu Nurhayati, Selaku Jama'ah Umroh PT. Athalah Internasional, Pada 11 Oktober 2025.

Hal serupa dengan yang disampaikan dengan Bapak Ali Zuhad, menurutnya:

“Saya sempat terlambat menyerahkan paspor, tapi petugasnya tetap sabar dan bantu supaya semua dokumen saya lengkap sebelum keberangkatan. Mereka tanggap banget, tidak marah atau menyalahkan.”¹⁴

Sebagai bentuk nyata peningkatan daya tanggap terhadap jamaah, PT. Athalah Safar Internasional telah menyusun jadwal keberangkatan umrah secara terperinci dan sistematis. Jadwal tersebut memuat informasi lengkap mengenai tanggal keberangkatan, maskapai penerbangan, serta akomodasi hotel di Madinah dan Mekkah. Dengan adanya jadwal ini, jamaah dapat mengetahui waktu dan rincian keberangkatan secara jelas sehingga mengurangi terjadinya kesalahpahaman maupun keterlambatan informasi. Jadwal keberangkatan jamaah umrah yang telah disusun oleh pihak perusahaan dapat dilihat pada gambar 4.2 dibawah ini:

Gambar 4.3
Jadwal Keberangkatan PT. Athalah Safar Internasional

Tanggal Keberangkatan	Maskapai Penerbangan	Akomodasi Hotel
23 Oktober 2024	Garuda Indonesia	Hotel Al-Farooq
30 November 2024	Garuda Indonesia	Hotel Al-Farooq
1 Desember 2024	Garuda Indonesia	Hotel Al-Farooq
18 Januari 2025	Garuda Indonesia	Hotel Al-Farooq
10 Januari 2025	Garuda Indonesia	Hotel Al-Farooq
25 Februari 2025	Garuda Indonesia	Hotel Al-Farooq

Sumber: Brosur Keberangkatan PT. Athalah Safar Internasional

¹⁴ Hasil Wawancara Bersama Bapak Ali Zuhad, Selaku Jama'ah Umroh PT. Athalah Internasional, Pada 11 Oktober 2025.

Berdasarkan data dan lampiran jadwal keberangkatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa PT. Athalah Safar Internasional telah berupaya memberikan pelayanan yang responsif melalui penyusunan jadwal perjalanan yang jelas dan terstruktur. Namun demikian, perusahaan masih perlu meningkatkan kecepatan dalam menyampaikan setiap perubahan informasi agar jamaah merasa lebih tenang dan percaya terhadap kinerja perusahaan. Peningkatan daya tanggap ini akan berdampak positif terhadap citra perusahaan, karena jamaah akan menilai bahwa PT. Athalah Safar Internasional memiliki komitmen tinggi dalam memberikan pelayanan terbaik dan perhatian terhadap kebutuhan jamaah secara menyeluruh.

4. Jaminan (*Assurance*)

Bentuk jaminan berkaitan dengan rasa aman dan kepercayaan yang diberikan perusahaan kepada jamaah. PT. Athalah Safar Internasional menjamin bahwa seluruh perjalanan ibadah dilakukan sesuai prosedur resmi dan aman. Pembimbing ibadah (*muthawwif*) yang mendampingi jamaah juga berpengalaman dan memahami manasik dengan baik.

Dalam layanan umrah, jaminan dapat dilihat dari legalitas perusahaan, pengetahuan staf dalam menjawab pertanyaan seputar ibadah, serta kemampuan mereka dalam memberikan bimbingan dan informasi dengan jelas. Jamaah akan merasa lebih tenang jika perusahaan memiliki legalitas yang jelas dan petugas yang profesional.

Berdasarkan wawancara dari Bapak Iwan Dwi Jayanto, selaku Direktur PT. Athalah Safar Internasional, menurutnya:

“Kami sudah memiliki izin resmi dari Kementerian Agama, jadi jamaah tidak perlu khawatir. Semua kegiatan keberangkatan dan administrasi dilakukan sesuai ketentuan. Legalitas ini menjadi bukti bahwa kami bekerja secara aman dan terpercaya.”¹⁵

5. Empati (*Emphaty*),

Empathy adalah perhatian perusahaan terhadap setiap pelanggan secara individual. Ini berarti perusahaan mampu memahami kebutuhan dan kondisi masing-masing jamaah, serta memberikan pelayanan yang bersifat personal dan penuh kepedulian.

Misalnya, staf yang membantu jamaah lansia, memberikan waktu khusus untuk menjelaskan prosedur kepada jamaah pemula, atau menyesuaikan jadwal layanan sesuai kebutuhan pelanggan. Empati membangun kedekatan emosional dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Hal tersebut bisa dilihat dari hasil wawancara staf PT. Athalah Safar Internasional, Bapak M. Jundi Rabbani, menurutnya:

“Kami berusaha membuat jamaah merasa tenang sejak awal. Kalau ada yang cemas atau belum paham prosedur, kami jelaskan pelan-pelan. Kami juga bantu jamaah lansia yang kesulitan, seperti menyiapkan dokumen atau barang bawaan. Semua kami lakukan dengan sabar, karena jamaah ini tamu Allah.”¹⁶

¹⁵ Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto, Selaku Direktur PT. Athalah Internasional, Pada 08 Oktober 2025.

