



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**STRATEGI PELAYANAN DI PT.  
ARMINAREKA PERDANA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna  
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Sosial (S.Sos)

**Disusun oleh:**

**ZELVI DIANITA**  
**NIM: B94216065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2019**

## PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN OTENSITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zelvi Dianita

Nomor Induk Mahasiswa : B94216065

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik manapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 23 Desember 2019

Yang menyatakan,



Zelvi Dianita

B942160

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Zelvi Dianita  
NIM : B94216065  
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah  
Konsentrasi : Manajemen Haji dan Umrah  
Judul : Strategi Pelayanan Di PT Arminareka Perdana Surabaya  
Dosen Pembimbing : Ahmad Khairul Hakim, S .Ag,M, Si

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.

Surabaya, 23 Desember 2019  
Dosen Pembimbing



**Ahmad Khairul Hakim, S.Ag/M, Si**  
**NIP: 19752230200321001**

**Lembar Pengesahan Tim Penguji**

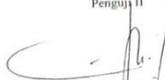
Skripsi oleh Zelvi Dianita B94216065 telah dipertahankan di depan Tim  
Penguji Skripsi.

Penguji I



Ahmad Khairul Hakim, M.Si  
NIP. 197512302003121001

Penguji II



Dra. Imas Macsaroh, Dip. I. M Lib-M Lib, Ph.D  
NIP. 1966051411992032001

Penguji III



Bambang Sbandi, M.Ag  
NIP. 197403032000031001

Penguji IV



Airlangga Bramayudha, MM  
NIP. 197912142011011005

Surabaya, 16 Desember 2019

Mengesahkan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri  
Sunan Ampel

Dekan,



Dr. H. Ali Halim, M.Ag  
NIP. 1963072519910



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ZELVI DIANITA  
NIM : B94216065  
Fakultas/Jurusan: FDK/MANAJEMEN DAKWAH  
E-mail address : zelvidianita8@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

RELATIONSHIP MARKETING DI PT. ALISTON BUANA WISATA

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Desember 2019

Penulis

(Zelvi Dianita)

nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

### **Zelvi Dianita, 2019. Strategi Pelayanan Di PT Arminareka Perdana Cabang Surabaya.**

Penelitian ini diajukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan dalam upaya tingkat kepuasan jamaah haji pada pelayanan Pendekatan yang digunakan di PT Arminareka Perdana Surabaya.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif Teknik pengumpulan data metode kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara secara mendalam. Penelitian dibuat agar dapat memberikan informasi wawasan kepada masyarakat umum, dengan daanya kebijakan mengenai penyelenggaraan ibadah haji umroh.

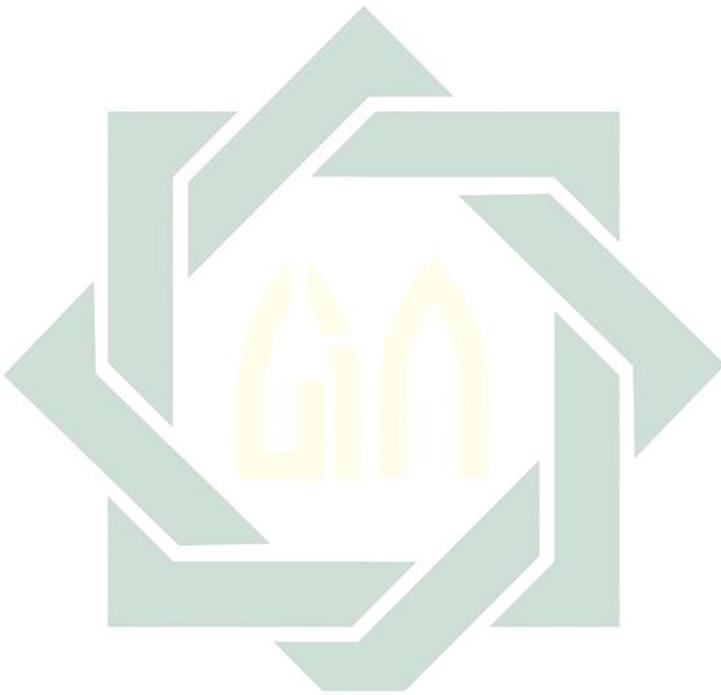
Hasil penelitian yang dibuat ini menunjukkan bahwa strategi pelayanan dalam upaya kepuasan jamaah sangat tinggi karena para jamaah haji merasakan sangat puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh PT. Armina perdana Surabaya. Para jamaah sangat percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya. Pelayanan yang diberikan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya adalah pelayanan yang berkualitas dalam artian pelayanan utama dan pelayanan tambahan untuk kepuasan para jamaah Haji dan Umroh.

.Kata kunci: *Strategi pelayanan, Pelayanan travel haji umroh*

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>PERTANGGUNGJAWABAN OTENTISITAS PENULISAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Definisi Konsep.....	6
F. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II: KAJIAN TEORETIK</b>	
A. Penelitian Tedahuluyang Relevan.....	11
B. Kerangka Teoritik	
1. Strategi Pelayanan	
a. Definisi Strategi .....	13
b. Devinisi Pelayanan .....	13
c. Elemen-elemen Kualitas Pelayanan .....	16
d. Fungsi Pelayanan .....	17
e. Tujuan Pelayanan.....	19
f. Manfaat Pelayaan.....	20
2. Pelayanan Publik.....	21
3. Kualitas Pelayanan Jasa .....	23
4. Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	28
<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	30

B. Lokasi Objek Penelitian .....	30
C. Jenis dan Sumber Data	
1. Jenis Data .....	31
2. Sumber Data .....	32
D. Tahap-tahap Penelitian .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data .....	34
F. Teknik Validitas .....	36
G. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV: HASIL PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Sejarah PT. Arminareka Perdana Surabaya .....	39
2. Visi dan Misi PT. Arminareka Perdana Surabaya .....	40
3. Struktur Organisasi PT. Arminareka Perdana Surabaya .....	41
B. Penyajian Data .....	41
C. Analisis Data .....	80
<b>BAB V: PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran dan Rekomendasi .....	90
C. Keterbatasan Penelitian .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Lembaga merupakan suatu organisasi atau badan, baik formal dan informal yang berperan penting untuk mengaatur perilaku masyarakat sekitar dan berperan sebagai pedoman untuk masyarakat sekitar berupahTvavel Haji dan Umroh. Ibadah Haji dan Umroh adalah suatu rukun Islam yang ke lima. Agama Islam Ibadah Haji memiliki dua status hukum yaitu wajib bagi setiap yang mampu sedangkan tidak wajib bagi yang tidak mampu untuk menjalankannya dalam segi ekonomi dan fisik sedangkan, Ibadah Umroh disunnakah<sup>1</sup>.

Lembaga yang bergerak dalam perjalanan Ibadah Haji dan Umroh itu membimbing seseorang yang ingin menunaikan Ibadah Haji dan Umroh. Perjalanan Ibadah Haji dan Umroh biasanya di bimbing oleh biro-biro yang memberikan fasilitas perjalanan Haji dan Uumroh. Lembaga biro Haji dan Umroh merupakan suatu lembaga yang bergerak di bidang jasa. Lembaga yang bergerak dalam bidang jasa umumnya merupakan dalah lembaga profit. Lembaga profit umumnya mencari keuntungan atau laba.

Lembaga profit dalam mencari keuntungan lembaga bertujuan untuk mengembangkan suatu lembaga nirlabanya tersebut. Lembaga dalam mengembangkan suatu perusahaannya tersebut diperlukan kesepakatan SDM di ruang lingkup lembaga. Suatu lembaga umumnya terdiri dari beberapa SDM yang memiliki tujuan bersama untuk mewujudkan suatu visi misi. Suatu visis misi yang telah dibentuk dan disepakati oleh lembaga tersebut. Visi misi

---

<sup>1</sup> Kholilurrohman, “Hajinya Lansia Ditinjau Dari Perspektif Bimbingan Dan Konseling Islam”, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, (Vol. 2, No. 2, Tahun 2017), Hal 232

juga salah satu hal yang terlibat di dalam suatu lembaga profit untuk menghasilkan keuntungan. Organisasi atau lembaga yang sudah membentuk suatu visi misi dan kesepakatan oleh beberapa SDM. Organisasi atau lembaga telah membentuk visi misi dan kesepakatan untuk mengembangkan suatu lembaga tersebut.

Lembaga yang sudah berkembang umumnya mendapatkan laba yang setimpal. Kunci utama dalam hal untuk mendapatkan laba yaitu dengan menggunakan berbagai strategi. Menurut Marrus strategi merupakan proses penentuan yang sudah direncanakan oleh para Pemimpin. Pemimpin yang berfokus dalam waktu jangka panjang untuk suatu organisasi. Jangka panjang yang disertai dengan penyusunan suatu cara dan upaya untuk memikirkan tujuan tersebut agar dapat dicapai<sup>2</sup>.

Penyusunan dilakukan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu lembaga. Jika lembaga agar dapat meraih suatu tujuan yang ingin dicapai lembaga tersebut akan melakukan suatu pelayanan yang baik dan sopan. Lembaga membentuk salah satu cara yang akan digunakan dalam hal pelayanan. Lembaga pasti memerlukan beberapa strategi dalam suatu hal pelayanan.

Pelayanan yang baik ialah pelayanan yang bertujuan untuk mendapatkan konsumen dan dapat mengembangkan suatu lembaganya. Perusahaan yang menggunakan strategi ini untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan. Strategi untuk mendapatkan konsumen atau pelanggan sudah direncanakan oleh beberapa SDM. Strategi yang digunakan oleh beberapa lembaga untuk mendapat konsumen yaitu dengan cara melayani yang berupa pelayanan jasa. Pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu lembaga kepada

---

<sup>2</sup> Dimas Hendika W, Zainul A Dan Sunarti, “ Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm ( Studi Pada Batik Dianjeng Solo)”, *Jurnal Bisnis dan Administrasi*, ( Vol. 1, No. 1, 2015), Hal 60

masyarakat adalah suatu hal yang di utamakan dalam lembaga tersebut.

Kelembagaan ini berjalan dalam bidang pelayanan atau prodak yang berbentuk di bidang jasa. Kelembagaan yang bergerak dalam bidang jasa memberikan fasilitas yang terbaik bagi konsumen atau jamaah. Kelembagaan itu juga memberikan dampak baik dan maanfaat kepada masyarakat sekitar meliputi para konsumen atau parah jamaah<sup>3</sup>. Kelembagaan memberikan dampak dan manfaat kepada masyarakat umumnya juga melibatkan beberapa hal. Kelembagaan biasanya juga melibatkan pemerintahan, pendidikan, dan agama. Kelembagaan yang melibatkan pemerintahan, pendidikan, dan agama umumnya juga melibatkan beberapa faktor yang dibutuhkan oleh lembaga tersebut.

Kelembagaan biasanya melibatkan berbagai faktor-faktor yaitu seperti aktivitas-aktivitas yang suda di bentuk sedemikian rupa dalam beberapa strategi. Lembaga menawarkan suatu prodaknya yang berbentuk pelayanan jasa. Kegiatan pelayanan yang menentukan beberapa dasar pelayanan yang suda didirikan sejak awal dibangunnya Perusahaan. Lembaga sudah memberikan pelayanan apa yang dibutuhkan oleh konsumen atau jamaah. Pelayanan yang dibutuhkan oleh masyarakat atau jamaah yaitu berupa pelayanan jasa. Pelayanan jasa yang bergerak dalam bidang pelayana jasa *traveling* haji dan umroh. Lembaga yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa travel haji dan umro yaitu lembaga PT. Arnimareka Perdana Surabaya.

PT. Arnimareka Perdana Surabaya adalah suatu lembaga yang berbentuk kelompok bimbingan ibadah haji dan umroh. Kelompok bimbingan ibadah haji dan umroh

---

<sup>3</sup> Ir Iswar Pangaloan Harahap dan Angelia Utari, *Nilai Ekonomi Kelembagaan Menjaga Hutan dan Air Untuk Irigasi* , (Medan : Puspantara Hak Cipta, 2018) Hal 48

yang memberikan fasilitas terbaik dan pelayanan yang terbaik untuk para jamaah haji dan umroh. PT. Arnimareka Perdana Surabaya adalah lembaga bergerak dalam pelayanan jasa *traveling* luar negeri dan ibadah umroh haji. PT. Arnimareka Perdana Surabaya bertujuan untuk mengembangkan biro perjalanan ibadah umroh yang tidak sekedar menjual tiket umroh saja tetapi PT. Arnimareka Perdana Surabayan menjual paket umroh dengan beberapa tawaran paket dalam pelayanannya.

PT. Arnimareka Perdana Surabaya tidak menjual tiket umroh saja. akan tetapi, PT. Arnimareka Perdana Surabaya menjual tiket ibadah haji qurodoh yang termaksud ibadah haji *plus* yang menawarkan pelayanan yang terbaik dan keberangkatan hajinya juga lebih cepat dari pada ibadah haji regular atau ibadah haji *plus* biasa, perbedaan ibadah haji qurodah dengan ibadah haji yang lain adalah harga, fasilitas, pelayanan, transportasi, tanggal keberangkatan.

PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan harga dengan harga murah. Fasilitas yang bagus, pelayanan yang terbaik, transportasi yang diberikan, tanggal keberangkatan tepat waktu. Hal itu membuat konsumen merasa puas. Pelayanan dan fasilitas yang berkualitas yang diberikan kepada konsumen atau jamaah merupakan produk pelayanan jasa. Jika produk yang diberikan itu berkualitas, maka rasa kepuasan konsumen semakin meningkat. Kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan konsumen atau jamaah<sup>4</sup>. Menurut Zeithaml dan bitner kepuasan konsumen merupakan respon suatu konsumen. Terhadap pengevaluasian ketidak sesuaian yang dirasakan

---

<sup>4</sup> Monika Maria Dan Mohammad Yusak, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Café”, *Jurnal Manajemen Teori Dan Trepan*, ( Vol. 6, No. 1, 2013), Hal 7

oleh konsumen antara harapan dan kinerja berdasarkan jasa<sup>5</sup>.

PT. Arnimareka Perdana Surabaya berdiri pada 9 februari 1990. Arnimareka Perdana Surabaya yang sudah meberangkatkan banyak jamaah. Di PT. Arminareka Pratama Surabaya memiliki 3 visi dan misi penting. PT. Arnimareka Perdana Surabaya memiliki visi dan misi untuk mengajak para masyarakat untuk beribadah haji dan umroh yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup keluarga dan masyarakat dan untuk memberikan solusi saling bekerja sama dengan pihak PT. Arnimareka Perdana Surabaya untuk mendapatkan penghasilan tambahan. PT. Arnimareka Perdana Surabaya yang terletak di Kota Surabaya yang bertepatan pada Perum Kebonsari *Regency* Blok B No. 20, Kebonsari, Jambangan, Surabaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tergerak untuk mengkaji dan menganalisis pelayanan yang dilakukan oleh PT Arminareka Perdana Surabaya pada jamaah. Jika dilihat dari manajemen, hal ini dirasa sangat relevan untuk diteliti. Bagaimana PT Armina Perdana Surabaya melayani jamaahnya. Dengan demikian peneliti mengangkat judul penelitian **“Strategi Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan jamaah di PT Arminareka Perdana Surabaya?

---

<sup>5</sup> Basrah Saidani Dan Samsul Arifin, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market”. *Jurnal Riset Manajemen Saiins Indonesia*, ( Vol. 3, No. 1, 2012), Hal 6

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menggambarkan strategi pelayanan yang diterapkan dalam upaya meningkatkan kepuasan jamaah di PT Arminareka Surabaya

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yaitu sebagai berikut:

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan strategi pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian lanjutan terhadap objek yang sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi instansi tersebut tentang strategi pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan mengenai strategi pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan dan untuk mengembangkan keilmuan manajemen dakwah.

### **E. Definisi Konsep**

#### **1. Strategi Pelayanan**

Ibadah haji dan umroh merupakan suatu ibadah yang didam-idamkan oleh setiap muslim. Ibadah haji dan umroh adalah suatu ibadah yang wajib dikerjakan bila mampu dalam segi ekonomi dan fisik, sedangkan ibadah umroh suatu ibadah yang sunnah dikerjakan. Ibadah haji

dan umroh yang dikerjakan pada waktu 8,9, 10, dan 12 Dzulhijjah.

Ibadah haji umroh dikerjakan melalui bimbingan travel haji umroh. Banyak travel-travel yang melayani pendaftaran perjalanan ibadah haji dan umroh. Travel haji umroh adalah satu bisnis yang bergerak dalam bidang travel bersaing dengan travel lainnya dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik. Travel dal hal bersaing menggunakan beberapa strategi. Dalam. Strategi yang digunakan dalam kelancaran sebuah proses yang ingin dicapai. Strategi utama yang digunakan dalam sebuah biro haji dan umroh adalah strategi pelyanan. Strategi umumnya digunakan dalam bidang bisnis berupa akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, dispentasi, *join venture*.

Strategi memberikan suatu jawaban kepada pihak manajemen tentang suatu cara untuk mencapai tujuan perusahaan dan suatu cara untuk mencapai visi misi organisasi yang strategis<sup>6</sup>. Perusahaan memerlukan strategi dalam hal bersaing dengan perusahaan lainnya. Strategi pelayana adalah starategi yang utama dipilih oleh perusahaan travel karena perusahaan ini bergerak dalam bidang jasa. Perusahaan travel bisnis yang bergerak dalam bidang jasa dan menjual produk yaitu produk pelayan perjalan haji dan umroh.

Strategi pelayanan adalah sumber utama yang digunakan dalam meningkatkan suatu bisnis tersebut. Strategi pelayanan merupakan suatu cara yang digunakan dalam hal melayani dan memenuhi suatu kebutuhan seseorang. Menurut Mudrajad bahwa strategi

---

<sup>6</sup> Mochamad Ammar Faruq dan Indrianawati Usman, Penyusuna Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya, Fakultas Ekonomi dan bisnis , “*Jurnal Manajemen dan Teori Terapan*” (Vol 7., No. 3, 2014), Hal 4.

merupakan suatu sarana yang memiliki tujuan bersama dan yang akan dicapai dalam waktu jangka panjang.<sup>7</sup> Menurut Grinross Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang bersifat tak kasat mata dan dapat munculnya interaksi antara penjual dan pembeli.<sup>8</sup> Penjual memberikan informasi kepada konsumen meliputi pelayanan yang diberikan seputar struktur perjalanan haji dan umroh. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen pada waktu mendaftar Haji dan Umroh yaitu:

- a. Pelayanan Pendaftaran
- b. Pelayanan kesehatan
- c. Pelayanan manasik
- d. Pelayanan bimbingan mulai dari keberangkatan sampai kepulangan.

Strategi pelayanan merupakan suatu cara yang digunakan dalam kepuasan konsumen. Konsumen memiliki peranan penting dalam hal pelayanan. Kepuasan konsumen memiliki situasi membandingkan antara hasil yang didapatkan dan hal yang dikorbankan. Bagi perusahaan-perusahaan, kepuasan adalah faktor penting dalam menarik konsumen lain. Kepuasan juga memiliki peran dalam menentukan kualitas produk atau jasa.<sup>9</sup>

Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen memiliki tiga unsur. Tiga unsur tersebut terdiri dari kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Ketiga unsur tersebut berperan

---

<sup>7</sup> Mudrajad, *Strategi Bagaimana menarik keunggulan Kompetitif*, ( Jakarta, Airlangga, 2006), hal 12

<sup>8</sup> Dra Ratna Suminar, Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Sempo SIP TC Paramount Summarecon, “*Jurnal Sekretari*”, ( Vol. 4, No. 2, 12017), Hal 2

<sup>9</sup> Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta, CV ANDI OFFSET, 2014) hal 353

penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.<sup>10</sup> Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan hasil yang lebih dari apa yang dikorbankan pelanggan. hal ini dikarenakan, kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli lagi produk atau jasa yang sama.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan rangkaian urutan untuk mempermudah melakukan penelitian skripsi, maka disusunlah sistematika pembahasan yaitu:

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab pendahuluan menjelaskan latar belakang yang dapat ditarik rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian sesuai dengan judulnya.

### **BAB II : Kajian Teori**

Pada bab kajian teori menjelaskan landasan teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan yang akan di jelaskan. Teori dari sistem rekrutmen karyawan yaitu: definisi strategi pelayanan, elemen-elemen kualitas pelayanan, serta langkah-langkah melayani konsumen. Dan kajian teori berdasarkan penelitian terdahulu yang berkesinambungan.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab metode penelitian menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan. Objek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data, dan teknik analisis data.

---

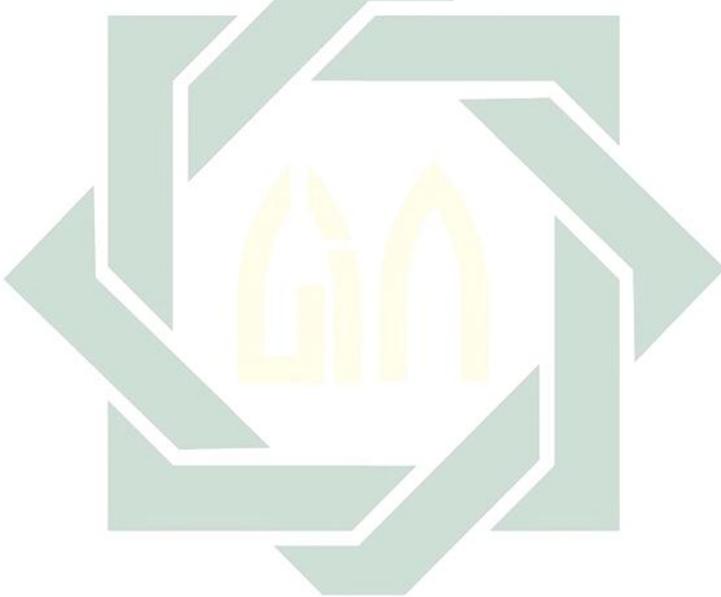
<sup>10</sup> Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Malang: Bayu Media Publishing, 2005)  
Hal 101

**BAB IV : Pembahasan**

Pada bab pembahasan menjelaskan gambaran umum objek penelitian, penyajian data, dan analisa konsep strategi pelayanan.

**BAB V : Penutup**

Pada bab penutup menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapat selama penelitian yang menjawab rumusan masalah yang ada. Selain itu juga disertai saran-saran.



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORETIK**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

*Pertama*, jurnal yang ditulis oleh David harianto yang berjudul “Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Intervening Konsumen Kedai Deja-Vu Surabaya” mengungkapkan bahwa persaingan semakin berat ketika persaingan semakin ketat dan dibutuhkan usaha untuk mempertahankan restoran tersebut di industri. Usaha yang dilakukan dalam menciptakan strategi pemasaran yaitu usaha untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah meneliti tentang strategi pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

*Kedua*, jurnal yang di tulis oleh Resty Avita Haryanto yang berjudul “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran *McDonald’s* Di Manado” mengungkapkan bahwa *McDonald’s* merupakan restoran *franchise* yang suda mendua dengan produk yang berkualias dan pelayanan yang baik, strategi ini yang meberikan kepuasan terhadap konsumen.

*Ketiga*, jurnal yang ditulis oleh Auli lucky yuriansyah yang berjudul “Presepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan” mengungkapkan bahwa bus Po muji jaya jepara memberikan kualitas pelayanan, nilai produk dan fasilitas kepada kepuasan pelanggan bus tersebut. Fasilitas yang terdapat pada bus yaitu pendingin ruangan yang rusak. Fasilitas yang di sajikan itu sebaiknya ditingkatkan agar tidak terjadi penghambatan kepuasan penumpang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah meneliti tentang strategi pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

*Keempat*, jurnal yang ditulis oleh Shandy Widjoyo Putro yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan *Loyalitas* Konsumen Restoran *Happy Garden*” mengungkapkan bahwa berkembangnya bisnis makanan yang ada di Indonesia yang semakin lama semakin berkembang pesat. Berkembang pesatnya suatu bisnis membuat persaingan meningkat. *Happy garden* wajib memiliki keunggulan dalam persaingan. Keunggulan dalam bersaing harus memberikan pelayanan yang baik produk yang baik sehingga dapat menciptakan kepuasan terhadap konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sekarang adalah meneliti tentang strategi pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitiannya dan metode penelitiannya.

*Kelima*, jurnal yang ditulis oleh Felita sasongko yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet” Ria mengungkapkan bahwa restoran ayam penyet ria ini adalah restoran khas Indonesia. Restoran ini memiliki *standart internasional*. Restoran ini memiliki beberapa di dalam negeri maupun di luar negeri. Restoran ini selain mengutamakan cita rasanya, restoran ini juga memberikan layanan yang baik. Cita rasa yang enak dan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap konsumen.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Strategi Pelayanan**

#### **a. Definisi Strategi**

Menurut Basu Swasta strategi merupakan suatu rencana yang dibuat untuk mencapai

suatu tujuan dalam jangka panjang.<sup>11</sup> Strategi merupakan faktor utama yang bertujuan agar perusahaan akan berkembang dengan baik. Strategi digunakan dalam berbagai kegiatan dan bertujuan untuk mewujudkan apa yang diinginkan oleh perusahaan. Strategi dibentuk oleh SDM perusahaan dengan kebijakan yang sudah ditentukan. Strategi tingkat bisnis merupakan suatu rencana yang digunakan oleh suatu organisasi untuk menjalani suatu bisnis di suatu pasar atau industri tertentu.<sup>12</sup>

b. Definisi Pelayanan

Menurut Kasmir pelayanan adalah suatu perbuatan atau tindakan seseorang yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.<sup>13</sup> Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang jasa atau bidang non jasa. Bisnis yang bergerak dibidang jasa sebuah memiliki berbagai strategi yang sudah dirancang bertujuan untuk mengembangkan suatu perusahaannya dalam berbagai hal. Strategi pelayanan adalah strategi suatu rencana yang sudah dirancang untuk jangka panjang yang bertujuan memberikan bantuan kepada konsumen yang membutuhkan.

Strategi yang sudah dirancang oleh sebuah perusahaan jasa yaitu strategi pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik dibagi bermacam-macam yaitu dalam segia kualitas pelayanan jasa

---

<sup>11</sup> Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta, Liberty, 2003), Hal 67,

<sup>12</sup> Griffin Dan Ricky, "*Manajemen Edisi7, Jilid 1*", (Jakarta: Erlangga, 2004), Hal 249

<sup>13</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, ( Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), Hal 15

dan kualitas produk. Perusahaan jasa memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya yang dijelaskan dalam hadits. Ibnu Az Zubair pernah berkhotbah di Makkah, lalu ia mengatakan,

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ النَّبِيَّ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - كَانَ  
يَقُولُ « لَوْ أَنَّ ابْنَ آدَمَ أُعْطِيَ وَاِدِيًّا مَلَأً مِنْ ذَهَبٍ أَحَبَّ  
إِلَيْهِ ثَانِيًا ، وَلَوْ أُعْطِيَ ثَانِيًا أَحَبَّ إِلَيْهِ ثَالِثًا ، وَلَا يَسُدُّ  
جَوْفَ ابْنِ آدَمَ إِلَّا التُّرَابُ ، وَيَتُوبُ اللَّهُ عَلَى مَنْ تَابَ

*Artinya: “Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Nabi shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda, “Seandainya manusia diberi lembah penuh dengan emas, maka ia masih menginginkan lembah yang kedua semisal itu. Jika diberi lembah kedua, ia pun masih menginginkan lembah ketiga. Perut manusia tidaklah akan penuh melainkan dengan tanah. Allah tentu menerima taubat bagi siapa saja yang bertaubat.” (HR. Bukhari no. 6438)<sup>14</sup>*

Perusahaan memiliki strategi untuk mengembangkan suatu perusahaannya. Menurut Fandi Tjiptono strategi menerangkan arah tujuan bisnis yang dipilih. Strategi merupakan suatu pedoman yang bertujuan untuk menunjukkan suatu tempat sumber daya usaha suatu organisasi.<sup>15</sup> Menurut A.M Kardiman mengungkapkan bahwa strategi merupakan suatu penentu yang bertujuan untuk jangka panjang dan pemilihan cara-cara untuk

<sup>14</sup> Imam At-turmodzi, *Hadits-Hadits Sahih Kepribadian Dan Budi Pekerti Rasulullah*, (Jakarta: Shahih Bukhori, 2010), Hal 4

<sup>15</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi 2*, ( Yogyakarta : Andi, 2010), Hal 3

bertindak dalam pengalokasian sumber daya yang diperlukan dan memiliki tujuan.<sup>16</sup> Dari kedua kesimpulan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu cara yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan dalam waktu jangka panjang. Adapun dimensi dari kualitas pelayanan, antara lain:

- 1) Kemampuan adalah suatu kemampuan dalam bekerja di bidangnya yang bertujuan untuk menunjang program layanan jasa. Layanan jasa yang berupa melaksanakan komunikasi yang efektif.
  - 2) Penampilan merupakan suatu hal yang diperlukan dalam suatu pelayanan jasa. Penampilan fisik ataupun non-fisik yang sangat berpengaruh untuk kepuasan jamaah.
  - 3) Perilaku tertentu yang harus ditonjolkan ketika berhadapan dengan jamaah. Keberhasilan suatu pelayanan jasa akan sangat berdampak pada orang-orang yang terlibat di dalamnya.
  - 4) Perhatian merupakan kepedulian penuh terhadap jamaah yang berkaitan dengan yang diinginkan dan dibutuhkan jamaah, maupun memahami saran dan kritiknya. Perhatian yang diberikan kepada jamaah pada kegiatan layanan jasa. Seorang karyawan pada suatu perusahaan pelayanan jasa harus memperhatikan dan mencermati keinginan jamaah.
- c. Elemen-elemen Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono elemen-elemen kualitas pelayanan itu terdiri dari beberapa elemen-elemen meliputi:

---

<sup>16</sup> A. M Kardiman, Pengantar Ilmu Manajemen, (Jakarta: Pronhalindo, hal 58

### 1) Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan fasilitas fisik perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi. Hal ini bisa ditunjukkan dalam penampilan fisik yaitu kenyamanan ruangan, sarana prasarana, penampilan karyawan. Hal ini terlihat sangat penting untuk dijadikan suatu pertimbangan konsumen dalam memilih suatu produk.

### 2) Keandalan

Keandalan merupakan suatu kemampuan yang diberikan kepada konsumen dalam suatu pelayanan yang sudah dilakukan saat pertama. Perusahaan memberikan pelayanan yang bertujuan untuk memuaskan dengan beberapa hal yaitu menyampaikan produknya sesuatu dengan jadwal sudah janjikan.

### 3) Daya tanggap

Daya tanggap merupakan perlakuan karyawan untuk melayani para konsumen dan membantu para konsumen. Daya tanggap adalah respon karyawan untuk membantu dan melayani apa yang diperlukan karyawan dengan cepat dalam hal melayani transaksi dan pelayanan yang lainnya.

### 4) Jaminan

Jaminan merupakan pengetahuan karyawan, kemampuan karyawan, perilaku karyawan dan sifat karyawan sehingga membuat konsumen itu percaya. Perusahaan dalam hal persaingan harus memiliki anggota yang berpengetahuan dan mempunyai keahlian di bidangnya.

### 5) Empati

Empati merupakan suatu hal untuk berkomunikasi yang baik dengan konsumen,

perhatian dan memahami kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam memahami kebutuhan konsumen mampu menjalin kerjasama dengan baik.<sup>17</sup>

d. Fungsi pelayanan

Pelayanan merupakan suatu bisnis yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berupa produk barang dan jasa perusahaan melayani konsumen dengan baik sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan tersebut. Dalam hal ini ada beberapa unsur yang terkait dalam definisi suatu pelayanan yaitu:

- 1) Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh semua badan usaha yang berbentuk badan lembaga atau suatu aparat pemerintahan atau swasta.
- 2) Suatu objek yang dilayani yaitu masyarakat yang membutuhkan pelayanan sesuai kebutuhan.
- 3) Bentuk kebutuhan pelayanan yang diberikan yaitu berbentuk barang dan jasa.
- 4) Pelayanan memiliki beberapa sisten dan aturan yang diterapkan dengan jelas dalam melaksanakan pelayanan tersebut.<sup>18</sup>

Menurut Zaenal Mukarom menyatakan bahwa fungsi pelayanan adalah melayani pelanggan dengan sikap ramah, sopan dan bergerak cepat, dengan cara tersebut perusahaan dapat memenuhi

---

<sup>17</sup> Hesel Nogi, Manajemen Publik, ( Jakarta: Grasindo, 2005), Hal 217

<sup>18</sup> Sinambela, *“Lijan Poltak 2006 Reformasi Pelyanan Public Teori, Kebijakan, Dan Implementasi”*, (Jakarta: PT Bumi, Aksara 2006), Hal 5

dan memuaskan konsumen sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan dalam beberapa hal meliputi:

- 1) Memperdayakan orang-orang atau masyarakat sebagai konsumen pelayanan publik.
- 2) Membangun dan menumbuhkan kepercayaan orang-orang atau masyarakat kepada pemerintah.

e. Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan adalah memberikan suatu pelayanan yang bisa memenuhi dan memuaskan konsumen dan memberikan fokus pelayanan yang baik kepada konsumen. Pelayanan dalam *sector public* berdasarkan aksinya yaitu pelayanan adalah suatu pemberdayaan. Menurut Sutopo dan Adi Suryo mengatakan bahwa pelayanan dilakukan dari 2 sektor yaitu:

1) Sector Publik

Dalam sector public pelayanan didasarkan pada asumsi bahwa pelayanan merupakan pemberdayaan.

2) Sektor Bisnis

Dalam sektor bisnis pelayanan memiliki tujuan atau dapat berorientasi pada profit atau keuntungan.

Pelayanan bertujuan untuk memberdayakan masyarakat bukan dalam hal memberdayakan yang akan membunuh suatu kepercayaan masyarakat kepada pemerintahannya. Kepercayaan adalah awal dari kolaborasi dan partisipasi yang dibangun oleh masyarakat untuk pembangunan program-program yang sudah direncanakan.