¹⁶ Hasil Wawancara Bersama Bapak M. Jundi Rabbani, Selaku Staf PT. Athalah Internasional, Pada 09 Oktober 2025.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Travel Athalah Safar Internasional

Faktor pendukung kualitas pelayanan adalah segala kondisi atau sumber daya yang berperan penting untuk memastikan pelayanan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, sedangkan faktor penghambat kualitas pelayanan merupakan berbagai kondisi yang menyebabkan pelayanan tidak berjalan dengan baik, menjadi lambat, atau terhalang, sehingga mengurangi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan mengenai faktor-faktor yang pendukung meliputi kesadaran pendukung kualitas pelayanan, struktur organisasi yang teratur, keterampilan dan kompetensi petugas, sarana dan prasarana yang memadai, reputasi dan kepercayaan masyarakat, serta faktor penghambat kualitas pelayanan di PT. Athalah Safar Internasional antara lain reputasi (*image*) perusahaan dimata pelanggan, jaminan atas layanan yang berkualitas, yang berkaitan dalam membentuk dan meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen. Temuan ini diperoleh melalui wawancara dengan pihak manajemen dan konsumen atau jamaah, serta analisis dokumentasi internal perusahaan.

1. Faktor Pendukung Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajemen serta beberapa pelanggan tetap Travel Athalah Safar Internasional, terdapat beberapa faktor utama yang mendukung terciptanya kualitas pelayanan yang baik, yaitu:

a. Kesadaran dan Tanggung Jawab Petugas

Kesadaran dan tanggung jawab petugas merupakan salah satu faktor penting yang mendukung terciptanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu organisasi. Menurut Moenir, kesadaran dan tanggung jawab petugas adalah unsur dasar dalam pelaksanaan pelayanan publik yang berkualitas, karena pelayanan yang diberikan dengan kesadaran tinggi akan menghasilkan kinerja yang tulus, terarah, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Pada PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro, kesadaran dan tanggung jawab petugas menjadi pondasi utama dalam setiap proses pelayanan keberangkatan jamaah umrah. Seluruh staf dan karyawan dituntut untuk memiliki rasa tanggung jawab tinggi dalam melaksanakan tugasnya, mulai dari proses administrasi, bimbingan manasik, hingga pendampingan jamaah di bandara. Kesadaran tersebut tumbuh dari pemahaman bahwa mereka tidak hanya bekerja untuk kepentingan perusahaan, tetapi juga membantu jamaah dalam menunaikan ibadah yang suci.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur PT. Athalah Safar Internasional, Bapak Iwan Dwi Jayanto, beliau menyampaikan:

“Kami selalu evaluasi setelah keberangkatan jamaah. Dari situ kami tahu apa yang perlu diperbaiki. Staf juga selalu diingatkan agar bekerja dengan penuh tanggung jawab karena pelayanan ini bukan hanya pekerjaan, tapi juga amanah.”¹⁷

¹⁷ Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto, Selaku Direktur PT. Athalah Internasional, Pada 08 Oktober 2025.

b. Struktur Organisasi yang Teratur

Menurut Ovretveit, organisasi pelayanan publik yang efektif harus memiliki struktur yang jelas agar setiap pegawai memahami fungsi dan tanggung jawabnya. PT. Athalah Safar Internasional telah menerapkan sistem pembagian kerja yang baik antarbagian, seperti direktur, manajer operasional, staf keuangan, tim marketing, dan bagian desain.

Hal tersebut bisa dilihat dari hasil wawancara dengan Direktur PT. Athalah Safar Internasional, Bapak Iwan Dwi Jayanto, menurutnya:

“Visi kami adalah menjadi penyelenggara umrah yang amanah dan terpercaya. Untuk mencapai itu, kami bentuk struktur organisasi yang rapi agar setiap bagian tahu tugasnya. Ada direktur, manajer keuangan dan operasional, manajer marketing, admin media sosial, dua tim marketing, dan satu tim desain. Semua saling berkoordinasi.”¹⁸

Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pembagian tugas dan tanggung jawab di PT. Athalah Safar Internasional telah berjalan secara efektif. Setiap bagian memiliki peran yang jelas sesuai dengan struktur organisasi yang ditetapkan, sehingga proses pelayanan kepada jamaah menjadi lebih terarah dan efisien. Struktur organisasi yang teratur ini juga membantu mencegah terjadinya kesalahan komunikasi antarbagian serta mempercepat penyelesaian kebutuhan jamaah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kejelasan struktur organisasi berkontribusi penting terhadap peningkatan kualitas

¹⁸ Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto, Selaku Direktur PT. Athalah Internasional, Pada 08 Oktober 2025.

pelayanan dan memperkuat citra profesional perusahaan di mata jamaah.

c. Keterampilan dan Kompetensi Petugas

Ovretveit menyatakan bahwa keterampilan dan kemampuan interpersonal pegawai menentukan kualitas pelayanan yang diterima oleh jama'ah. Petugas PT. Athalah Safar Internasional dibekali dengan pelatihan dasar pelayanan, pemahaman dokumen keberangkatan, dan pengetahuan tentang bimbingan manasik.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Iwan Dwi Jayanto, selaku Direktur PT. Athalah Safar Internasional, menurutnya:

*“Kami terus meningkatkan kemampuan staf dengan pelatihan rutin. Selain soal teknis, kami juga tekankan etika dan kesabaran dalam melayani jamaah. Kami ingin semua petugas paham bahwa melayani jamaah bukan sekadar pekerjaan, tapi ibadah.”*¹⁹

Adapun hasil wawancara dengan Ibu Gustarina Andini, salah satu staf PT. Athalah Safar Internasional, menyatakan:

*“Kami rutin dapat pengarahan dari pimpinan tentang cara melayani jamaah dengan baik. Misalnya, bagaimana menjelaskan jadwal keberangkatan, menangani jamaah yang panik, atau menghadapi perubahan mendadak. Jika ada staf baru, biasanya kami dampingi dulu di lapangan supaya tahu cara melayani yang benar.”*²⁰

d. Sarana dan Prasarana yang Memadai

Moenir juga menegaskan bahwa fasilitas dan sarana kerja yang lengkap merupakan faktor pendukung penting dalam meningkatkan

¹⁹ Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto, Selaku Direktur PT. Athalah Internasional, Pada 08 Oktober 2025.

²⁰ Hasil Wawancara Bersama Ibu Gustarina Andini, Selaku Staf PT. Athalah Internasional, Pada 08 Oktober 2025.

kualitas pelayanan. PT. Athalah Safar Internasional menyediakan fasilitas yang memadai seperti ruang manasik yang nyaman, transportasi jamaah, serta perlengkapan ibadah.

Untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai bagaimana sarana dan prasarana yang disediakan oleh PT. Athalah Safar Internasional dalam menunjang kualitas pelayanan, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa jamaah yang telah mengikuti program umrah melalui perusahaan tersebut. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana fasilitas yang tersedia mampu memberikan kenyamanan, kemudahan, serta kepuasan bagi jamaah selama proses ibadah berlangsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Direkur PT. Athalah Safar Internasional, Bapak Iwan Dwi Jayanto, beliau menyampaikan:

“Kami terus berbenah dalam hal fasilitas. Kantor kami rancang senyaman mungkin agar jamaah merasa tenang saat datang. Kami juga menggunakan sistem digital seperti WhatsApp Business dan media sosial untuk memudahkan komunikasi.”²¹

Dari hasil wawancara dari Direktur tersebut dapat dukung dengan hasil wawancara dari jama’ah umroh, Ibu Nurhayati, menurutnya:

“Fasilitasnya sudah bagus, kantornya rapi dan sejuk. Kalau butuh informasi, petugasnya langsung bantu. Jadi tidak bingung dan prosesnya cepat.”²²

Hal serupa dengan yang disampaikan dengan Bapak Ali Zuhad, selaku jama’ah, menurutnya:

²¹ Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto, Selaku Direktur PT. Athalah Internasional, Pada 08 Oktober 2025.

²² Hasil Wawancara Bersama Ibu Nurhayati, Selaku Jama’ah Umroh PT. Athalah Internasional, Pada 11 Oktober 2025

“Kantornya bagus dan bersih, ada tempat duduk yang cukup, jadi kalau menunggu tidak capek. Petugasnya juga melayani dengan cepat dan ramah.”²³

e. Reputasi dan Kepercayaan Masyarakat

Rangkuti berpendapat bahwa citra dan reputasi merupakan hasil dari pelayanan yang konsisten dan terpercaya. PT. Athalah Safar Internasional telah mendapatkan kepercayaan dari masyarakat karena mampu menjaga kualitas pelayanan dan transparansi biaya.

Berdasarkan wawancara dengan jamaah, Ibu Umi Salamah, menurutnya:

“Saya tahu PT. Athalah dari saudara yang sudah berangkat duluan. Katanya bagus dan tidak ribet, makanya saya ikut. Ternyata benar, semuanya teratur.”²⁴

Berdasarkan wawancara dengan jamaah lainnya, Bapak Ibnu Malik, menurutnya:

“Saya memilih berangkat bersama PT. Athalah Safar Internasional karena banyak teman yang merekomendasikan. Setelah saya ikut sendiri, memang pelayanannya memuaskan, petugasnya jujur dan terbuka soal biaya. Semua informasi keberangkatan juga disampaikan dengan jelas, jadi saya merasa aman dan percaya.”²⁵

2. Faktor Penghambat Kualitas Pelayanan

Menurut Rangkuti ada 5 faktor yang menghambat kualitas pelayanan diantaranya: Reputasi (*image*) perusahaan di mata pelanggan, Jaminan atas layanan yang berkualitas, Penampilan fasilitas fisik, dan Komitmen

²³ Hasil Wawancara Bersama Bapak Ali Zuhad, Selaku Jama'ah Umroh PT. Athalah Internasional, Pada 11 Oktober 2025

²⁴ Hasil Wawancara Bersama Ibu Umi Salamah, Selaku Jama'ah Umroh PT. Athalah Safar Internasional, Pada 11 oktober 2025.

²⁵ Hasil Wawancara Dengan Bapak Ibnu Malik, Selaku Jama'ah Umroh PT. Athalah Safar Internasional, Pada 11 Oktober 2025.

organisasi. Namun, pada penelitian ini yang digunakan hanya 2 faktor antara lain:

a. Reputasi (*image*) perusahaan di mata pelanggan

Rangkuti menekankan bahwa reputasi perusahaan di mata pelanggan merupakan modal utama dalam membentuk citra yang positif. Namun, reputasi dapat menjadi faktor penghambat apabila perusahaan masih dalam tahap membangun kredibilitas di tengah masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dari Direktur PT. Athalah Safar Internasional, Bapak Iwan Dwi Jayanto terkait reputasi, beliau menyampaikan:

“Kendala besar yang kami hadapi dalam proses pelayanan keberangkatan umrah biasanya berkaitan dengan faktor eksternal, seperti keterlambatan administrasi dari pihak mitra, perubahan jadwal penerbangan, atau keterlambatan dokumen visa dari pihak kedutaan. Namun, kami selalu berupaya menjaga kepercayaan jamaah dengan memberikan informasi secara transparan dan cepat. Kami juga memiliki tim khusus yang bertugas menangani setiap kendala dengan sigap agar tidak mengganggu kenyamanan dan reputasi perusahaan di mata pelanggan.”²⁶

b. Jaminan atas Layanan yang berkualitas

Menurut teori Rangkuti, jaminan atas layanan berkualitas menjadi tolak ukur utama bagi pelanggan untuk menilai citra perusahaan. Jika pelayanan tidak diberikan secara konsisten dari awal hingga akhir, maka pelanggan akan menilai bahwa perusahaan kurang profesional.