Menurut Moenir bahwa layanan yang memuaskan pelanggan yang dilayani dengan baik dan benar, maka diberikan beberapa segi teknis pelaksanaan secara terjun langsung dilapangan harus

bisa memenuhi kebutuhan pokok pelanggan yaitu: bertingkah laku yang sopan terhadap pembeli atau pelanggan, bertutur kata yang baik dan sopan dan ramah kepada konsumen. Dalam hal ini juga ada beberapa perilaku pelayanan *sector public* bahwa pelayanan jasa yaitu:

Pelayanan yang baik suda diberikan oleh pemerintah kepada pelanggan atau pengguna jasa. Pelayanan jasa ada itu karena adanya standart pelayanan. Pelanggan merupakan masyarakat, masyarakat memiliki arti luas yaitu dari segi masyarakat esxternal (luar) dan internal (dalam).<sup>19</sup>

f. Manfaat Pelayanan

Menurut Zenal Mukarom bahwa manfaat pelayanan adalah suatu upaya untuk meningkatkan kualitas pada suatu pelayanan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat sebagai konsumen dan bertujuan untuk pengembangan penyusunan batasan pasa suatu pelayanan. Dalam hal yang berbentuk pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, waktu, tempat, alasan dan proses pelayanan yang semestinya. Pelayanan memiliki beberapa manfaat yaitu:

- 1) Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat.
- 2) Acuan yang bertujuan untuk dapat mengembangkan penyusunan kepada masyarakat.
- 3) Acuan yang bertujuan pelayanan, konsumen dalam berbagai kegiatan pelayanan.

---

<sup>19</sup> Ratna Sum dan Mia April, Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa Sip Tc Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari* (Vol 4, No2, 2017), Hal 7

Dalam hal ini kesimpulan dari beberapa manfaat pelayanan yaitu supaya setiap karyawan dapat memberikan suatu pelayanan yang baik kepada para konsumen agar para konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan tersebut. Manfaat dari pelayanan tersebut dapat meningkatkan kualitas kinerja karyawan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.<sup>20</sup>

Pelayanan yang terbaik adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan dengan berbagai dimensi-dimensi yang sudah ditentukan. Dimensi – dimensi Kualitas Pelayanan.

## 2. Pelayanan Publik

Menurut Lewis dan Gilman, pelayanan publik adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh masyarakat. Kepercayaan publik yang bertujuan untuk bertanggung jawab yang sudah ditentukan dengan peraturan yang ada. Nilai Akubilitas Pelayanan yang diberikan bertujuan untuk kepercayaan masyarakat terhadap pelayanan. Pertanggung jawaban terhadap aspek yang dilayani merupakan bagian dari penemuan terhadap pelayanan publik untuk menjunjung tinggi kepercayaan kepada masyarakat. Kepercayaan masyarakat adalah dasar yang bertujuan untuk mewujudkan tercapainya pemerintahan yang baik.<sup>21</sup> Menurut Mahmudi pelayanan publik harus memperhatikan asas-asas pelayanan publik.

- a. *Transaparasi* merupakan suatu pemberian pelayanan publik, instansi penyedia pelayanan

---

<sup>20</sup> Dra. Ratna Suminar Dan Mia Apriliawati, “Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Disempoa SIP TC Paramount Summarecon”, *Jurnal Sekretari*, (Vol 4, No 2, 2017), Hal 7-9

<sup>21</sup> Kamarudin Selang, Jamaludin dan Ahmad Mustarin, *Strategi Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik*, ( Pasuruan: Qiara Media, 2019), Hal 22-23

publik yang bersifat terbuka dan mudah. Pelayanan publik disediakan secara memadai dan mudah dimengerti.

- b. *Akutanbilitas* adalah pelayanan publik yang bertanggungjawab berdasarkan dengan peraturan perundang-undangan yang sudah ditetapkan.
- c. *Kondisional* merupakan pemberian pelayanan publik harus sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan yang berpacu dalam prinsip efisiensi dan efektivitas.
- d. *Partisipatif* merupakan suatu hal yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan cara memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
- e. Tidak *diskriminatif* (kesamaan hak) adalah pemberian suatu pelayanan publik tidak boleh bersifat Diskriminatif. Diskriminatif merupakan suatu hal tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, ik tidak bersifat dikriminatif.
- f. Kesimbangan hak dan kewajiban merupakan pemberian dan penerima suatu pelayanan publik dengan memenuhi hak dan kewajiban *personal*.<sup>22</sup>

### 3. Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Gotes dan David, kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, layanan jasa, manusia, proses dan suatu

---

<sup>22</sup> Kamarudin Selang, Jamaludin dan Ahmad Mustarin, *Strategi Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik*, ( Pasuruan: Qiara Media, 2019), Hal 25

lingkungan yang dapat memenuhi dan melebihi suatu harapan yang diinginkan.<sup>23</sup> Menurut Edvarson adalah suatu cara yang bertujuan untuk mencari tau tentang menciptakan nilai untuk suatu konnsumen dan perusahaan wajib memberikan nilai tersebut.<sup>24</sup>

Kualitas pelayanan mendapatkan perhatian dari manajemen organisasi jasa. Jika organisasi jasa untuk menetapkan kualitas pelayanan yang ingin dicapai, maka suatu organisasi tersebut wajib memiliki tujuan yang jelas. Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut yang bertujuan untuk memenuhikeinginan seorang konsumen.<sup>25</sup>

Menurut Thorik dan Utus pentingnya memberikan suatu pelayanan yang baik dan berkualitas disebabkan (*service*) tidak hanya sebatas hanya mengantarkan atau melayani. *Service* merupakan memahami, mengerti dan merasakan sehingga cara penyapaiannya akan mengenai *heartshare* konsumen dan akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Jika Heartshare yang tertanam di jiwa manusia, maka loyalitas seorang konsumen pada suatu produk atau suatu usaha perusahaan tidak akan

---

<sup>2323</sup> Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi Ofsee, 1996), Hal 67

<sup>24</sup> Tri Ulfa Wardani, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek, *Skripsi*, (Medan:UIN Sumatra Utara 2017), Hal 25.

<sup>25</sup> Wildan Sulaksana, Pengariug Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Dharma Yogyakarta, 2017), Hal 15.

diragukan.<sup>26</sup> Menurut Tjiptono, strategi kualitas jasa atau layanan itu berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan dan dapat mencakup beberapa hal:

- a. Artibut layanan nasabah adalah penyampaian layanan atau jasa dan itu harus tepat waktu dan akurat.
- b. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa pelayanan merupakan aspek penting yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu berupa menerapkan program dan Produk yang ditawarkan.
- c. System umpan balik merupakan system umpan balik yang bertujuan untuk kualitas pelayanan. Umpan balik diperlukan untuk evaluasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas perusahaan seperti jasa perusahaan dan jasa pesaing.
- d. Proses implementasi yang sebagaimana manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan tingkat layanan konsumen sebagai kebijakan suatu perusahaan. <sup>27</sup>Sebagaimana sebuah hadist dari Anas bin Mali Rahiayallahu berbunyi:

يُسْرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا وَوَيْسِّرُوا وَلَا تُقَبِّرُوا

*Artinya: “Permudahlah dan jangan persulit, berilah buatlah mereka gembira dan jangan buat mereka lari”.*<sup>28</sup>

Pelayanan yang berkualitas akan memberikan dampak yang baik di perusahaanya,

---

<sup>26</sup> Tri Ulfa Wardani, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek, *Skripsi*,( Medan:UIN Sumatra Utara 2017), Hal 26.

<sup>27</sup> Rambat Lupiyaodi dan A, Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salembah Empat 2008), Hal 182

<sup>28</sup> Imam At-turmudzi, *Hadits-Hadits Sahih Kepribadian Dan Budi Pekerti Rasulullah*, (Jakarta: Shahih Bukhori, 2010), Hal 15

karena dampak yang baik yang diterima oleh perusahaan akan mendatangkan konsumen yang banyak. Konsumen dengan jumlah yang banyak akan mendatangkan keuntungan dan dapat mengembangkan suatu perusahaan tersebut, dibalik keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan yang harus diprioritaskan adalah memperbaiki masalah-masalah yang terjadi dan yang dialami oleh konsumen. Masalah-masalah yang dialami konsumen perusahaan dituntun untuk memperbaikinya agar tidak terjadinya kerugian yang dialami oleh para konsumen kedepannya.

Perusahaan wajib melihat pelayanan dari segi perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat dalam hal menghadapi dengan berbagai pertanyaan, permintaan dan keluhan yang dialami oleh para konsumen. Masalah yang terjadi dari pihak konsumen harus dilayani dengan baik, karena kualitas pelayanan yang baik adalah hal utama yang harus diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus baik dan sopan agar dapat memenuhi dan memberikan kepuasan terhadap konsumen dan meningkatkan loyalitas kepuasan konsumen.

Menurut Kotler mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan yang baik terdiri dari suatu kualitas, pelayanan konsumen dan nilai dan dapat didefinisikan dalam hal berikut:

a. Kualitas

Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelanggan akan mendorong para konsumen untuk menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan.

b. Pelayanan konsumen

Pelayanan yang berkualitas dapat menjawab pertanyaan dan keluhan konsumen mengenai suatu produk dan jasa dengan adanya ketidakpuasan konsumen tetapi hal itu akan dipecahkan oleh para karyawan perusahaan. Masalah yang terjadi dalam suatu produk dan jasa dapat diberikan oleh perusahaan dengan adanya pengukuran kualitas pelayanan.

- c. Nilai adalah sesuatu yang digunakan dalam menentukan suatu hal. Hal yang paling diperlukan dalam memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan jual beli. Konsumen akan memilih produk atau jasa dalam penawaran untuk mendapatkan harga yang rendah.<sup>29</sup>

Maka dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan yang baik itu dapat menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah persepsi dan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh jamaah berdasarkan kinerja produk layanan dengan harapan yang dimiliki sebelum menggunakan layanan jasa. Menurut Gronross mengungkapkan bahwa kualitas total suatu jasa terdiri dari beberapa hal:

- a. *Technical Quality* merupakan komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang dapat diterima oleh konsumen. *Technical Quality* memiliki beberapa rincian yaitu:
- 1) *Search Quality* merupakan kualitas yang bisa dievaluasi oleh konsumen sebelum membeli.

---

<sup>29</sup> Muh Yunus Bandu, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero), Rayon Makasar, *Skripsi Administrasi Negara*, (Makasar: Universitas Hasanudin, 2013), Hal 23

- 2) *Experience Quality* merupakan sesuatu yang hanya bisa dievaluasi oleh konsumen setelah membeli atau menggunakan pelayanan jasa.
  - 3) *Credence Image* merupakan kualitas yang dievaluasi konsumen yang sudah memakai suatu pelayanan jasa.
  - b. *Funcional Quality* merupakan komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa
  - c. *Coorporate Image* merupakan profil reputasi, citra umum dan suatu daya tarik khusus suatu perusahaan.<sup>30</sup>
4. Pengukuran Kualitas Pelayanan
- Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry mengungkapkan bahwa, pengukuran kualitas pelayanan yang dilihat oleh konsumen terhadap kualitas jasa. Kualitas jasa yang didasarkan dari hal yang terjadi dari suatu jasa yang diterima dan suatu jasa yang diharapkan. Konsumen dapat membandingkan nilai kualitas pelayanan dengan nilai kepuasan secara menyeluruh dalam kualitas pelayanan.<sup>31</sup> Menurut Sharma dan Petterson mengungkapkan bahwa, pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan dengan menggunakan ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapihan hasil.<sup>32</sup>
- a. Ketepatan waktu

---

<sup>30</sup> Asmara Indahingwati, *Kepuasa Konsumen dan Citra Intitusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*, (Surabaya: CV Jakad Media, 2019), Hal 29-30

<sup>31</sup> Wildan Sulaksana, *Pengariug Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center*, *Skripsi*, ( Yogyakarta, Universitas Dharma Yogyakarta, 2015), Hal 20

<sup>32</sup> Asmara Indahingwati, *Kepuasa Konsumen dan Citra Intitusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*, (Surabaya: CV Jakad Media, 2019), Hal 32

Ketepatan waktu adalah suatu proses kinerja yang berhasil dilakukan dengan waktu yang sudah ditentukan. Ketepatan waktu adalah faktor yang sangat penting dalam melakukan pekerjaan (*Time is money*). (*Time is money*) waktu adalah uang ini memiliki arti bahwa gunakanlah waktumu sebaik-baiknya.<sup>33</sup>

b. Kecepatan pelayanan

Kecepatan pelayanan merupakan seberapa cepat kinerja karyawan dalam melayani suatu konsumen. Kecepatan pelayanan yang digunakan oleh anggota perusahaan yang mengacuh pada sistem formal dan struktur yang bertujuan untuk menilai, mengukur dan mempengaruhi sifat-sifat yang berkaitan dengan pekerjaan.<sup>34</sup>

c. Kerapian hasil

Kerapian hasil merupakan suatu tataan, proses dan hasil akhir kinerja karyawan. Kerapian hasil adalah suatu bentuk hasil kinerja karyawan. Hasil kinerja karyawan suatu hal yang dapat mengembangkan suatu perusahaan. Kerapian hasil karyawan dapat dijadikan tolak ukur untuk melihat kualitas kinerja karyawan.<sup>35</sup>

---

<sup>33</sup> Zuhud Rozaki, *The Big 4 Life*, ( Yogyakarta: Elex Media Komputindo, 2011), Hal 122

<sup>34</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, ( Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), Hal 65

<sup>35</sup> Darmadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Kepala Sekolah Melejitkan Produktivitas*, (Yogyakarta: CV Budi Utama,2008 ),Hal 215

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ada dua jenis yaitu penelitian kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menjerumus ke penelitian kualitatif Penelitian dengan judul “*Strategi Pelayanan Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Jamaah Di PT. Arnimareka Perdana Surabaya*” menggunakan metode pendekatan kualitatif. Menurut Yusuf, Metode pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang dilakukan untuk mencari makna melalui beberapa cara tentang suatu fenomena yang bersifat alami dan holistik dengan mendahulukan kualitas serta disajikan secara naratif.<sup>36</sup> Menurut Sukmadinata pendekatan yang digunakan dalam suatu penelitian kualitatif ini adalah penelitian yang tidak menggunakan nominal angka atau di artikan dengan penelitian ilmiah yang menenkankan pada karakter ilmiah sumber data sedangkan penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang digunakan untuk mendekripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas social, sikap dan pemikiran rang secara individual maupun kelompok.<sup>37</sup>

##### **B. Lokasi Objek Penelitian**

Objek yang akan dituju dalam penelitian ini adalah Perum Kebonsari Regency Blok B No. 20, Kebonsari, Kec. Jambangan, Surabaya. PT. Arnimareka Perdana Surabaya adalah lembaga jasa yang menyediakan jasa perjalanan umroh dan haji. Lembaga ini menuntut serta membimbing jama'ahnya untuk menjalankan ibadah haji dan umrah yang sudah dijelaskan dalam ajaran islam menurut Al-Qur'an dan Sunnah. Arninareka Perdana

---

<sup>36</sup> A. Muri Yusuf, “*Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*”, (Jakarta: Kencana, 2017), Hal 329.

<sup>37</sup> Nana Syaodi Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), Hal 60

Surabaya adalah travel yang non formal yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang berkualitas sebagaimana yang akan di deskripsikan dalam hasil laporan penelitian ini. Dengan ini penulis menganggap lokasi ini sudah strategis-representatif untuk melakukan penelitian sesuai dengan judul penelitian.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

**Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu data primer dan data skunder:**

#### **1. Jenis Data**

Jenis-jenis penelitian ini merupakan studi kasus karena penelitian ini menggunakan pendekatan kualitas yang termaksud penelitian studi kasus yang hasil penelitiannya bersifat analisis dekriptif yaitu berupa tulisan dan lisan dari perilaku yang diamati terutama terkait dengan metode strategi pelayanan di PT. Arnimareka Perdana Surabaya.<sup>38</sup>

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang dapat berupa interview, observasi maupun menggunakan instrumen pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya yang sudah di rencanakan.
- b. Data sekunder merupakan data yang di dapatkan oleh peneliti dari sumber secara tidak langsung yang biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Ketepatan dan kecermatan informasi mengenai subyek dan variabel penelitian tergantung pada strategi dan alat pengambilan data yang dipergunakan.

---

<sup>38</sup> Lexi J, *Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), Hal. 2.

## 2. Sumber Data

Sumber data merupakan keterangan-keterangan dari berbagai hal yang dapat berupa sesuatu hal yang diketahui atau yang dianggap suatu fakta yang digambarkan berupa angka, simbol, kode, dan lain-lain. Data penelitian dapat dikumpulkan melalui instrumen pengumpulan data, observasi, wawancara maupun melalui data dokumentasi. Sumber data secara umum terbagi ke dalam dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder.