²⁶ Hasil Wawancara Bersama Bapak Iwan Dwi Jayanto, Selaku Direktur PT. Athalah Internasional, Pada 08 Oktober 2025.

PT. Athalah Safar Internasional sebenarnya memiliki sistem pelayanan yang cukup baik, namun dalam praktiknya masih ditemukan beberapa kendala teknis, seperti keterlambatan dalam penyampaian informasi jadwal keberangkatan dan perubahan teknis di lapangan. Kondisi ini umumnya dialami oleh jamaah umrah reguler, yang jumlah keberangkatannya lebih banyak dibandingkan jamaah umrah plus, sehingga koordinasi informasi terkadang sedikit terlambat dilakukan oleh pihak travel.

Berdasarkan wawancara dengan jamaah, Ibu Nurhayati, selaku jamaah umroh reguler, menurutnya:

“Pelayanannya bagus, cuma kadang informasi tentang jadwal atau perubahan keberangkatan agak telat diberitahu. Jadi kami harus sering tanya sendiri ke pihak travel.”²⁷

D. Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Dan Faktor Pendukung Serta Penghambat Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan direktur, staf, dan jamaah PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan yang diterapkan perusahaan memiliki pengaruh yang sangat signifikan dalam membentuk citra positif di mata masyarakat. Pelayanan yang baik tidak hanya dilihat dari proses keberangkatan jamaah, tetapi juga dari keseluruhan pengalaman jamaah mulai dari tahap pendaftaran, bimbingan manasik, keberangkatan, hingga kepulangan.

²⁷ Hasil Wawancara Bersama Ibu Nur Hidayati, Selaku Jama'ah Umroh PT. Athalah Safar Internasional, Pada 12 Oktober 2025.

Analisis ini menggunakan teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yang mencakup lima dimensi kualitas pelayanan: berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Selain itu, hasil penelitian juga memperlihatkan adanya faktor pendukung yang memperkuat kualitas pelayanan serta faktor penghambat yang masih menjadi tantangan bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan citra positif di tengah masyarakat.

Dalam bentuk berwujud (*tangibles*), PT. Athalah Safar Internasional menunjukkan keseriusan dalam menjaga tampilan fisik perusahaan agar memberikan kesan pertama yang baik bagi jamaah. Kebersihan kantor, kerapian ruangan, serta kenyamanan fasilitas yang disediakan menjadi bentuk nyata perhatian perusahaan terhadap aspek ini. Penampilan staf yang rapi dan sopan juga menjadi bagian penting dari upaya perusahaan membangun citra profesional. Hal ini sejalan dengan pendapat Parasuraman bahwa bukti fisik atau tampilan nyata dari layanan merupakan salah satu cara efektif untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Dengan demikian, aspek berwujud telah memberikan kontribusi yang besar terhadap pembentukan citra positif perusahaan karena jamaah merasa nyaman dan percaya sejak awal berinteraksi dengan pihak travel.

Selanjutnya, pada bentuk keandalan (*reliability*), PT. Athalah Safar Internasional telah menunjukkan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang konsisten dan dapat diandalkan. Pelayanan yang dilakukan berdasarkan

Standar Operasional Prosedur (SOP) membuat proses administrasi dan keberangkatan jamaah berjalan lebih teratur dan efisien. Setiap tahapan pelayanan dilaksanakan sesuai dengan jadwal dan janji yang telah ditetapkan, sehingga menumbuhkan rasa percaya di kalangan jamaah. Keandalan ini menjadi dasar penting dalam pembentukan citra profesionalisme perusahaan. Masyarakat menilai bahwa perusahaan yang mampu menepati janji dan memberikan pelayanan sesuai komitmen adalah perusahaan yang layak dipercaya.

Bentuk berikutnya yaitu daya tanggap (*responsiveness*), menjadi faktor yang sangat menentukan dalam meningkatkan kepuasan jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa staf PT. Athalah Safar Internasional memiliki tingkat responsivitas yang baik dalam menanggapi kebutuhan dan pertanyaan jamaah. Staf segera memberikan informasi apabila terdapat perubahan jadwal atau kebijakan keberangkatan melalui media komunikasi seperti grup WhatsApp dan telepon pribadi. Kecepatan dan kesigapan dalam menanggapi situasi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian tinggi terhadap kenyamanan jamaah. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa kendala kecil berupa keterlambatan penyampaian informasi ketika jumlah jamaah meningkat. Hal ini menjadi catatan penting bagi perusahaan agar terus meningkatkan koordinasi internal dan memperkuat sistem informasi agar pelayanan dapat berjalan lebih cepat dan efisien. Daya tanggap yang tinggi akan meningkatkan rasa aman dan kepercayaan jamaah, sehingga memperkuat

citra positif perusahaan sebagai biro perjalanan yang profesional dan peduli terhadap konsumennya.

Dalam bentuk jaminan (*assurance*), PT. Athalah Safar Internasional berusaha memberikan rasa aman kepada jamaah dengan memastikan seluruh kegiatan dilakukan secara resmi dan sesuai prosedur pemerintah. Legalitas perusahaan yang jelas dari Kementerian Agama menjadi bukti bahwa perusahaan beroperasi secara sah dan bertanggung jawab. Selain itu, kehadiran pembimbing ibadah (*muthawwif*) yang berpengalaman memberikan jaminan kepada jamaah bahwa perjalanan mereka akan berjalan lancar dan sesuai tuntunan ibadah. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan terbesar dalam dimensi ini adalah menjaga konsistensi mutu layanan di setiap gelombang keberangkatan. Terkadang, karena perbedaan pengalaman staf dan volume jamaah yang tinggi, terdapat perbedaan kecil dalam kecepatan pelayanan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu terus memperkuat pelatihan dan pengawasan agar jaminan mutu pelayanan dapat dijaga secara merata.