### **D. Tahapan-tahapan Penelitian**

#### 1. Tahapan Invention

Tahapan Invention ini merupakan tahapan pra lapangan, menurut Lexy Moleo mengatahkan dengan tahap orientasiitu menggunakan tahapan yang bertujuan untuk mendapatkan deskripsi secara global dari obyek penelitian dan selanjutnya menghasilkan rancangan penelitian. Dalam tahapan ini terdapat lima tahapan yang diidentifikasi oleh peneliti, yaitu: Menyusun kelengkapan sumber data penelitian. Menurut Lexy J. Moleong, tahap-tahap penelitian adalah sebagai berikut:<sup>39</sup>

##### a. Tahap pralapangan

Pada tahapan pra lapangan, ada beberapa kegiatan yang harus dilakukan oleh peneliti, yaitu:

- 1) Penyusunan rancangan penelitian
- 2) Pemilihan lapangan penelitian
- 3) Pengurusan perizinan
- 4) Penjajakan dan pemilihan lapangan
- 5) Pemilihan dan pemanfaatan informan
- 6) Penyiapan perlengkapan penelitian
- 7) Penggunaan etika penelitian

---

<sup>39</sup> Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), Hal. 127-148

### b. Tahapan Discovery

Tahapan Discovery merupakan tahapan eksplorasi secara umum dan berfokus sesuai dengan pokok permasalahan yang dipilih oleh pewawancara sebagai fokus penelitian.<sup>40</sup> Tahapan discoveri ini merupakan pekerjaan yang terdapat di lapangan di mana peneliti memasuki lapangan dengan melakukan interview, pengamatan, dan pengumpulan data serta dokumentasi. Setelah memperoleh data-data tersebut kemudian peneliti mencatat dengan cermat dan menganalisis data yang diperoleh dari lapangan secara intensif setelah memaksimalkan penelitiannya. Setelah tahap pralapanan terlampaui, maka tahap yang akan dilakukan selanjutnya adalah:

- 1) Memahami latar penelitian dan persiapan diri
- 2) Memasuki lapangan
- 3) Mempunyai peran-serta sambil mengumpulkan data

### c. Tahapan Explanation

Tahapan Explanation pada tahapan ini peneliti dapat memahami lagi isi seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber yaitu seperti wawancara, pengamatan, dan pengumpulan data serta dokumentasi. Setelah itu peneliti mengorganisir kembali hasil yang telah dipahami untuk dianalisis dengan mendiskripsikan data-data untuk mencari kesimpulan hasil penelitian tersebut. Setelah tahap lapangan terlampaui, maka tahap yang akan dilakukan selanjutnya adalah:

---

<sup>40</sup> Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitiannya dan Aplikasinya*, (Jakarta: Galia Indonesia, 2002) hal 82

- 1) Pengumpulan data
- 2) Transkrip data hasil wawancara
- 3) Reduksi, kategorisasi data, dan interpretasi data
- 4) *Coding* data
- 5) Penyesuaian dengan kekhasan dan tujuan jenis penelitian penelitian.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

**Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan tiga cara, yaitu:**

##### 1) Wawancara

Menurut Lexy J Moleong wawancara sebagai percakapan dengan maksud tertentu. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara percakapan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara dengan sumber informasi, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.<sup>41</sup> Wawancara menggunakan alat yang dinamakan "*interview guide*" atau paduan wawancara. Penelitian ini memilih wawancara sebagai teknik pengumpulan data, karena beberapa alasan.

Wawancara dapat secara langsung memberikan informasi yang dibutuhkan, karena pewawancara langsung menemui responden. Selain itu, wawancara juga dapat melengkapi situasi, apakah informasi yang diberikan itu informasi spontan atau sengaja diatur khusus untuk tujuan penelitian itu. Peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui:

- a) Untuk mengetahui beberapa program yang ditawarkan di PT. Arminareka Perdana Surabaya

---

<sup>41</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*, (Jakarta: Kencana, 2017), Hal. 372

- b) Untuk mengetahui penerapan cara menerapkan strategi-strategi diferensiasi di PT. Arminareka Perdana Surabaya.
- c) Informan yang akan diwawancara dalam penelitian ini adalah kepala , Staff, karyawan administrasi, jama'ah PT. Arminareka Perdana Surabaya

## 2). Observasi

Observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin aku yang tampak tersebut adalah perilaku yang dapat dilihat langsung oleh mata, dapat didengar, dapat diukur, dan dapat dihitung. Hal tersebut dikarenakan perilaku yang masih dalam bentuk kognisi, afeksi, atau intensi atau kecenderungan perilaku tidak dapat diobservasi.<sup>42</sup>

Observasi juga menggunakan paduan “*guidelines*” observasi. Penelitian ini memilih observasi sebagai teknik pengumpulan data karena data yang dikumpulkan melalui observasi cenderung mempunyai keandalan yang tinggi. Observasi juga dapat melihat langsung apa yang sedang dikerjakan oleh subjek hingga pada hal yang detail atau pekerjaan-pekerjaan rumit yang kadang-kadang sulit untuk diterangkan. Peneliti melakukan observasi untuk mengetahui strategi pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan jamaah di PT. Arminareka Surabaya.

Observasi akan dilakukan pada saat kegiatan bekerja di PT. Arminareka Surabaya sedang berlangsung. Observasi yang dilakukan adalah dengan mengamati kegiatan pengembangan SDM yang diterapkan oleh direktur kepada karyawan.

---

<sup>42</sup> Haris Herdiansyah, “*Metodelogi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*”, (Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2011), Hal. 132

### 3) Dokumentasi

Menurut Herdiansyah, Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang dilakukan dengan cara melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang telah dibuat oleh subjek sendiri atau dibuat oleh orang lain tentang subjek.<sup>43</sup> Alasan penelitian ini memilih dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data adalah untuk mencari informasi tentang penelitian yang tidak dapat diperoleh dari metode wawancara dan observasi atau untuk menambah informasi selain dari metode wawancara dan observasi.

## F. Teknik Validitas

Teknik Validasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan untuk mendapatkan data hasil penelitian yang lebih akurat dan kredibel.<sup>44</sup> Triangulasi dilakukan dengan menggunakan dua atau lebih sumber data. Hal tersebut dapat diumpamakan, seperti memverifikasi hasil interview kepada sumber lain tentang informasi yang sudah ada.

Dari hasil penelitian bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya menggunakan Strategi pelayanan yang bertujuan untuk memberikan suatu pelayanan yang bersifat jasa. Pelayanan jasa yang diberikan kepada jamaah adalah pelayanan yang baik dengan berbagai fasilitas Hotel yang berkelas dan berupa pelayanan sebelum keberangkatan meliputi membantu jamaah mengantarkan dokumen-dokumen, barang-barang perlengkapan ibadah haji dan umroh, menjemput dan mengantarkan jamaah melakukan pendaftaran vaksin.

---

<sup>43</sup> Haris Herdiansyah, “*Metodelogi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*”, (Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2011), Hal.143

<sup>44</sup> A. Muri Yusuf, “*Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*”, (Jakarta: Kencana, 2017), Hal. 395

PT Arminareka Perdana Surabaya juga memberikan pelayanan yang berupa menawarkan produk kesehatan untuk daya tahan tubuh waktu menunaikan ibadah Haji dan Umroh dan kecantikan yang halal tanpa wangi-wangian karena ketika beribadah Haji dan Umroh diharamkan memakai wangi-wangian.

### G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Dekriptif. Sehingga bersifat uraian dekripsi dari hasil wawancara yang dan dokumentasi dari lapangan. Analisis data merupakan tahap proses mengatur urutan data. Analisis memiliki tahapan yaitu mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategorisasi, dan uraian dasar. Menurut Cresswell yang dikutip oleh Herdiansyah, teknik analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:<sup>45</sup>

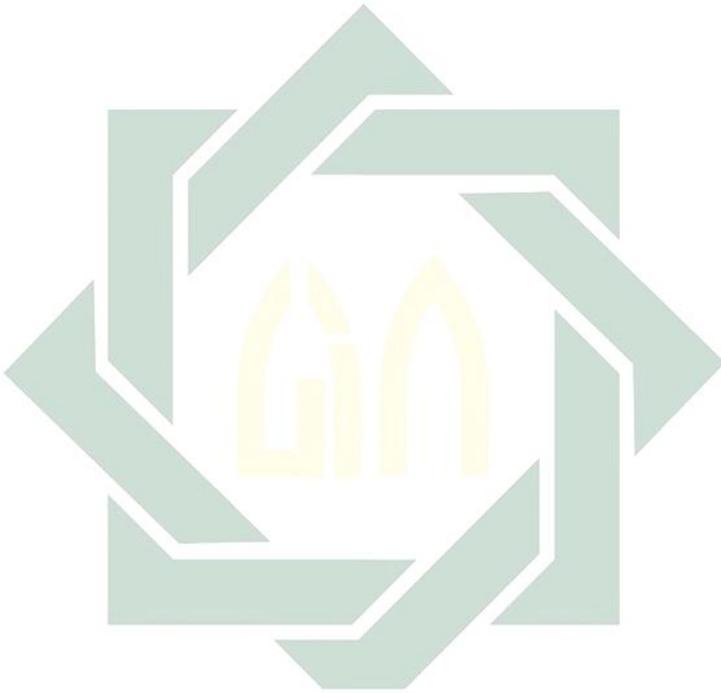
1. Analisis data kualitatif harus dilakukan secara simultan, yaitu dengan pengumpulan data hasil penelitian, interpretasi data, dan penulisan naratif lainnya.
2. Data hasil penelitian direduksi. Setelah direduksi menjadi pola-pola tertentu, peneliti melakukan kategorisasi data. Selanjutnya, peneliti melakukan interpretasi data dari hasil kategorisasi tersebut.
3. Setelah interpretasi data, peneliti merubah data ke dalam bentuk matriks. Matriks berisi kategori-kategori data, seperti kategori subjek, informan, lokasi, demografi, waktu, dan perbedaan kategori penelitian lainnya.
4. Setelah merubah data kedalam bentuk matriks, peneliti melakukan pengodean atau *coding*. Data yang sudah dirubah dalam bentuk kategori-kategori diberi kode.

Setelah melakukan pengodean, peneliti menyesuaikan dengan jenis penelitian yang dipilih. Masing-masing jenis penelitian

---

<sup>45</sup> Haris Herdiansyah, “*Metodelogi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*”, (Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2011), Hal. 161

memiliki kekhasan dan tujuan sendiri. Oleh karena itu, peneliti harus menyesuaikan hasil analisis data dengan kekhasan dan tujuan jenis penelitian yang telah ditentukan dalam penelitian.



## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Objek Peneleitian**

#### **1. Sejarah Perkembangan**

PT. Arminareka Perdana Surabaya, yang beralamat di Perumahan Kebonsari Regency Surabaya Blok B, Nomer 20. PT. Arminareka berdiri pada tahun 1990 di Kota Jakarta dengan berjalannya waktu dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah Haji dan Umroh, dengan mengutamakan pelayanan yang terbaik untuk kepuasanjamaah,usaha mengalami berkembang pesatnya usaha haji dan umroh dengan bertambahnya jamaah setiap tahun secara signifikan. Pada tahun 2010 brand PT. Arminareka Perdana Wisata dan kami memperluas usaha menjadi travel haji umroh yang memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan fasilitas yang bagus dalam ibadah ahaji Umroh dengan fasilitas Hotel bintang 4 dan 5 yang kawasannya pun dekat dekat dengan tujuan dan maskapainya juga yang brandnya bagus seperti Garuda Indonesia, Lion Air, tanpa *transet* .

Pada saat ini PT. Arminareka Surabaya membuat brand produk dan memasarkan paket perjalanan bisnis, wisata, hotel voucher dimana perusahaan mengadakan kerjasama dengan Biro Perjalanan, Hotel, Restaurant, Perusahaan, dan rental kendaraan. Pilar utama PT. Arminareka Surabaya dalam menyajikan paket perjalanan wisata atau ibadah adalah keamanan, keselamatan dan kenyamanan. Biro perjalanan PT. Arminareka Surabaya merancang sebuah konsep perjalanan yang tidak sekedar mengantar pelanggan ketujuan objek, tetapi bagaimana mereka mendapatkan pengalaman yang berharga,

senilai dengan biaya yang mereka keluarkan, baik dengan sasaran untuk mencapai kekhusyukan ibadah atau kepuasan yang didapatkan dalam merasakan kenyamanan sebuah transportasi, hotel dan dapat menikmati sebuah makanan yang telah dinikmatinya. PT. Arminareka Surabaya merupakan perusahaan yang didukung dan dikelola oleh pimpinan dan dibantu oleh staf-staf yang memiliki pengalaman dan kompetensi di bidangnya. PT. Arminareka Surabaya menawarkan total produk yang dimilikinya dan program paket jasanya.

PT. Arminareka Surabaya memiliki perbedaan tersendiri dibandingkan dengan Travel-travel yang lainnya yang sejenis karena PT. Arminareka Surabaya menawarkan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sesuai dengan visi misi sehingga kepuasan jamaah telah menjadi bagian kebanggaan untuk perusahaan ini. PT Arminareka Perdana Surabaya sudah berdiri sudah 9 tahun terakhir dapat dikategorikan berkembang pesat di Kota Surabaya. PT. Arminareka Surabaya mampu memberangkatakan jamaah setiap bulannya beberapa ribu jamaah umroh sehingga paket yang disediakan melampaui batas kuota.

## 2. **Visi dan Misi**

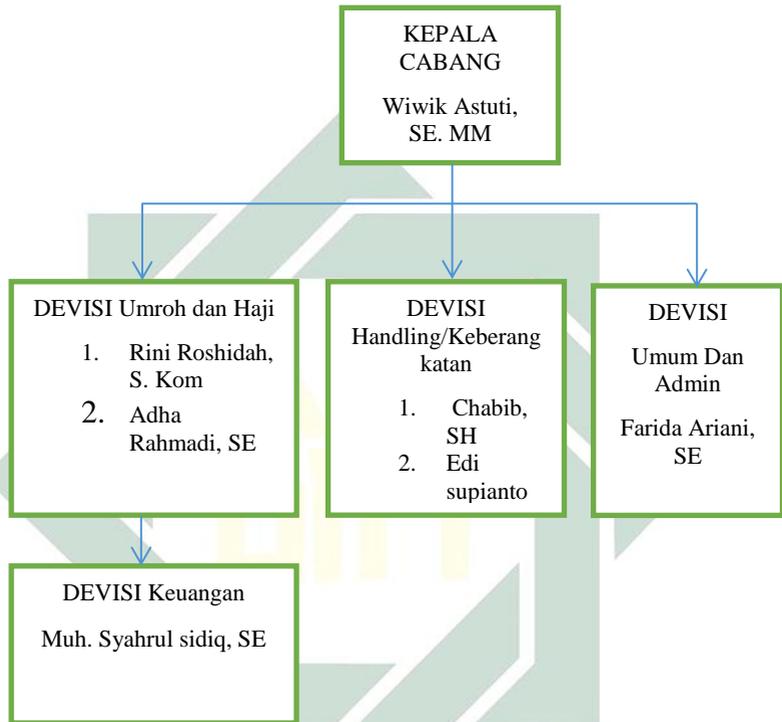
### a. Visi

Menjadikan PT. Arminareka Surabaya sebagai salah satu perjalanan terbaik yang mengedepankan kenyamanan dan kekhusyukan ibadah.

### b. Misi

- 1) Menghasilkan produk jasa layanan perjalanan yang mampu bersaing dipasar global dan mengutamakan kepentingan pelanggan.
- 2) Mengutamakan mutu tertinggi dan nilai yang unggul dalam setiap pelayanan

### 3. Struktur Organisasi PT. Arminareka Perdana Surabaya. Bagan Struktur Organisasi PT Arminareka Perdana Surabaya



#### B. Penyajian Data

Dalam penyajian data ini, peneliti dapat menggambarkan dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan, interview, wawancara dan dokumentasi untuk membantu keabsahan data atau kevalidan data yang disajikan. PT. Arminareka Surabaya mengetahui dan memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan jamaah, kemudian membuat produk sesuai yang dibutuhkan konsumen. Komunikasi melalui promosi

pun dilakukan dengan menggunakan media online dan kunjungan seminar.

### **1. Strategi Pelayanan**

Perusahaan umumnya memiliki suatu tujuan untuk menjadi lebih baik dan berkembang dalam waktu yang akan datang. Kesuksesan suatu perusahaan tergantung dalam beberapa faktor. Faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan sebuah perusahaan adalah kepuasan jamaah. Kepuasan jamaah juga dapat dipengaruhi oleh adanya Pelayanan yang baik. Hal ini yang diungkapkan oleh SDM di PT. Arminareka Perdana Surabaya:

“Pelayanannya kita semua itu sama, kita jelaskan di awal ya kalau kita kita jualan paket dengan harga sekian berangkat tanggal berapa dan dengan fasilitas apa itu sudah dijelaskan di awal dan itu kita memberikan bohong tidak ada yang namanya mengundur jadwal keberangkatan kita memberangkatkan jamaah tepat waktu”. (NR 1, 26 November 2019).<sup>46</sup>

Narasumber 1 itu mengungkapkan bahwa strategi pelayanan di berbagai travel haji umroh itu sama cuman yang membedakan itu bagaimana caranya seseorang tersebut untuk melayani para jamaah. Pelayanan yang diterapkan di PT Arminareka itu menjelaskan sistem yang sudah diterapkan di PT Arminareka mengenai keberangkatan dan fasilitas yang sudah disediakan.

“Kalau pelayanannya se tergantung individunya ya mbak, ehhh kita itu kalau melayani jamaah harus baik, dengan cara berperilaku baik, sopan sehingga

---

<sup>46</sup> Hasil wawancara dengan Narasumber 1 pada 26 November 2019

jamaah itu dapat nyaman sama kita” (NR 2, 26 November 2019)<sup>47</sup>

Narasumber 2 itu mengungkapkan bahwa pelayanan di PT Arminareka Surabaya itu tergantung personal karyawannya. Karyawan harus berperilaku baik dan sopan sehingga para jamaah nyaman.