Bentuk terakhir yaitu empati (*empathy*), memperlihatkan bahwa PT. Athalah Safar Internasional memiliki perhatian besar terhadap kebutuhan jamaah secara individu. Sikap sabar, ramah, dan peduli yang ditunjukkan oleh staf, terutama terhadap jamaah lansia atau pemula, mencerminkan tingginya nilai empati dalam pelayanan. Staf tidak hanya melayani secara teknis, tetapi juga memberikan dukungan emosional kepada jamaah agar merasa tenang dan dihargai. Pendekatan personal ini menumbuhkan hubungan yang lebih dekat

antara perusahaan dan pelanggan, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas serta meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat.

Selain lima bentuk kualitas pelayanan tersebut, hasil penelitian juga menemukan adanya faktor-faktor pendukung yang membantu perusahaan dalam menjaga kualitas pelayanan. Kesadaran dan tanggung jawab petugas menjadi pondasi utama karena seluruh staf menyadari bahwa pekerjaan mereka bukan sekadar aktivitas bisnis, tetapi juga bagian dari pelayanan ibadah kepada tamu Allah. Struktur organisasi yang teratur memastikan bahwa setiap bagian memiliki peran yang jelas dan saling berkoordinasi, sehingga proses pelayanan berjalan efektif. Keterampilan dan kompetensi petugas terus ditingkatkan melalui pelatihan rutin agar staf memiliki kemampuan teknis dan sikap pelayanan yang baik. Sarana dan prasarana yang memadai seperti ruang tunggu yang nyaman dan sistem komunikasi digital juga memperlancar pelayanan. Terakhir, reputasi dan kepercayaan masyarakat menjadi hasil dari konsistensi pelayanan yang baik. Jamaah yang puas dengan pelayanan akan memberikan rekomendasi positif kepada calon jamaah lain, sehingga memperkuat citra perusahaan.

Di sisi lain, penelitian juga menemukan adanya faktor penghambat yang masih dihadapi PT. Athalah Safar Internasional. Faktor pertama adalah reputasi perusahaan yang masih dalam tahap penguatan. Meskipun perusahaan telah memiliki citra yang cukup baik, namun persaingan yang semakin ketat di industri perjalanan umrah menuntut perusahaan untuk terus membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Setiap kesalahan kecil dalam pelayanan,

seperti keterlambatan informasi atau perubahan jadwal, dapat berpotensi menurunkan reputasi karena cepat menyebar di masyarakat. Faktor kedua adalah jaminan atas layanan yang belum sepenuhnya konsisten. Walaupun sistem pelayanan sudah terstruktur, dalam praktiknya masih terdapat perbedaan kecil antara yang dijanjikan dan yang diterima jamaah. Hal ini biasanya disebabkan oleh perbedaan pengalaman antarstaf dan jumlah jamaah yang besar, terutama pada program umrah reguler. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperkuat sistem koordinasi internal dan memastikan standar pelayanan diterapkan secara seragam.

Dari keseluruhan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PT. Athalah Safar Internasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik, didukung oleh kesadaran petugas, struktur organisasi yang jelas, dan fasilitas yang memadai, menjadikan perusahaan ini semakin dipercaya masyarakat. Namun, reputasi yang masih dalam tahap penguatan serta jaminan pelayanan yang belum sepenuhnya konsisten perlu mendapatkan perhatian khusus agar tidak mengurangi kepercayaan jamaah. Dengan melakukan evaluasi dan peningkatan secara berkelanjutan, PT. Athalah Safar Internasional berpotensi untuk menjadi biro perjalanan umrah yang tidak hanya dikenal karena pelayanannya yang baik, tetapi juga karena profesionalisme dan integritasnya sebagai perusahaan yang amanah dan terpercaya di mata masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelayanan keberangkatan PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro telah berjalan dengan baik, ditunjukkan melalui fasilitas memadai, SOP yang jelas meliputi lima bentuk utama SERVQUAL (berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati), staf responsif, legalitas resmi, serta pendampingan yang diberikan secara menyeluruh kepada jamaah.

Faktor pendukung utama pada PT. Athalah Safar Internasional mencakup profesionalitas staf, kejelasan informasi, legalitas perusahaan, dan sistem kerja yang terstruktur. Faktor penghambat meliputi keterbatasan fasilitas, kendala teknis saat keberangkatan, tingginya jumlah jamaah di musim ramai, dan kebutuhan khusus jamaah seperti lansia.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi travel Athalah Safar Internasional, diharapkan perusahaan terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang telah berjalan dengan baik, terutama dalam menjaga konsistensi penerapan lima dimensi SERVQUAL. Perusahaan juga perlu memperluas fasilitas fisik, seperti ruang manasik dan ruang tunggu jamaah, agar kenyamanan dan efisiensi

pelayanan semakin meningkat. Selain itu, dengan telah diperolehnya izin resmi sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU), perusahaan diharapkan dapat lebih memperkuat sistem manajemen pelayanan sesuai standar regulasi Kementerian Agama, serta meningkatkan inovasi dalam penggunaan teknologi informasi untuk mempercepat proses administrasi dan komunikasi dengan jamaah.

2. Bagi Calon Jama'ah Umroh, diharapkan dapat lebih aktif dalam mencari informasi mengenai perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umrah, termasuk memastikan legalitas dan rekam jejak pelayanannya. Sikap kritis dan partisipatif dari jamaah akan membantu perusahaan terus memperbaiki kualitas layanannya serta menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara penyelenggara dan pengguna jasa.
3. Bagi Peneliti Lanjutan, diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan acuan untuk penelitian sejenis pada masa mendatang. Peneliti berikutnya dapat memperluas fokus kajian, misalnya dengan meneliti kualitas pelayanan dari tahap pendaftaran hingga kepulangan, atau membandingkan antara beberapa biro perjalanan umrah agar hasil penelitian lebih komprehensif. Selain itu, dapat pula dikembangkan penelitian kuantitatif untuk mengukur tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan secara lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Rokhmat, Manajemen Tata Kelola Haji Indonesia, (Jakarta: Media Dakwah, 2016).
- Arifin, Moch. Bahak Udin By. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan*, 2018.
- Atlah, Umu, Fatari Fatari, and Gatot Hartoko. "Analisa Pelayanan Jamaah Haji Dan Umrah Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Riyadhuljannah Tour Dan Travel Kabupaten Pandeglang Tahun 2022." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 4, no. 1 (2024).
- Azis, Abdul. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Insight Management Journal, Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Pakuan, Bogor* 1, no. 1 (2020).
- Datuela, Agnes. "Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan." *Integration of Climate Protection and Cultural Heritage: Aspects in Policy and Development Plans. Free and Hanseatic City of Hamburg* 26, no. 4 (2013).
- Dewi Mayangsari, Ratih Hurriyati, Disman, Lili Adi Wibowo. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis* 11 (2020).
- Dian Kurnia Afiandi, Ari Prabowo, Prodi Manajemen , Fakultas Ekonomi & Bisnis , Universitas Potensi Utama Medan Jl. KL. Yos Sudarso Km. 6, 5 No. 3-A Tanjung Mulia Kec. Medan Deli, Kota Medan, 20241. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Intensitas Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Jamaah Umroh Pt Al Muchtar Tour & Travel" 5 (2024).
- Emilda Amalia, Tony Susilo Wibowo. "Pengaruh Kepercayaan, Karakteristik Pelayanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Surabaya Pusat." *Journal of Sustainability Business Research* 2, no. 2 (2021).
- Fadhil Fadhlur R. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Gojek Malang." *Jurnal Riset Manajemen* (n.d.): 52–64.
- Ginting, Immanuel M. "Jurnal Manajemen Jurnal Manajemen." *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram* 6, no. 1 (2015).
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. 1st ed. Surabaya: Unitomo press, 2019.

- Indriastuti, Rully Tri, and Untung Sriwidodo. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* 10, no. 2 (2019).
- Katon Pratondo, Zaid Zaid, Sayang Bidul, Siti Aisyah. *Journal Of Social Science Research* 4 (2024).
- Kumalasari, Ni Kadek Sri Miliani¹ I Dewa Made Endiana, Putu Diah, and Fakultas. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas." *Jurnal Kharisma* 4, no. 1 (2022).
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Mervin Angeline, Feriani Astuti. "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Weighted Product." *Paradigma - Jurnal Komputer dan Informatika* 22, no. 1 (2020).
- Muhammad Musyfiq Salami, Ayu Marsita. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Pada PT Citra Van Titipan Kilat (Tiki) Cabang Fatmawati Jakarta Selatan." *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen* 3, no. 2 (2023).
- Mukhamad Fathoni, *Teknik Pengumpulan Data Penelitian. Jurnal Keperawatan*, 2019.
- Naufalia, Viani, and Tuah Ii. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Di PT Telekomunikasi Indonesia , Tbk ." 2, no. 2 (2016).
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2016).
- Lexi. J.moleong, "Metodologi Penelitian Kualitatif" 2015.
- Rahayaan, Darto, Ambarwati Soetiksno, and Roy Wattimena. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT . BFI Finance Cabang Ambon" 3, no. 2 (2024).
- Rivaldi, Alvin, Fahrul Ulum Feriawan, and Mutaqqin Nur. "Metode Pengumpulan Data Melalui Wawancara." *Sebuah Tinjauan Pustaka* (2023).
- Sodik, Sandu Siyoto dan M. Ali. *Dasar Metodologi Penelitian* (2015).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. CV, 2022.

Suryabrata, Sumadi, *Metode Penelitian Kualitatif* (1987): 93.

Tarigan, Miska Irani. "Kajian Teoritis Tentang Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan." *Jurnal Manajemen* 4, no. 1 (2018).

Tata Sukayat, Manajemen Haji, Umrah dan Wisata Agama, (Bandung: Simbiosis, and 134 Rekatama Media, 2016).

Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Standar Kegiatan Usaha Penyelenggaraan Perjalanan Ibadah Umrah Dan Penyelenggaraan Ibadah Haji Khusus (2016).

"Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008".