“Pelayanan yang diterapkan di PT Arminareka Perdana Surabaya itu yang melayani dengan sopan dan baik aja mbak agar orang-orang suka sama pelayanan yang kita berikan”. (NR 3, 27 November 2019)<sup>48</sup>

Narasumber 3 itu mengungkapkan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan di PT Arminareka itu memberikan pelayanan yang baik dan sopan sehingga para jamaah menyukai pelayanan yang diberikan oleh SDM PT. Arminareka Perdana Surabaya.

“Pelayanannya kita semua itu sama, kita jelaskan di awal ya kalau kita kita jualan paket dengan harga sekian berangkat tanggal berapa dan dengan fasilitas apa itu sudah dijelaskan di awal dan itu kita memberikan bohong tidak ada yang namanya mengundur jadwal keberangkatan kita memberangkatkan jamaah tepat waktu”. (Narasumber 4, 29 november 2019).<sup>49</sup>

Narasumber 4 menungkapkan bahwa pelayanan di travel haji umroh itu sama saja sedangkan yang membedakan itu adalah program paket yang dijual dengan fasilitas yang berkualitas dan semuanya sudah dijelaskan mulai dari awal pendaftaran.

“Kalok pelayanan itu bersifat personal ya mbak, karena disini tidak menerapkan harus

---

<sup>47</sup> Hasil wawancara Narasumber 2 pada 26 November 2019

<sup>48</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

<sup>49</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

bagaimana-bagaimananya, ya tergantung saya bagaimana melayani jamaah agar jamaah itu jadi daftar kesini. Kita menjelaskan ke para jamaah itu sejujurnya dan dengan bahasa yang dapat menarik jamaah”. (NR 5, 27 November 2019)<sup>50</sup>

Narasumber 5 mengungkapkan bahwa strategi pelayanan untuk para jamaah itu bersifat personal karyawan. Karyawan harus mampu menjelaskan tentang program dan prodak yang disediakan agar dapat menarik menarik jamaah.

Dari narasumber 1, 2, 3, 4 dan 5 tersebut dapat disimpulkan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan yang baik sehingga dapat menarik seseorang konsumen yang dapat mengikuti dan bergabung dengan PT Armina Perdana Surabaya untuk melakukan keberangkatan untuk menunaikan ibadah haji atau umroh.

PT Arminareka Perdana Surabaya menggunakan strategi pelayanan yang terbaik kepada para jamaah. Strategi pelayanan yang diberikan kepada para jamaah. Pelayanan yang diberikan kepada para jamaah yaitu pelayanan yang baik berupa karyawan harus berpenampilan rapi sehingga para jamaah itu senang melihatnya dan memberikan sarana berkomunikasi yang baik.

#### **a. Bukti Fisik (Penampilan dan Sarana Komunikasi)**

“Emmm gimana ya kalau cara berpakaian seseorang tidak di haruskan begini begini cukup sopan dan menutup aurat gitu doang se mbak kalau untuk yang cewek, emmm kalau untuk yang cowok ya cukup sopan gitu aja se, disini itu dapet seragam tapi berupa kain jadi kita yang

---

<sup>50</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 27 November 2019

menentukan model bajunya itu, kalau masalah dianjurkan seh sebenarnya ndak cuman ya harus tertutup karena disinikan melayani bimbingan haji dan umroh ya mbak tau sendirikan”. (NR 1, 26 November 2019)<sup>51</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa pelayanan yang berupa penampilan fisik yaitu dengan cara berpakaian rapi dan sopan. Pakaian rapi dan sopan dikategorikan untuk yang cewek menutup aurat kalau untuk yang cowok harus sopan.

“Kita ada seragamnya mbak macamnya ada 3. Semuanya batik warna hitam, biru dan merah, ya kita pakek itu se kalau untuk berpakaian ya kalau cewek ya berjilbab sopannya ya kalau cowok ya hanya model kemeja tapi kita ya harus rapi mbak soalnya kita kan dituntut melayani para konsumen mangkanya dituntut harus rapi agar para konsumen itu senang”. (NR 3, 27 November 2019)<sup>52</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa pelayanan yang berupa penampilan fisik itu harus sopan dan disediakan 3 macam warna baju yang bertujuan untuk melayani para konsumen sehingga membuat para konsumen itu merasa puas dengan adanya pelayanan fisik yang diberikan tersebut.

“Emmmm gimana ya mbak kalau untuk cara berpakaian ya disini ada 3 baju untuk senin selasa merah, untuk rabu, kamis biru dan jumat, sabtu itu hitam, semua itu memang digunakan agar lebih formal agar terlihat rapi aja dan disisi lain

---

<sup>51</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

<sup>52</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

ehhhh untuk kepuasan para jamaah juga”. (NR 4, 27 November 2019)<sup>53</sup>

Narasumber 4 mengungkapkan bahwa pelayanan yang berupa penampilan fisik itu memang sudah peraturan dan bertujuan untuk memberikan kepuasan para jamaah.

Dari narasumber 1, 2 dan 3 tersebut dapat disimpulkan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan dengan cara berpakaian rapih dan sesuai dengan peraturan.

“Kalau untuk berkomunikasi ya kita kalau ada dikantor yang diberikan sarana informasi telpon mbak kalau dirumah ya pakek hp sendiri karena biasanya pelayanan jasa itu bekerjanya gak hanya dikantor saja tapi diluaran kantor kadang meskipun dikantor jamaah itu juga menelpon kita tanyak-tanyak melalui hp”. (NR 1, 23 November 2019)<sup>54</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa sarana komunikasi di PT Arminareka Surabaya mengungkapkan bahwa di kantor divasilitasi dengan adanya sarana komunikasi adalah telepon kantor kalau di luar jam kantor itu memakai telepon gengamnya masing-masing karyawan.

“Kalau untuk saya ya mbak saya memakai sarana komunikasi itu menggunakan hp karena semua itu cepat dengan menggunakan media *online*. Ngaksesnya juga cepat sehingga semuanya itu muda. (NR 2, 26 November 2019)<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

<sup>54</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

<sup>55</sup> Hasil wawancara Narasumber 2 pada 26 November 2019

Narasumber 2 mengungkapkan bahwa sarana komunikasi di PT Arminareka Perdana Surabaya mengungkapkan bahwa sara berkomunikasi itu menggunakan telepon genggamnya sendiri untuk sarana komunikasi.

“Emmmm sarana komunikasi si ya pakek hp sendiri dan pakek sarana computer kantor, kan sekarang canggih ni wa kan bisa dimasukkan di komputer ya kita jadi gampang untuk berkomunikasi dengan para jamaah meskipun kita tidak bawah hp ke kantor” (NR 3, 27 November 2019).<sup>56</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa sarana komunikasi di PT Arminareka Perdana Surabaya mengungkapkan bahwa menggunakan fasilitas kantor dan fasilitas hp sendiri untuk berkomunikasi dengan para jamaah.

Dari narasumber 1, 2 dan 3 tersebut dapat disimpulkan bahwa PT. Arminareka Perdana Surabaya sarana komunikasi karyawan menggunakan fasilitas kantor dan menggunakan fasilitas hp pribadi.

#### **b. Keandalan**

Keandalan merupakan kemampuan karyawan yang diberikan kepada konsumen dalam suatu pelayanan yang sudah dilakukan saat pertama. PT Armina Perdana Surabaya menggunakan kemampuannya untuk menarik para konsumen dalam menyampaikan produknya sesuatu dengan jadwal sudah janjikan

“ Ya kalau untuk merayu para konsumen ya itu seh mbak kita harus menjelaskan apa program kita apa yang kita tawarkan sejak awal semisal

---

<sup>56</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 26 November 2019

ini ya “hotelnya bintang 5 dan bintang 4 itu gak enak cas kalau penuh ya bisa ke bintang 5 gak enak cas , hotelnya dekat dengan makkah makananya prasmanan, fasilitasnya sesuai dengan harganya fasilitasnya yang bagus dan pelayanannya yang baik” sehingga jamaah itu tertarik dengan adanya itu”. (NR 1, 26 November 2019)<sup>57</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan Keandalan merupakan kemampuan karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya itu untuk menyampaikan informasi kepada jamaah itu dalam suatu pelayanan yang sudah dijelaskan pada awal pendaftaran.

“Ya kalau kita itu menjelaskan ya saat pertama kali jamaah itu tanya-tanya jadi bagaimana cara pendaftaran sampai kepulangan kita itu udah jelaskan disitu mbak sehingga jamaah mampu percaya dan memahami dengan apa yang kita jelaskan tersebut.” (NR 2, 26 November 2019).

Narasumber 2 mengungkapkan bahwa Keandalan merupakan kemampuan karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya itu untuk menyampaikan informasi kepada jamaah itu dalam suatu pelayanan yang sudah dijelaskan pada saat diawal sehingga para jamaah percaya dengan apa yang di jelaskan oleh karyawannya

“Emmmm kalau menjelaskan ya bagaimana ini itunya mbak kita juga harus menyakinkan para jamaah agar jamaah percaya dengan apa yang kita tawarkan terebut. Kita harus bisa menjelaskan itu semua agar jamaah tertarik mangkanya semua itu kita jelaskan diawal

---

<sup>57</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

bagaimana hotelnya, pesawatnya, makannya dan itu sudah kita jelaskan.” (NR 3, 27 November 2019)<sup>58</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan Keandalan merupakan kemampuan karyawan PT Armina Perdana Surabaya itu untuk menyampaikan informasi kepada jamaah itu dalam suatu pelayanan yang sudah dijelaskan pada saat diawal yang bertujuan agar para jamaah itu percaya.

“Ya bagaimana ya mbak agar membuat jamaah percaya itu ya kita harus merancang strateginya mulai dari awal mangkannya dengan cara itu kita menjelaskan semuanya mulai awal dan kita berani bertanggung jawab semisal ada kendala di pertengahan perjalanan.” (NR 4, 27 November 2019)

Narasumber 4 mengungkapkan Keandalan merupakan kemampuan karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya itu untuk menyampaikan informasi kepada jamaah itu dalam suatu pelayanan yang sudah dijelaskan pada saat diawal dan pihak PT Arminareka Perdana Surabaya bertanggung jawab dengan adanya masalah yang terjadi sehingga para jamaah itu percaya.

“Kalau untuk menjelaskan ya mbak atau menawarkan ya kita ungkapkan mulai dari pertama kita gak pernah berbohong jika ada ya bilang ada kalau gak ada kita menolak tapi kita sampaikan dengan baik-baik, dan semua itu kita jelaskan agar para jamaah tidak kecewa.”(NR 5, 27 November 2019)<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

<sup>59</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 27 November 2019

Narasumber 5 mengungkapkan Keandalan merupakan kemampuan karyawan PT Armina Perdana Surabaya itu untuk menyampaikan informasi kepada jamaah itu dijelaskan diawal bertujuan agar para jamaah mengerti dan memahami apa yang kita maksud dan agar jamaah tidak kecewah terhadap perlakuan karyawan.

Dari narasumber 1, 2, 3, 4 dan 5 tersebut dapat disimpulkan bahwa Keandalan karyawan PT. Arminareka Perdana Surabaya untuk menyampaikan informasi kepada jamaah dengan menjelaskan pada awal pendaftaran kepada jamaah bertujuan agar para jamaah mengerti.

### c. **Daya tanggap**

Daya tanggap merupakan perlakuan karyawan untuk melayani para jamaah dan membantu para jamaah. Daya tanggap adalah respon karyawan untuk membantu dan melayani apa yang diperlukan jamaah dengan cepat dalam hal melayani.

“Untuk membantu ya kita sini sinikan pelayanan ya tujuannya untuk membantu mbak, pelakuan kita harus baik kepada para jamaah semisal para jamaah ada keluh kesah kita harus menanggapi dengan baik” (NR 1, 26 November 2019)<sup>60</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa perlakuan karyawan dalam membantu jamaah itu dengan perlakuan yang baik kepada jamaah, contohnya seperti melayani jamaah yang mengalami masalah.

“Kalau melayani jamaah ya kita harus berbuat baik mbak karena dengan berperilaku baik itu ya membuat para jamaah itu senang dengan

---

<sup>60</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

perlakuan kita yang kita berikan”. (NR 2, 26 November 2019)<sup>61</sup>

Narasumber 2 mengungkapkan bahwa perlakuan karyawan dalam melayani jamaah itu dengan berbuat baik dan berperilaku baik sehingga membuat para jamaah itu senang dengan perlakuan yang diberikan oleh karyawan.

“Emmmm kalau untuk melayani jamaah ya kita memberikan pelayanan yang terbaik semisal mulai dari awal pendaftaran sampai akhir pendaftaran jamaah semisal ada kendala di tengah perjalanan terus jamaah membutuhkan bantuan ya kita wajib menolong karena disini kita jual pelayanan.” (NR 3, 27 November 2019)<sup>62</sup>

Narasumber 3 Narasumber 1 mengungkapkan bahwa perlakuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang terbaik di awal sampai di akhir dan kita siap memberikan pelayanan kepada para jamaah apabila ada masalah yang terjadi.

“Kalau untuk pelayanan ya kita memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh eh para jamaah si mbak.” (NR 4, 27 November 2019)<sup>63</sup>

Narasumber 4 mengungkapkan bahwa perlakuan karyawan dalam membantu jamaah berdasarkan apa yang dibutuhkan oleh para jamaah.

“Eee kalau untuk masalah pelayanan ya kita harus melayani para jamaah dengan baik dengan sopan dan dengan berbagai cara kita sendiri sehingga para jamaah itu nyaman dengan kita” (NR 5, 27 November 2019)<sup>64</sup>

---

<sup>61</sup> Hasil wawancara Narasumber 2 pada 26 November 2019

<sup>62</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

<sup>63</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

<sup>64</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 27 November 2019

Narasumber 5 mengungkapkan bahwa perlakuan karyawan dalam pelayanan yaitu dengan cara memberi pelayanan dengan baik yang membuat para jamaah itu nyaman.

Dari narasumber 1, 2, 3, 4 dan 5 tersebut dapat disimpulkan bahwa Keandalan karyawan PT. Arminareka Perdana Surabaya bahwa pelayanan karyawan dalam melayani jamaah dengan cara memberi pelayanan dengan baik yang membuat para jamaah itu senang.

#### **d. Jaminan**

Jaminan adalah cara perusahaan untuk menanam suatu kepercayaan terhadap konsumen. Perusahaan dalam menanam suatu kepercayaan itu dibutuhkan keahlian anggota di bidangnya.

“Kalau menanam kepercayaan para jamaah ya kita jelaskan apa yang kita tawarkan apa yang kita berikan menanam kepercayaan para jamaah ya itu produk apa saja, fasilitas apa saja dan kita berikan juga contoh para jamaah yang sudah pulang kita kasi tau ehhhh komentar-komentar para jamaah sehingga disitulah orang percaya dengan adanya beberapa hal tersebut”. (NR 3, 27 November 2019)<sup>65</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa jaminan yang diberikan kepada para jamaah berupa cara menanam kepercayaan kepada para jamaah itu dengan menjelaskan apa yang ditawarkan dengan berbagai fasilitas dan kita berikan contoh para jamaah yang sudah melakukan ibadah disana.

“Emmmm kalau untuk menanam kepercayaanya itu mbak kita menjelaskan bagaimana disananya

---

<sup>65</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

pulanginya kita memberi tahu sebetulnya bahwa memang PT Arminareka Perdana Surabaya itu memang memberikan fasilitas yang bagus dan para jamaahnya juga banyak” (NR 4, 27 November 2019)<sup>66</sup>

Narasumber 4 mengungkapkan bahwa jaminan yang diberikan kepada para jamaah berupa cara menanam kepercayaan kepada para jamaah itu dengan cara memberi tahu mulai awal ditanah air dan di tanah suci dan menjelaskan fasilitas apa saja yang kita berikan.

Dari narasumber 3 dan 4 tersebut dapat disimpulkan bahwa jaminan yang diberikan kepada para jamaah untuk menanamkan kepercayaan kepada para jamaah.

#### **e. Empati**

Empati merupakan suatu hal untuk berkomunikasi yang baik dengan konsumen, perhatian dan memahami kebutuhan konsumen.

“Kalau untuk bentuk empati kita kepada para jamaah ya itu mbak emmmmm biasanya kan para jamaah itu bingung atau gimana ya kita tanya apa ada yang perlu kita bantu pak bu kadang kan ada jamaah yang malu untuk bertanya maka dari itu kita samperin”. (NR 1, 27 November 2019)<sup>67</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa empati yang diberikan kepada para jamaah khususnya perhatian yang diberikan oleh karyawan itu di PT. Arminareka Perdana Surabaya itu kita berikan pelayanan yang ramah apabila ada para jamaah yang bingung dan kita memberikan bantuan yang diperlukan oleh para jamaah.

---

<sup>66</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

<sup>67</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

“Eeeee kalau empati saya kepada para jamaah itu ya dengan cara saya sendiri biasanya aku tanya butuh bantuan apa bu, karena kita disini membuat para jamaah senang.” (NR 3, 27 November 2019)<sup>68</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa empati yang diberikan kepada para jamaah khususnya perhatian yang diberikan oleh karyawan itu di PT. Arminareka Perdana Surabaya dengan berperilaku ramah dengan bertanya kepada para jamaah apabila para jamaah tersebut membutuhkan bantuan kepada para karyawan.

“Empati saya ya membantu para-para jamaah yang bingung karena mereka biasanya baru pertama ikut ya disitulah kita masuk untuk memperhatikan setiap jamaah tersebut.” (NR 5, 27 November 2019)<sup>69</sup>

Narasumber 5 mengungkapkan bahwa empati yang diberikan kepada para jamaah khususnya perhatian yang diberikan oleh karyawan itu di PT. Arminareka Perdana Surabaya membantu jamaah yang pertama kali mengikuti bimbingan haji dan umroh dan memberikan pelayanan yang dibutuhkan.

Dari narasumber 1, 3 dan 5 tersebut dapat disimpulkan bahwa empati yang diberikan kepada para jamaah yaitu berupa perhatian kepada para jamaah untuk membantu jamaah yang membutuhkan bantuan.

## **2. Pelayanan Jasa**

Menurut Tjiptono, strategi kualitas jasa atau layanan itu berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan jamaah dapat mencangcup beberapa hal, diantaranya:

---

<sup>68</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

<sup>69</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 27 November 2019

- a. Atribut layanan konsumen adalah penyampaian layanan dan itu harus tepat waktu dan akurat. Penyampaian layanan dengan tepat waktu dan akurat dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

“Emm kalau masalah atribut barang keperluan haji umroh atau dokumen-dokumen seh tergantung orangnya, ehhh kalau orangnya rumahnya dekat kadang mengambil sendiri kesini kalau rumahnya jauh ya kita paketkan tapi kena biaya ongkir dan jamaah, ehhhh tergantung apa yang diminta oleh para jamaah”. (NR 1, 26 November 2019).<sup>70</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa melayani dengan pemberian atribut barang keperluan haji umroh itu menurut permintaan jamaah mau diantarkan atau diambil sendiri, jika ingin diantarkan atau dipaketkan, maka akan membayar ongkir pengiriman barang tersebut.

“Kalau untuk barang ya kita biasanya mengambil kadang ada jamaah yang repot minta diambilkan dan biasanya diambil kerumah saya dan kadang yang minta dipaketkan, kalau stok seh kita harus menunggu dulu mbak biasanya kadang ya *ready* kadang gak”. (NR 2, 26 November 2019).<sup>71</sup>

Narasumber 2 mengungkapkan bahwa melayani dengan pemberian atribut barang keperluan haji umroh itu menurut permintaan jamaah mau diantarkan atau diambil sendiri di rumah pihak marketing, dan stok barang tidak selalu ada.

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

<sup>71</sup> Hasil wawancara Narasumber 2 pada 26 November 2019

“Kalau ada barang ya pihak jamaah kita hubungi mereka mau mengambil atau diantar biasanya kalau untuk barang atau dokumen itu biasanya diurus oleh para bagian marketingnya biasanya marketingnya mengambil kesini bersama jamaah kadang ya jamaahnya sendiri yang kesini dan kadang ya minta di paketkan barangnya kalau orangnya itu sibuk eeeee jadi gak bisa mengambil sendiri”. (NR 3, 27 November 2019).<sup>72</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa melayani dengan pemberian atribut barang keperluan haji umroh itu menurut permintaan jamaah mau diantarkan atau mengambil sendiri.

“Kalau untuk barang kita gak setiap waktu *ready*, kita harus pesan terlebih dahulu, makanya biasanya kalau ada barangnya ya kita lansung ngomong kalau gak ada yang kita suruh menunggu dulu mbak, kalau untuk mengambil ya biasanya itu diambil tapi kebanyakan minta untuk dipaketkan kadang ya di ambil oleh pihak marketingnya, jarang jamaah yang mengambil barangnya sendiri”. (NR 4, 27 November 2019).<sup>73</sup>

Narasumber 4 mengungkapkan bahwa melayani dengan pemberian atribut barang keperluan haji umroh itu menurut permintaan jamaah, diambilkan oleh pihak marketing dan lansung diantarkan. Stok barang tidak selalu ada dan harus pesen terlebih dahulu.

---

<sup>72</sup>Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

<sup>73</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

“Eeehh untuk adanya barang ya gak selalu ada kita harus menunggu dulu biasanya baru kalau sudah ada ya kita dihubungi baru kita yang mengambil karena itu sebagian dari tanggung jawab kami untuk melayani para jamaah”. (NR 5, 27 November 2019).<sup>74</sup>

Narasumber 5 mengungkapkan bahwa melayani dengan pemberian atribut barang keperluan haji umroh stok barangnya tidak selalu ada dan harus menunggu *ready*. Pihak marketing yang mengambil atribut barang keperluan ibadah haji umroh.

Dari narasumber 1, 2, 3, 4 dan 5 tersebut dapat disimpulkan bahwa PT. Arminareka Perdana Surabaya melayani para jamaah dalam hal mengirimkan atribut dengan mengantarkan atribut ke rumah masing-masing para jamaah.

b. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa pelayanan merupakan aspek penting yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu berupa menerapkan penawaran program dan produk yang dimiliki.

PT. Arminareka Perdana Surabaya menawarkan program paket perjalanan haji dan umroh dan produk yang dimilikinya. Program paket yang ditawarkan yaitu bermacam-macam.

1) Program haji dan umroh

“Paket umroh kita banyak mbak , tergantung si ininya si konsumennya, kalau kita kalok paket umroh itu ada paket umroh 9 hari, 10 hari, dan 13 hari itupun juga “masing-masing maskapai ada yang Saudi ada lion ada yang

---

<sup>74</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 27 November 2019

garuda dan biasanya jamaah yang memboking atau menentukan tanggal pemberangkatan melalui pesyiar baitullah atau marketing, kalau paket haji plusnya itu 5 sampai 7 tahun kalau haji furodah itu eh 1 tahun bisa berangkat, Harganya sekitar 250 juta kalau gak salah, kalau yang plusnya kita 150 kalau yang tahun-tahun kemaren”.( NR 1, 26 November 2019)<sup>75</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa Program paket yang di tawarkan oleh PT Arminareka Perdana Surabaya itu paket umroh 9,10 dan 13 hari itu juga maskapainya Saudi, Lion Air, Garuda sesuai permintaan jamaah. Jamaah harus memboking tanggal keberangkatan melalui tim marketing. Program paket haji plus jangka waktu tungguanya 5-7 dengan biaya 150 juta sedangkan haji furodah jangka waktu tungguanya 1 tahun dengan biaya 250 juta.

“Kalau umroh itu mbak, paket itukan hari ya ada beberapa paket kalau Saudi ada 3 paket 9 hari, 10 hari, dan 13 hari itu kalau maskapainya Saudi, 9 hari, 10 hari, dan 13 hari Saudi juga terbagi 9 hari turun madina ada yang turun jeddah jadi Surabaya langsung turunnya Jeddah dan madinah kita tidak jualan kalau garuda kita ada peket 9 hari itu turunnya jeddah terus kalau lion kita paket lion itu ada 9 sama 13 hari, itu dari Surabaya langsung Jeddah. (NR 2, 27 November 2019)<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

<sup>76</sup> Hasil wawancara Narasumber 2 pada 27 November 2019

Narasumber 2 mengungkapkan bahwa Program paket yang di tawarkan oleh PT Arminareka Perdana Surabaya itu paket Saudi ada 9,10 dan 13 hari tujuan di Madina dan turun di Jeddah berangkat mulai dari Surabaya tanpa *transet* dan ada paket Garuda ada 9 tujuan di Jeddah sedangkan Lion Air ada 9 dan 13 hari Surabaya Jeddah tanpa *Transet*.

“di Arminareka Perdana Surabaya itu menawarkan haji plus dan furodah dan kalok umroh itu kita menawarkan.

“kita tidak mewarkan haji reguler kita hanya menawarkan haji plus, kalau kita menjual haji plus 5 tahun masa tunggunya kalok furodah baru sekarang ini diperbolehkan, furodah itu gak pakek antri 1 tahun asalkan bisa membayar 250 juta berangkat gak pakek antrian tapi sekian bisa lebih bisa 300 juta tergantung travelnya”. (NR 3, 27 November 2019).<sup>77</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya menawarkan program paket haji plus dengan masa tunggu 5 tahun sedangkan haji furodah masa tunggunya 1 tahun dengan harga 250 juta.

“itu haji ada 2 macam haji plus yang ditunggu 6-7 tahun itu dan haji furodah yang nunggu 1 tahun 250 juta itu, kalau umroh ada paket 9 hari 10 hari, dan 13 hari, pesawatnya ada pesawat garuda ada lion minta yang berapa hari dan minta pesawat apa itu biasanya yang

---

<sup>77</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

ditawarkan ke jamaah”. (NR 4, 27 November 2019)<sup>78</sup>

Narasumber 4 mengungkapkan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya menjual program paket haji 2 macam yaitu haji plus dengan masa tungguanya 6-7 tahun dan furodah dengan harga 250 juta masa tungguanya hanya 1 tahun sedangkan paket umroh ada 9, 10 dan 13 hari dan dengan fasilitas pesawat Garuda, Lion Air paket itu semua yang ditawarkan kepada jamaah.

Kesimpulan dari Narasumber 1,3, dan 4 mengungkapkan bahwa program paket yang ditawarkan oleh PT Arminareka Perdana Surabaya itu paket umroh itu 9,10 dan 13 hari dan dengan maskapai Garuda, Lion Air. Maskapai dan tanggal keberangkatan sesuai dengan permintaan jamaah, sedangkan yang program paket haji itu PT Arminareka Perdana Surabaya hanya menjual paket Haji plus yang masa tungguanya hanya 5-7 tahun dengan dan Haji Furodah yang masa tungguanya hanya 1 tahun dengan harga 250 juta.

## 2) Produk

PT Arminareka tidak hanya menawarkan program paket yang berupa jasa pelayanan ibadah haji dan umroh tetapi juga menjual produk yang dibutuhkan dalam ibadah haji. Produk yang memang dibuat khusus untuk ibadah haji dan umroh. produk ini punya PT Arminareka pamasya dan ini satu PT sama PT Armina.

“ehhh gini kita sekarang , ini salah satu dari anak nya armina reka perdana itu ada anak nya yaitu armina reka pamasya eh armina

---

<sup>78</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

daiy sekarang namanya dulu armina reka parmasya pratama sekaang berubah namanya menjadi armina reka dayli nah disitu kita menjual prodak-prodak skincare , deodorant, dan contohnya skin carenya itu sebenarnya bisa untuk umum dan bisa saja untuk umroh dan scincarenya tidak mengandung harum dan wangi wangi misalkan umroh kan gak bolehkan ya mbak pakek wangi-wangian kalau misalkan uda ada ambil ihrom , itukan kita gak boleh kena wangi-wangian kenak apa itu gak boleh itu yang halal dipakai tapi semisalkan gak umrohpun prodak itupun juga bagus dan itu juga ada prodak kesehatan ada yang namanya red coffe, propolis kemudian ada pasta gigi ada sabun kecantikan juga kayak gitu”. ( NR 1,26 November 2019)<sup>79</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa PT. Arminareka Perdana Surabaya itu menjual prodak milik Arminareka Parmasya Pratama yang dibutuhkan oleh jamaah haji dan umroh yaitu produk kesehatan dan produk kecantikan. Produk kecantikan contohnya deodorant, sabun kecantikan dan scicare yang tidak mengandung wangi-wangian karena wangi-wangian itu itu tidak diperbolehkan, sedangkan prduk kesehatannya itu *red coffe*, propolis dan pasta gigi.

“oh prodak, kalau prodak itu mbak arminareka itu ehhe mempunyai pt lain namanya itu arminareka pamasya pratama dan jualannya skincare yang halal untuk

---

<sup>79</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26, November 2019

ibadah umroh dan haji kayak kerudung kayak macam macam penak penik”. (NR 3, 27 November 2019).<sup>80</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa Prodak yang di jual oleh PT Arminareka Surabaya itu prodaknya PT Armina Pamasya Pratama. Produk yang dijual adalah *scincare* yang halal untuk ibadah haji, kerudung dan asesoris.

“supaya para leader lebih semangat armina buka usaha dan kalau disanakan gak boleh pakek wangi wangi jadi yang dijual deodoran atau scin care yang tanpah parfum dan ada prodak untuk kesehatan seperti kopi propolis” ( NR 4, 27 November 2019)<sup>81</sup>

Narasumber 4 mengungkapkan bahwa Prodak yang di jual oleh PT Arminareka Surabaya itu memiliki tujuan agar para marketing semakin semangat untuk memasarkan prodak-prodak yang dibutuhkan oleh para jamaah. PT Arminareka menjual prodak kecantikan yaitu deodorant dan skincare tanpah parfum, sedangkan prodak kesehatan yaitu kopi dan propolis.

Kesimpulan dari Narasumber 1,3, 4 mengatahkan bahwa PT Arminareka juga menjual beberapa Produk yang memang di buat khusu untuk ibadah haji seperti Deodoran, skincare yang tidak berbau harum dan produk kesehatan, dan minuman, dan memnaag dibuat untuk kebutuhan jamaah. Prodak yang dijual di PT Arminareka itu dibuat oleh PT

---

<sup>80</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

<sup>81</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

Armina Pamasya yang memang se sama PT Arminareka perdana.

3. Sistem umpan balik merupakan system umpan balik yang bertujuan untuk kualitas pelayanan. Umpan balik diperlukan untuk evaluasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas perusahaan seperti jasa perusahaan dan jasa pesaing.

Perusahaan dalam mengevaluasi perbaikan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas perusahaan. Perusahaan menggunakan system umpan balik. Sistem umpan balik yang memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

“kalau sama pihak bank si kita kerja samanya sama BANK BNI Syariah untuk dana pembiayaan jadi nanti ehh sama si umroh dulu bayarnya nanti itu ada tapi mereka bayarnya dibank”. (NR 1, 26 November 2019)<sup>82</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa PT Arminareka juga bekerja sama dengan pihak BANK BNI Syariah kalau untuk pembiayaan jadi jamaah membayar ke BANK BNI Syariah.

“kalok transaksinya kita udah lama pakek bank kalok untuk pembiayaanya kita baru karena direktur kita itu harus begitu dan kita tidak mau yang banyak yang berbunga-bunga jadi sekarang ini lagi ini mbak pembiayaan jadi sekarang bayar cuman 5 juta bisa umroh bisa umroh sampai pulangnya kalau kita gak bisa kalau untuk kerja sama dengan bank pasti kerja sama karena disini itu tidak menerima uang semua

---

<sup>82</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

harus transfer ke rekening arminareka”. (NR 2, 26 November 2019).<sup>83</sup>

Narasumber 2 mengungkapkan bahwa PT. Arminareka Perdana Surabaya juga bekerja sama dengan pihak BANK kalau transaksi pembayaran dan sistem dana talangan jadi bayar id bank 5 juta dan bisa berangkat umroh dan selanjutnya membayar di pihak banknya.

“iya sini juga bekerjasama oleh pihak bank BNI syariah, iya kalau mau umrohnya cicilan ya dp berapa dulu teros baru nyicil, pulang umroh baru nyecel sekitar 800 perbulan dan kalau BNI syariah kan tanpah bunga”. (NR 3, 27 November 2019).<sup>84</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya juga bekerja sama dengan pihak BANK BNI Syariah dengan menggunakan sistem dana talangan menggunakan pihak BANK BNI Syariah. Jamaah jika ingin berangkat umroh maka jamaah nanti ditalangin oleh pihak BANK BNI Syariah lalu setiap bulan jamaah akan membayar cicilan umroh ke pihak BANK BNI Syariah sebesar 800 ribu.

Kesimpulan dari Narasumber 1,2 dan 3 mengatahkan bahwah PT Arminareka Perdana Surabaya bekerja sama dengan pihak BANK BNI Syariah dalam transaksi pembayaran.

4. Proses implementasi yang sebagaimana manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan tingkat layanan konsumen sebagai kebijakan suatu

---

<sup>83</sup>Hasil wawancara Narasumber 2 pada 26 November 2019

<sup>84</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

perusahaan. Kebijakan suatu konsumen dilakukan berdasarkan peraturan yang sudah rancang.

“kalau dari sini kita menghubungi keluarganya bahwa keluarganya meninggal dunia kalau keluarganya sudah mengetahui berita itu dan kita uruskan semua, kita mintakan surat persetujuan kalau jamaah ini harus dimakamkan disana kan gitu kalau misalkan mau dibawah pulang kayaknya kan gak boleh sama maskapainya mbak jasa memang harus dimakamkan disana”. (NR 1, 26 November 2019)<sup>85</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa jika ada jamaah yang meninggal maka petugas PT Arminareka Perdana Surabaya menghubungi keluarga jamaah dan mengurus surat persetujuan pemakaman di tanah suci dan jika dibawa pulang tidak boleh karena sudah kebijakan Negara Arab Saudi.