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2760/In.28.3/D.1/TL.00/1/2025
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 30 Januari 2025

Kepada Yth,
Upia Rosmalinda M.E.I (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Diyah Afifatul Kamilah
NPM : 2103040004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Haji dan Umroh (MHU)
Judul : Faktor-faktor Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Putri Swastika

OUTLINE

FAKTOR- FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL KOTA METRO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Konsep Kualitas Pelayanan
 - 1. Pengertian Kualitas Pelayanan
 - 2. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan
 - 3. Tujuan Kualitas Pelayanan
 - 4. Indikator Kualitas Pelayanan
 - 5. Karakteristik Kualitas Pelayanan
 - 6. Bentuk Kualitas Pelayanan
- B. Konsep Citra Perusahaan
 - 1. Pengertian Citra
 - 2. Citra Perusahaan
 - 3. Jenis-jenis Citra Perusahaan
 - 4. Manfaat Citra Perusahaan
 - 5. Indikator Citra Perusahaan

- C. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan yang dimerger

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 - 1. Jenis Penelitian
 - 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 - 1. Data Primer
 - 2. Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 - 1. Wawancara
 - 2. Observasi
 - 3. Dokumentasi
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Deskripsi Travel Adalah Safar Internasional Kota Metro
 - 1. Sejarah Travel Adalah Safar Internasional Kota Metro
 - 2. Struktur Organisasi Travel Adalah Safar Internasional Kota Metro
 - 3. Tugas dan Wewenang Travel Adalah Safar Internasional Kota Metro
 - 4. Visi dan Misi Travel Adalah Safar Internasional Kota Metro
- B. Bentuk Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Travel Adalah Safar Internasional Kota Metro
- C. Faktor Pendukung Dan Penghambat Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Travel Adalah Safar Internasional Kota Metro
- D. Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Dan Faktor Pendukung Serta Penghambat Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Adalah Safar Internasional Kota Metro

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Uptia Rosmalinda, M. E. I
NIP. 198612862023212025

Metro, 12 Agustus 2025
Peneliti,



Divah Affiatul Kamilah
NPM. 2103040004

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL KOTA METRO

A. Wawancara

1. Pertanyaan kepada Direktur Perusahaan
 - a. Apa visi dan misi perusahaan Travel Athalah Safar Internasional dalam memberikan pelayanan umrah?
 - b. Strategi apa yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan?
 - c. Bagaimana peran legalitas Travel Athalah Safar Internasional dalam membangun kepercayaan konsumen?
 - d. Apa kendala besar yang dihadapi dalam proses pelayanan keberangkatan?
 - e. Apa langkah-langkah yang dilakukan untuk membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan Travel Athalah Safar Internasional?
 - f. Bagaimana perusahaan melakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan terhadap pelayanan?
 - g. Bagaimana faktor-faktor kualitas pelayanan dalam meningkatkan citra perusahaan Travel Athalah Safar Internasional?
2. Pertanyaan kepada salah satu staf Travel Athalah Safar Internasional Kota Metro
 - a. Bagaimana alur standar pelayanan jamaah mulai dari pendaftaran hingga keberangkatan?
 - b. Bagaimana pelatihan dan pembinaan karyawan dilakukan untuk menjaga kualitas pelayanan pada Travel Athalah Safar Internasional?
 - c. Langkah apa yang diambil untuk mengantisipasi keterlambatan atau perubahan jadwal keberangkatan?
 - d. Sejauh mana staf berperan dalam memberikan rasa aman dan nyaman kepada jamaah?
3. Pertanyaan kepada Jamaah Umroh
 - a. Bagaimana pengalaman anda selama proses keberangkatan?
 - b. Bagian pelayanan mana yang paling memuaskan atau mengecewakan?
 - c. Apa alasan anda memilih Travel Athalah Safar Internasional, padahal dilampung sudah banyak jas yang berjalan?

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Upia Rosmalinda, M. E. I
NIP. 198612862023212025

Metro, 12 Agustus 2025
Peneliti,



Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0080/In.28/D.1/TL.00/09/2025
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Pimpinan PT. Athalah Safar
Internasional Kota Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0081/In.28/D.1/TL.01/09/2025,
tanggal 17 September 2025 atas nama saudara:

Nama : DIYAH AFIFATUL KAMILAH
NPM : 2103040004
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL KOTA METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 17 September 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara No.118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297; Faksimili (0725) 47296; www.uinjusila.ac.id; humas@uinjusila.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0081/In.28/D.1/TL.01/09/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

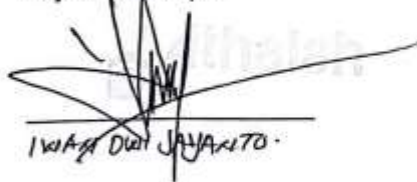
Nama : **DIYAH AFIFATUL KAMILAH**
NPM : 2103040004
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA PT. ATHALAH SAFAR INTERNASIONAL KOTA METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 17 September 2025

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Iwaha Dwi Jarakito

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



Nomor : 03.017/Athalah/X/2025
Lampiran : -
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menanggapi surat Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan IAIN Metro Nomor : B-0081/In.28/D.1/TL.01/09/2025 tanggal 17 September 2025 perihal " Izin Research ", maka yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Titik Setyani
Jabatan : Kepala Cabang PT Athalah Safar Internasional
Kota Metro

Menerangkan bahwa :

Nama : Diyah Afifatul Kamilah
NPM : 2103040004
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh
Semester : 09 (Sembilan)

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di PT. Athalah Safar Internasional Kota Metro Lampung sebagai syarat menyelesaikan study.