“kalau jamaah meninggal disana tidak akan dipulangkan, harus dimakamkan disana, semisal kalau keluarganya minta dipulangkan ya keluarganya yang harus menanggung biayanya kan itu prosesnya juga susah mbak gak bisa segampang itu, kalau meninggal ya sudah dimakamn di tanah suci, kalok mau ini ya bukan travel yang menanggung tapi keluarganya sendiri kalau masalahnya sakit kita bertanggung jawab menanggung semua biaya

---

<sup>85</sup> Hasil Wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

perawatan disana dan biaya transportnya”.  
( NR 2, 26 November 2019) <sup>86</sup>

Narasumber 2 mengungkapkan bahwa jika ada jamaah yang meninggal disana harus dimakan di tanah suci. Jika keluarganya minta dibawah pulang maka keluarga sendiri yang harus menanggung biayanya semua karena pengurusannya susah dan kalau orang sakit itu pihak PT. Arminareka Perdana Suroboyo masih tanggung jawab menanggung biaya rumah sakit dan pesawatnya.

“Ya dimakamkan disana mbak soalnya rata-rata itu dimakamkan disana dan juga memang sudah prosedurnya kayak gitu mbak. (NR 3, 27 November 2019)<sup>87</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa jika ada jamaah yang meninggal disana, maka harus dimakamkan disana karena sudah kebijakan Negara Arab Saudi.

Kesimpulan dari Narasumber 1, 2 dan 3 menungkapkan bahwa jika ada jamaah yang meninggal waktu beribah haji dan umroh itu harus di makamkan di tanah suci karena sudah kebijakan Negara Arab Saudi.

### **3. Faktor-faktor kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen diciptakan adanya kualitas pelayanan, pelayanan konsumen dan harga dan dapat didefinisikan dalam hal berikut:

#### **a. Kualitas**

Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelanggan akan mendorong para

---

<sup>86</sup> Hasil Wawancara Narasumber 2 pada 26 November 2019

<sup>87</sup> Hasil Wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

konsumen untuk menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan.

Perusahaan yang berkembang pesat umumnya mempunyai keunggulan yang berkualitas. Kualitas suatu perusahaan membuat para konsumen atau jamaah dapat mempercayai suatu perusahaan tersebut.

“Hotelnnya bintang 5 dan bintang 4 itu gak kenak cas kalau penuh ya bisa ke bintang 5 gak kenak cas, hotelnya dekat dengan makkah makananya prasmanan, fasilitasnya sesuai dengan harganya fasilitasnya yang bagus dan pelayanannya yang baik”. (NR 3, 27 November 2019)<sup>88</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan layanan yang berkualitas berupa fasilitas hotel bintang 5 dan bintang 4 dan bila ada kesalahan dari pihak hotel maka akan ditanggung oleh pihak PT Armina Perdana Surabaya. Fasilitas hotel yang bagus dan juga menggunakan hotel yang dekat dengan makkah.

“Kualitas pelayannya baik, sebenarnya itu sama cuman kita ini sudah dipercaya karena jamaah kita itu eeee banyak itu aja, karena para jamaah sudah mengetahui kualitas dan fasilitas yang kita berikan kepada jamaah”. (NR 5, 27 November 2019).<sup>89</sup>

Narasumber 5 mengungkapkan bahwa PT. Arminareka Perdana Surabaya kualitasnya banyak dan fasilitasnya bagus sehingga dipercaya oleh para jamaah.

Kesimpulan dari Narasumber 3 dan 5 mengatakan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik dan berfasilitas.

---

<sup>88</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

<sup>89</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 27 November 2019

b. Pelayanan konsumen

Pelayanan konsumen adalah memberikan bantuan dan menjawab pertanyaan konsumen, keluhan konsumen mengenai suatu produk dan jasa dengan adanya ketidakpuasan konsumen tetapi hal itu akan dipecahkan oleh para karyawan.

“kalau misalkan diluar jam kerja, kalau untuk ketemu si kalau dari saya sendiri ehhhh kemungkinan si saya menolak tapi misalkan by phone atau wa masih saya layani”. (NR 1, 26 November 2019)<sup>90</sup>

Narasumber 1 mengungkapkan bahwa di luar jam operasinal tidak memberikan pelayanan untuk bertemu hanya memberikan pelayanan lewat via telpon atau via online.

“insyaallah melayani, saya itu mbak kalau hp saya gak mati bisa melayani itu kelebihan orang orang PT. Arminareka Perdana Surabaya, kalau untuk bertemu selama tidak berbenturan pasti kita layani kalau kita sudah berbenturan sudah ada janji sama orang lain pasti kita alihkan” (NR 3, 27 November 2019)<sup>91</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa di luar jam operasional memberikan pelayanan via telpon dan memberikan pelayanan semisal tidak ada halangan apabila jamaah ingin bertemu.

“iya disinikan ada jam kerjanya kalau lewat wa saya jawabin, ya kalau misale tau saya ya saya layani misale temen tanyak ya saya jawab asalkan kalau kenal saya”. (NR 4, 27 November 2019)<sup>92</sup>

<sup>90</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

<sup>91</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

<sup>92</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

Narasumber 4 mengungkapkan bahwa di luar jam operasional memberikan pelayanan melalui via telpon dan memberikan pelayanan apabila jamaah ingin bertemu dan itu berlaku bagi jamaah yang dikenalnya. Kesimpulan dari Narasumber 1,3 dan 4 mengatahkan bahwa karyawan PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan yang berupa memberi pelayanan dengan baik di luar jam operasional.

c. Nilai

Nilai adalah sesuatu gambaran mengenai suatu hal yang diinginkan. Nilai digunakan dalam kesepakatan dua pihak dalam menentukan keputusan di akhir. Hal yang paling diperlukan dalam memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan jual beli. Konsumen kan memilih produk atau jasa dalam penawaran untuk mendapatkan harga yang rendah.

PT Arminareka Perdana Surabaya menawarkan berbagai program-program paket haji dan umroh dengan harga yang berbeda-beda

“yang murah sama mahal ehhh kalau dari perbedaannya ya 1 dari maskapainya, yang ke 2 dari lamanya hari dan yang ke 3 dari hotel dan fasilitasnya, jadi gitu” (NR 1, 26 November 2019).<sup>93</sup>

Narasumber 1 menyebutkan bahwa yang membedakan paket murah dengan paket mahal itu dari pesatwatnya, paket hari keberadaan ditanah sucinya, hotel dan fasilitas. Paket dengan harga murah dan mahal itu memiliki beberapa perbedaan dari maskapai atau

---

<sup>93</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 26 November 2019

<sup>93</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 27 November 2019

<sup>93</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 27 November 2019

memakai brand pesawat yang disediakan, hari keberadaan ditanah suci dan fasilitas hotelnya.

“iya dari fasilitas, kalau jualan paket kalau kita itu memang jualannya bintang 4 dan bintang 5 mbak tapi kalau masalah turun madinah atau turun jedah dan dari pesawatnya dan turun mana”. (NR 3, 27 November 2019).<sup>94</sup>

Narasumber 3 mengungkapkan bahwa program yang disediakan oleh Arminareka Perdana Surabaya yang memiliki perbedaan dari mulai harga yang murah sampai harga yang mahal yang membedakan itu adalah dari fasilitas yang diberikan dan dari tingkatan hotel dan titik tujuan di kota Jeddah atau Madinah.

“Ya dari fasilitasnya mbak seperti berapa hari, fasilitas hotel dan pesawatnya itu aja si yang membedakan antara harga murah dan harga mahal (NR 4, 27 November 2019).<sup>95</sup>

Narasumber 4 Mengungkapkan bahwa yang membedakan mulai, dari harga murah dan mahal yaitu dari beberapa fasilitas hotel yang di berikan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya.

Kesimpulan dari narasumber 1, 3 dan 4 mengatahkan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya bahwa hal yang membedakan dari berbagai program yang ditawarkan dimulai dari harga murah dan harga mahal yaitu dari maskapai yang berbeda dan dari fasilitas hotel yang diberikkan oleh pihak PT. Arminareka Perdana Surabaya.

#### **4. Pengukuran Kualitas Pelayanan**

---

Menurut Sharma dan Petterson mengungkapkan bahwa, pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan dengan menggunakan ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapihan hasil.<sup>96</sup>

a. Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu merupakan suatu faktor yang sangat penting dalam kelancaran suatu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan diukur dengan adanya ketepatan waktu yang efektif.<sup>97</sup>

“kalau untuk ketepatan waktu itu apa ya mbak, kalau untuk ketepatan waktu dalam bekerja atau melayani para jamaah kita langsung mengerjakan apa yang di suru ibu wiwik se mbak *detlinenya* kapan kita langsung mnegrjakan.” (NR 1, 31 Desember 2019).<sup>98</sup>

Narasumber 1 Mengungkapkan bahwa karyawan PT. Arminareka Perdana Surabaya untuk ketepatan waktu dalam melayani jamaah tepat waktu dan memberikan pelayanan yang baik.

“emmmm kalau ketepatan waktu dalam melayani jamaah ya itu mbak tergantung jamaahnya kalau memang jamaahnya pembayarannya cepat gak ada kendala ya kita langsung melayaninya langsung.” NR 2, 31 Desember 2019).<sup>99</sup>

---

<sup>96</sup> Asmara Indahingwati, *Kepuasa Konsumen dan Citra Intitusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*, (Surabaya: CV Jakad Media, 2019), Hal 32

<sup>97</sup> Keses Bertens, *Seketsa-seketsa Moral: 50 Esai tentang Masalah Aktual*, (KaNisius), Hal 151

<sup>98</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 31 Desember 2019

<sup>99</sup> Hasil wawancara Narasumber 2 pada 31 Desember 2019

Narasumber 2 Mengungkapkan bahwa karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya untuk ketepatan waktu dalam melayani jamaah itu sesuai dengan jamaahnya sendiri dan memberikan pelayanan.

“ gimana ya mbak hehehehe kalau untuk kepetan waktu itu tidak bisa dikatakan karena itu juga membutuhkan proses yang maksimal dalam pelayanan, ya kalau kita juga pingin cepet tapi biasanya juga ada kendala sampai menghambat proses pelayanan jamaah mau gimna lagi.” (NR 3, 31 Desember 2019).<sup>100</sup>

Narasumber 3 Mengungkapkan bahwa karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya untuk ketepatan waktu dalam melayani jamaah memberikan pelayanan dengan baik dan maksimal bila tidak ada kendala yang terjadi.

“Ketepatan waktu ya kita selalu tepat waktu dalam bekerja mbak, semisal ibu wiwik nyuru kita cepat mengerjakan ya lansung kita kerjakan. Ketepatan waktu dalam bekerja dan dalam melayani jamaah ya kita juga tepat waktu soalnya lansung kita proses mbak.” (NR 4, 31 Desember 2019).<sup>101</sup>

Narasumber 4 Mengungkapkan bahwa karyawan PT. Arminareka Perdana Surabaya untuk ketepatan waktu dalam melayani jamaah tepat waktu dan memberikan pelayanan yang baik sesuai arahan pimpinan.

---

<sup>100</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 31 Desember 2019

<sup>101</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 31 Desember 2019

“Ketepatan waktu dalam bekerja ya tepat si tapi kadang-kadang ada masalah-masalah yang terjadi. Kita ya antisipasi juga mbak mangkanya kitta bekerja msemaksimal mungkin dalam melayani para jamaah. Kadang juga ada para jamaah yang rewel banyak maunya.” (NR 5, 31 Desember 2019).<sup>102</sup>

Narasumber 5 Mengungkapkan bahwa karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya untuk ketepatan waktu dalam melayani jamaah tepat waktu dan memberikan pelayanan yang baik.

Kesimpulan dari narasumber 1, 2, 3, 4 dan 5 mengatahkan bahwa PT Arminareka Perdana Surabaya bahwa ketepatan waktu karyawan dalam melayani para jamaah yaitu dengan baik dan tepat waktu.

b. Kecepatan Pelayanan

Kecepatan pelayanan merupakan target waktu pelayanan yang dapta diselesaikan dalam waktu yang diinginkan.<sup>103</sup>

“Kalau untuk kecepatan si kita semaksimal mungkin dalam bekerja ni mbak dan kita mengutamakan para jamaah kadang kita itu sampai lembur-lembur.” (NR 1, 31 Desember 2019).<sup>104</sup>

Narasumber 1 Mengungkapkan bahwa karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan kecepatan dalam pelayanan itu memberikan

<sup>102</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 31 Desember 2019

<sup>103</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, ( Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), Hal 66

<sup>104</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 31 Desember 2019

pelayanan dengan maksimal dengan tujuan mengutamakan para jamaah.

“Emmm kalau untuk cepat si gimana ya mbak gita si nyantai tapi ya selesai kalau untuk ngurusi dengan cepat-cepat nanti ya salah soalnya harus teliti juga dalam meneliti dokumen-dokumen mbak.” (NR 2, 31 Desember 2019).<sup>105</sup>

Narasumber 2 Mengungkapkan bahwa karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan kecepatan dalam pelayanan itu memberikan pelayanan baik secara teliti.

“Eeeee kalau kecepatan waktu ya saya sudah melayani dengan semaksimalnya ya mbak, disini saya berja gak males-malesankan mbak tujuannya, kan saya sudah bilang di awalkan tadi ya kalau kita semua juga pingin cepet karena semua itu ada prosesnya dan semua itu gak bisa langsung jadi karena semua itu butuh proses.” (NR 3, 31 Desember 2019).<sup>106</sup>

Narasumber 3 Mengungkapkan bahwa karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan kecepatan dalam pelayanan itu memberikan pelayanan dengan maksimal dan semua itu berperoses berdasarkan prosedur.

“Aduh kalau kita disuruh cepet se yo tergantung situasi juga kalau rame ya kita usahakan semaksimal mungkin dalam melayani soalnya yang antri juga banyak mbak gitu mbak kalau gak antri ya kita

---

<sup>105</sup> Hasil wawancara Narasumber 2 pada 31 Desember 2019

<sup>106</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 31 Desember 2019

layani juga semaksimalnya tapi lebih maksimal kalau lagi rame-ramenya.” (NR 4, 31 Desember 2019).<sup>107</sup>

Narasumber 4 Mengungkapkan bahwa karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan kecepatan dalam pelayanan berdasarkan kondisi dan karyawan sudah memberikan pelayanan dengan baik dan maksimal.

“Kecepatan waktu itu hanya bisa diukur oleh para jamaah se mbak, kalau untuk saya itu saya sudah melayani para jamaah dengan baik dan saya disini bekerja dengan baik maka dari itu saya juga memberikan layanan dengan cepat itu menurut saya hehehehe.” (NR 5, 31 Desember 2019).<sup>108</sup>

Narasumber 5 Mengungkapkan bahwa karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan kecepatan dalam pelayanan itu memberikan pelayanan dengan baik untuk para jamaah.

Kesimpulan dari narasumber 1, 2, 3, 4 dan 5 mengatahkan bahwa karyawan PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan dengan waktu yang efektif.

c. Kerapihan Hasil

Kerapian hasil merupakan hasil kinerja karyawan yang dikerjakan berdasarkan suatu tugas yang dikerjakan secara efektif dan efisien.<sup>109</sup>

“Untuk kerapihan hasil itu gimana ya mbak yang dimaksud kalau untuk

<sup>107</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 31 Desember 2019

<sup>108</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 31 Desember 2019

<sup>109</sup> Darmadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Kepala Sekolah Melejitkan Produktivitas*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2008), Hal 213

kerapihan hasil disini kitakan pelayanan jasa jadi saya simpulkan proses yang kita berikan itu sudah terjamin mbak.” (NR 1, 31 Desember 2019).<sup>110</sup>

Narasumber 1 Mengungkapkan bahwa kerapian asil yang kinerja karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya yaitu dengan berupah memberikan pelayanannya itu terjamin rapih dan tidak terjadi masalah.

“Kalau untuk kerapihan itu eemmm semuanya sudah di proses dan kita memang tidak membohongi ya, membohongi para jamaah dalam hasil yang kita berikan itu mbak sudah sangat baik.” (NR 2, 31 Desember 2019).<sup>111</sup>

Narasumber 2 Mengungkapkan bahwa kerapian asil yang kinerja karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya yaitu dengan berupah memberikan pelayanannya itu terjamin rapih dan para karywan sudah memberikan pelyanan yang terbaik.

“Dalam hasil kerja saya ya harus rapih se sesuai prosedur yang digunakan mbak soalnya kalau gak rapi saya yang bingung sendiri nanti kalau sudah jadi laporan.” (NR 3, 31 Desember 2019).<sup>112</sup>

Narasumber 3 Mengungkapkan bahwa kerapian asil yang kinerja karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya yaitu dengan berupah

---

<sup>110</sup> Hasil wawancara Narasumber 1 pada 31 Desember 2019

<sup>111</sup> Hasil wawancara Narasumber 2 pada 31 Desember 2019

<sup>112</sup> Hasil wawancara Narasumber 3 pada 31 Desember 2019

memberikan pelayanannya itu rapih yang sesuai dengan prosedur.

“Untuk hasil ya mbak rapi atau tepat soalnya sesuai janji kita yang diawal mbak jadi gak ada yang ketinggalan lagi. Soalnya semuanya sudah di atur sesuai prosedur yang ditentukan mangkanya gk ada kata ketinggalan mbak. Dan sudah kita cek terlebih dahulu sebelumnya.” (NR 4, 31 Desember 2019).<sup>113</sup>

Narasumber 4 Mengungkapkan bahwa kerapian asil yang kinerja karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya yaitu dengan berupah memberikan pelayanannya yang baik karena sudah di cek dan sesuai yang dijanjikan dan sesuai dengan prosedur.