Demikian balasan ini kami sampaikan, atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Oktober 2025
PT. Athalah Safar Internasional

TITIK SETYANI
Kepala Cabang



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Diyah Afifatul Kamilah
NPM : 2103040004
Jurusan : Manajemen Haji dan Umroh (MHU)

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Athalah Safar Internasional** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 04 November 2025
Ketua Jurusan Manajemen Haji dan Umroh



Ulul Azmi Mustofa, S.E.I, M.S.I
NIP.198703192020121003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
UNIT PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001**

Jalan Kl. Hajar Dewantara No. 118, Iringmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297, 42775; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-747/ln.28/S/U.1/OT.01/10/2025**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : DIYAH AFIFATUL KAMILAH
NPM : 2103040004
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Haji dan Umroh

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2103040004.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 29 Oktober 2025
Kepala Perpustakaan,

Ran Guroni, S.I.Pust.
19920428 201903 1 009



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah Jurusan/Fakultas : MHU / FEBI
NPM : 2103040004 Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	03/2025 /02	<p>0) mau fokus ke layanan dari awal a-pi sampai pular?</p> <p>1) sewa-hut berangkat aji-?</p> <p>2) ditambahkan kualitas layanan berdasarkan aturan hukum.</p> <p>3) dan pakai kata pengantar di awal kalimat.</p> <p>4) ada tdk orisinal ini - dan kemana w/ berangkat ke tempat.</p>	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmalinda, M.E.I

NIP. 198612260226128602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah

NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah Jurusan/Fakultas : MHU / FEBI
NPM : 2103040004 Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	17/2025 /03	1) teori kepuasan pelanggan mana? 2) wawancara ke mana? ke mana? ke mana? 3) wawancara ke pihak PT. mana? 4) alasan wawancara ke PT. mana? 5) alasan wawancara ke PT. mana? 6) alat bantu wawancara? 7) pertanyaan-pertanyaan? 8) pertanyaan-pertanyaan?	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260226128602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah

Jurusan/Fakultas : MHU / FEBI

NPM : 2103040004

Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	07/2025 /05	perbaiki - LOM hal 4 pokok ke point 1. o) fokus mau bahas kualitas layanan o) mau bahas faktor-faktor kualitas layanan. ? o) hrz ada masalah tda ditanya ? o) mau fokus ke kualiti atau kuantiti ?	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260226128602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah Jurusan/Fakultas : MHU / FEBI
NPM : 2103040004 Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/02/25 bs	o) la-jeon teori di tulis dari nomor 1 foot-note-y- o) tgn pakai middle note. o) sekip tulis di la-jeon teori di tulis hat- ^{an} dari peneliti. o) paragraf diperbaiki tulis-ny- o) melopar di kaitan dgn isi tulisan. o) kethat aneja diperbaiki	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260226128602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004


Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah

Jurusan/Fakultas : MHU / FEBI

NPM : 2103040004

Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	11/08/2025	Perbaiki outline tabel teori kalau observasi ga dipakai dihapus saja	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260226128602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah

Jurusan/Fakultas : MHU / FEBI

NPM : 2103040004

Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	11/2025 18	Perbaiki - APS, karena teori dikembalikan, maka otomatis APS dikembalikan, buang yg ga perlu	

Dosen Pembimbing

Upia Rismahinda, M.E.I
NIP. 198612260226128602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah

Jurusan/Fakultas : MHU / FEBI

NPM : 2103040004

Semester / TA : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	12/2025 08	Acc outline dan Afd layout ke Bab IV & V	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmalinda, M.E.I

NIP. 198612260226128602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah

NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kl. Hajer Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : syariah.lain@metrouniv.ac.id
Website : www.syariah.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah
NPM : 2103040004

Fakultas/Jurusan : FEBI/ MHU
Semester/TA : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	16/2025 /10	teknik respon-responer dihal 73 diwiri-g. -ditentukan (aspirasi jadwal perangkatkan - wawancara dilakukan oleh saya- mereka milih dan tahu kembali ap?	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 19861226022612 8 602

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

JURAI SIWO LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : syariah@metrouniv.ac.id

Website : www.syariah.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah

Fakultas/Jurusan : FEBI/ MHU

NPM : 2103040004

Semester/TA : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21/2623 /10	apa yang ada di antara teori di-bahar / di-bahar & jucake y meganadivis di pembahar - - cek laca ys perlu & tidak perlu	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260 22612 8 602

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : gyarah@uimetrouniv.ac.id
Website : www.gyarah.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah
NPM : 2103040004

Fakultas/Jurusan : FEBI/ MHU
Semester/TA : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	27/2025 /10	<ul style="list-style-type: none">- Pembahasan skripsi- dengan isi landasan teori- kesimpulan harus skripsi- ke/dapat menjawab- ap- yg ada di rumus- masalah	

Dosen Pembimbing,

Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260 22612 8 602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47290, Email : gyarah.lain@metrouniv.ac.id
Website : www.gyarah.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Diyah Afifatul Kamilah
NPM : 2103040004

Fakultas/Jurusan : FEBI/ MHU
Semester/TA : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30/2025 /10	Acc skripsi lanjut y di munaqosyahkan	

Dosen Pembimbing,

Upia Rosmalinda, M.E.I
NIP. 198612260 22612 8 602

Mahasiswa Ybs,

Diyah Afifatul Kamilah
NPM. 2103040004

DOKUMENTASI







DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Diyah Afifatul Kamilah, lahir pada tanggal 04 Oktober 2003 di Kotabumi Lampung Utara. Peneliti merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara hasil pernikahan pasangan Bapak H. Suhardianto S.Ag dan Ibu Hj. Jurmiyah. Bertempat tinggal di Desa Jagang, Kecamatan Blambangan Pagar Kabupaten Lampung Utara. Peneliti sangat bahagia dan bangga karena lahir dikeluarga yang sangat menyayangi dan mencintai. Berkat do'a serta motivasi dari keluarga Peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Riwayat pendidikan peneliti, Pendidikan RA Athfal Nurul Huda Desa Jagang, SD Negeri 02 Desa Jagang lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan di MTs Darul A'mal Kota Metro lulus pada tahun 2018. Kemudian melanjutkan di MA Darul A'mal Kota Metro lulus pada tahun 2021. Kemudian melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan Program Studi Manajemen Haji dan Umroh dimulai pada semester 1 Tahun Akademik 2021/2022.