“Hasil rapi atau berantakan itu ya tergantung yang mengerjakan se mbak sebenarnya, tapi insyaallah kalau saya se gk pernah berantakan begitupun karyawan yang lainnya karena dia mengerjakannya sesuai prosedur mbak.” (NR 5, 31 Desember 2019).<sup>114</sup>

Narasumber 5 Mengungkapkan bahwa kerapian hasil yang kinerja karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya yaitu dengan berupah memberikan pelayanannya dengan rapih dan sesuai prosedur.

Kesimpulan dari narasumber 1, 2, 3, 4 dan 5 mengatahkan bahwa karyawan PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan

---

<sup>113</sup> Hasil wawancara Narasumber 4 pada 31 Desember 2019

<sup>114</sup> Hasil wawancara Narasumber 5 pada 31 Desember 2019.

dengan hasil akhir yang baik sesuai dengan prosedur.

### C. Analisis Data

#### 1. Strategi Pelayanan

Strategi Pelayanan merupakan suatu cara yang digunakan oleh perusahaan dalam meningkatkan target yang diinginkan untuk melayani konsumen. Perusahaan yang mampu memadukan dan mengintegrasikan suatu keinginan, kebutuhan para konsumen. Strategi pelayanan mampu membangun hubungan dengan konsumen dengan baik.<sup>115</sup> Strategi pelayanan PT. Arminareka Perdana Surabaya menggunakan strategi pelayanan yang berupa memberikan layanan dengan fasilitas yang baik, sehingga fasilitas yang baik mampu menarik para jamaah haji dan umroh.

##### a. Bukti Fisik

Bukti fisik adalah bukti yang diberikan oleh para karyawan kepada para konsumen. Bukti fisik yang diberikan kepada konsumen berupa penampilan. Penampilan diberikan ketika karyawan *performance* dalam melayani konsumen. *Performance* yang berupa cara berpakaian dengan baik dan sopan.<sup>116</sup> Karyawan PT Arminareka Perdana Surabaya ketika *performance* memberikan pelayanan dengan berupa berpakaian dengan rapi dan sopan, sehingga membuat para jamaah mendapatkan kepuasan tersendiri ketika mendapatkan pelayanan tersebut.

##### b. Keandalan

---

<sup>115</sup> Aliyah, Strategi Pelayanan PT. BANK BUKOPIN TBK Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Makassar, *Skripsi*, (Makassar: Universitas Hasanudin, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum 2012), Hal 20

<sup>116</sup> Vincen Garpers, *Ekonomi Managerial*, (Jakarta: Grahamedia, 2018), Hal 120

Keandalan merupakan suatu karakter yang dimiliki oleh seorang karyawan yang merefleksikan tingkat keberhasilan dalam penggunaan melayani setiap konsumen.<sup>117</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan kepada para jamaah berupa cara menyampaikan prosedur yang telah di buat oleh PT. Arminareka kepada para jamaah. Prosedur dijelaskan kepada para jamaah pada saat pendaftaran.

c. Daya tanggap

Daya tanggap adalah Daya tanggap merupakan perlakuan karyawan yang diberikan kepada para konsumen. Daya tanggap adalah keinginan yang digunakan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan secara cepat.<sup>118</sup> PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan dengan baik yang berupa perlakuan menghadapi sifat-sifat jamaah dengan baik agar para jamaah nyaman dengan perlakuan yang di berikan oleh karyawan.

c. Jaminan

Jaminan adalah pengetahuan, kemampuan dan perilaku para pegawai yang bertujuan untuk menyakinkan para konsumen. Karyawan menyakinkan para jamaah untuk bergabung dengan perusahaan atau membeli produk dan jasanya.<sup>119</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya menyakinkan para jamaah haji dan umroh yang berupa membikin kepercayaan. Kepercayaan

---

<sup>117</sup> *Ibid* . 121

<sup>118</sup> Jill Griffin, *Customeber Loyalty*, (Bandung: Grahamedia, Esensi,2005), Hal 112

<sup>119</sup> *Ibid*, Hal , 113.

yang berikan adalah dengan menjelaskan produk dan fasilitas yang kita berikan.

d. Empati

Empati merupakan sifat yang digunakan untuk memberikan suatu perhatian dalam sebuah pelayanan. Empati adalah suatu cara yang diterapkan oleh sebuah perusahaan untuk melayani setiap para konsumen.<sup>120</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan yang berupa sikap empati kepada para jamaah yang mengalami masalah ketika proses pendaftaran.

## 2. Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Tjiptono,<sup>121</sup> strategi kualitas jasa atau layanan itu berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan dan dapat mencangkup beberapa hal :

- a. Artibut layanan konsumen adalah suatu pemberian dan penyampaian layanan atau jasa sesuai waktu yang tepat. Artibut kebutuhan konsumen terhadap sistem layanan yaitu memberikan layanan berupa jasa dan barang.<sup>122</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan layanan jasa yang berupa melayani para jamaah untuk mengantarkan dokumen-dokumen dan barangnya keperluan ibadah haji dan umroh.
- b. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa pelayanan merupakan suatu hal utama yang dibutuhkan dalam hal pelayanan. Pendekatan adalah

---

<sup>120</sup> Vincen Garpers, *Ekonomi Managerial*,( Jakarta: Grahamedia, 2018), Hal 120

<sup>121</sup> Rambat Lupiyaodi dan A, Hamdani, *Mnajaemen Pemasaran Jasa* ,(Jakarta: Salembah Empat 2008), Hal 182

<sup>122</sup> Mirwan Husada, Agustinus Suryandono dan Nfis Khuriyati , *Kansei Engineering Agroindustri*, ( Yogyakarta: UGM Press,2016 ), Hal 66

hal yang bertujuan untuk mengenali perilaku konsumen dan bertujuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen. Pendekatan perilaku konsumen adalah suatu hal penting yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu berupa menawarkan program yang disediakan dan Produk yang diperlukan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>123</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya menggunakan pendekatan perilaku konsumen bertujuan untuk menggali apa yang diinginkan oleh jamaah dan memberikan tawaran program yang disediakan dan memfasilitasi apa yang dibutuhkan oleh para jamaah yang berupah produk halal untuk menunaikan ibadah haji dan umroh .

- c. Sistem umpan balik merupakan sistem kinerja yang digunakan dalam setiap perusahaan. Perusahaan memilih sistem umpan balik yang bertujuan untuk bekerja sama dengan satu pihak dalam meningkatkan kualitas perusahaan.<sup>124</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya menggunakan sistem umpan balik yang berupa dengan menyediakan layanan dalam mempermudah transaksi pembayaran. Transaksi pembayaran untuk jamaah PT Arminareka Perdana Surabaya bekerja sama dengan BNI Syariah.
- d. Proses implementasi adalah proses yang menerapkan sistem baru yang bertujuan untuk menentukan jadwal peoses kegiatan yang sudah

---

<sup>123</sup> M. anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, ( Sikap dan Pemasaran), (Jakarta: Qiarah Media,2018), Hal 18.

<sup>124</sup> Lila Bismala, Susi Handayanidan Dewi Andriyani, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha kecil Menengah*, ( Medan: Lembaga Penelitian dan AQLI, 2018),Hal 101.

dirancang. Proses kegiatan yang dirancang berdasarkan kebijakan suatu perusahaan. Kebijakan perusahaan yang menentukan cakupan kualitas jasa dan tingkat layanan konsumen sebagai suatu perusahaan. PT Arminareka Perdana Surabaya menerapkan suatu kebijakan yang sudah disepakati dan sudah ada. Kebijakan yang sudah disepakati antara pihak Armina dan pihak pemerintahan Arab Saudi yang sudah menetapkan pemakaman terhadap jamaah yang meninggal dunia di tanah suci.

### 3. **Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen diciptakan adanya faktor-faktor kualitas pelayanan yaitu pelayanan konsumen dan harga yang dapat didefinisikan dalam hal berikut:

#### 1. **Kualitas**

Kualitas merupakan totalitas fasilitas dan karakteristik dari produk dan karakteristik dari produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan. Kualitas produk atau jasa digunakan untuk menunjang hasil kepuasan para konsumen.<sup>125</sup>

PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan layanan jasa yang berkualitas berupa hotel berbintang 4 dan 5 dengan fasilitas yang baik dan berkelas.

#### 2. **Pelayanan Konsumen**

Pelayanan Konsumen adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memberikan bantuan kepada konsumen. Pelayanan konsumen memiliki tujuan untuk mewujudkan kualitas pelayanan. Pelayanan konsumen tidak selalu di

---

<sup>125</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2003) Hal 37.

Jam operasional melainkan di luar jam operasional.<sup>126</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan di luar jam operasional yang dapat meningkatkan kepuasan jamaah.

3. Nilai

Nilai merupakan suatu hal penentu seseorang maupun kelompok yang dikehendaki. Nilai adalah hal yang digunakan dalam berbagai hal. Nilai adalah ketentuan setiap kebijakan yang di buat oleh perusahaan. Nilai dapat dijadikan ketentuan dalam penentuan harga yang sudah di buat oleh perusahaan.<sup>127</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya menawarkan beberapa macam harga terendah sampai harga tertinggi.

**4. Pengukuran Kualitas Pelayanan**

Menurut Sharma dan Petterson mengungkapkan bahwa, pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan dengan menggunakan ketepatan waktu, keceptan pelayanan dan kerapihan hasil.<sup>128</sup> Pengukuran kualitas waktu bertujuan untuk dapat mengevaluasi hasil pelayanan jasa.

a. Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu merupakan suatu faktor yang sangat penting dalam kelancaran suatu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan diukur dengan

---

<sup>126</sup> Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kualitas Layanan SIM*, (Surabaya: CV Jakat Media, 2019), Hal 10

<sup>127</sup> T Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, ( Jakarta: Kanisius, 2014) ,Hal 70

<sup>128</sup> Asmara Indahingwati, *Kepuasa Konsumen dan Citra Intitusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*, (Surabaya: CV Jakad Media, 2019) , Hal 32

adanya ketepatan waktu yang efektif.<sup>129</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya cara mengukur kualitas pelayanan dengan ketepatan waktu dalam melayani jamaah. PT Arminareka Perdana Surabaya yaitu memberikan pelayanan dengan tepat waktu dalam melayani jamaah dan memberikan pelayanan yang baik.

b. Kecepatan Pelayanan

Kecepatan pelayanan merupakan target waktu pelayanan yang dapat diselesaikan dalam waktu yang diinginkan<sup>130</sup>. PT. Arminareka Perdana Surabaya cara mengukur kualitas pelayanan dengan kecepatan dalam melayani jamaah. Karyawan memberikan pelayanan dengan baik dengan sesuai prosedur untuk para jamaah.

c. Kerapian Hasil

Kerapian hasil merupakan hasil kinerja karyawan yang dikerjakan berdasarkan suatu tugas yang dikerjakan secara efektif dan efisien.<sup>131</sup> PT. Arminareka Perdana Surabaya cara mengukur kualitas pelayanan dengan cara melihat dari hasil kerapian kinerja karyawan dalam bentuk proses dahasil akhirnya yaitu sesuai prosedur yang diberikan oleh pihak PT. Arminareka Perdana Surabaya.

---

<sup>129</sup> Keses Bertens, *Seketsa-seketsa Moral: 50 Esai tentang Masalah Aktual*, (Yogyakarta: KaNisius, 2004), Hal 151

<sup>130</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), Hal 66

<sup>131</sup> Darmadi, *Manajemen Sumber Daya Manusia Kepala Sekolah Melejitkan Produktivitas*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2008), Hal 213

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan yang dilakukan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya:

Pelayanan dengan fasilitas yang berkualitas PT. Arminareka Perdana Surabaya mempunyai program-program dengan fasilitas berbintang, pelayanan administrasi yang baik, pelayanan pelunasan dan pembatalan keberangkatan ibadah haji dan umroh.

1. Pelayanan yang baik dan membuat para jamaah percaya dengan fasilitas yang berkualitas dan sesuai harga yang disediakan.
2. Pelayanan yang berupa program dan produk. PT. Armina Perdana Surabaya memberikan pelayanan berupa program dengan fasilitas yang baik dengan berupa menyediakan fasilitas hotel berbintang 4 dan 5, jika ada kesalahan dari pihak travel, maka segala kesalahan ditanggung sama pihak travel. Jamaah tanpa di pungut biaya lagi atas kesalahan travel. Pelayanan yang berupa produk kesehatan yang bertujuan untuk menjaga daya tahan tubuh disaat menunaikan ibadah haji umroh dan prodak kecantikan yang halal tidak mengandung wangi-wangian pada saat menunaikan ibadah haji umroh.
3. Pelayanan Administrasi meliputi, PT Arminareka Perdana Surabaya memberikan pelayanan administrasi pada saat ditanah air sebelum keberangkatan berupa mengantarkan dokumen-dokumen kepada para jamaah, mengantarkan paket

barang-barang kebutuhan haji umroh ke rumahnya para jamaah.

4. Pelayanan yang berupa memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan prosedur.

## **B. Saran**

1. PT. Arminareka Perdana Surabaya travel penyelenggara perjalanan haji dan Umroh yang bersistem Agency Marketing untuk mengubah bentuk atau mempunyai konsep baru supaya tidak terjadi kesipangan penyelenggara pihak yang tidak tanggung jawab.
2. Untuk selalu memperbaiki dalam pengelolaan pelayanan kesejahteraan konsumen jamaah haji dalam melaksanakan ibadah haji dalam melaksanakan ibadah rukun islam ke 5 sebagai prioritas utama bukan mendahulukan keuntungan perusahaan

## **C. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian. Adapun keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Waktu penelitian adalah suatu faktor yang dapat menentukan kualitas penelitian. Waktu penelitian yang singkat dan terbatas membuat penelitian menjadi kurang maksimal.
2. Keterbatasan dalam proses pengambilan data setiap karyawan tidak mau memberikan jawaban yang sesuai dengan apa yang dilakukan dilapangan.
3. Tidak semua pegawai datang ke kantor setiap hari seperti pegawai lapangan menjadi tantangan tersendiri bagi peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Selain itu, terdapat penyebab lain sulitnya mengumpulkan data penelitian yaitu ketika pegawai tidak dapat diwawancarai yaitu terlalu banyak pekerjaan lain yang harus segera diselesaikan.

## DAFTAR PUSTAKA

A. Yusuf Muri, 2017, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*, (Jakarta: Kencana)

Adya Barata Atep, 2003, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Alex Media Komputindo)

Aliyah, 2012, Strategi Pelayanan PT. BANK BUKOPIN TBK Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Makasar, *Skripsi*, (Makassar: Universitas Hasanudin, Fakultas Ilmu Soaial dan Hukum)

Ammar Faruq Mochamad dan Usman Indrianawati, 2014, Penyusuna Starategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya, Fakultas Ekonomi dan bisnis , “*Jurnal Manajemen dan Teori Terapan*” (Vol 7., No. 3)

Asmara Indahingwati, 2019, *Kepuasa Konsumen dan Citra Intitusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*, (Surabaya: CV Jakad Media)

Balqis Shofiana Nurul, Arso Pawelas dan Yunila Fatmasari Eka, 2019, Analisis Proses Pelayanan Pendaftaran Pasien Di Puskesmas Jatisrono I Kabupaten Wonogiri, *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, (Volume 7, Nomor 1, Januari)

Bismala Lila, Handayanidan Susi dan Andriyani Dewi, 2018, *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha kecil Menengah*, Medan, Lembaga Penelitian dan AQLI

Fetherl Berry dan Barsasel Diana, 2015 Analisis Sistem Pendaftaran Pasien Rawat Jalan Di Puskesmas Kecamatan

Duren Sawit Jakarta Timur 2014, *Jurnal Manajemen Informasi Kesehatan Indonesia*”, (Vol.3, No.1)

Firmansyah Anang M, 2018, *Perilaku Konsumen*, ( Sikap dan Pemasaran), Jakarta, Qiarah Media, Hal 18.

Garpers Vincen, 2018, *Ekonomi Managerial*, (Jakarta: Grahamedia)

Gilarso T, 2014 *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Kanisius)

Griffin Dan Ricky, 2004, *Manajemen Edisi7, Jilid 1*, (Jakarta, Erlangga)

Griffin Jill, 2005, *Customeber Loyalty*, (Bandung: Grahamedia, Esensi)

Hasan Iqbal, 2002, *Metodologi Penelitiannya dan Aplikasinya*, (Jakarta: Galia Indonesia)

Hendika Dimas W,2015, Zainul A Dan Sunarti, “Analisi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Dianjeng Solo)”, *Jurnal Bisnis dan Administrasi*, (Vol. 1, No. 3)

Herdiansyah Haris, 2011 “*Metodelogi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*”, (Jakarta Selatan, Salemba Humanika)

Indahingwati Asmara, 2019, *Kepuasan Konsumen dan Citra Institusi Kepolisian pada Kualitas Layanan SIM*, (Surabaya: CV Media)

- Iswar Ir, 2018, *Kelembagaan Menjaga Hutan dan Air Untuk Irigasi*, (Medan: Puspantara Hak Cipta)
- Kardiman A. M, Pengantar Ilmu Manejmen, (Jakarta: Pronhalindo)
- Kasmir, 2005, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada)
- Kholilurrohman, 2017, “Hajinya Lansia Ditinjau Dari Perspektif Bimbingan Dan Konseling Islam”, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, (Vol. 2, No. 2)
- Khusaini Ahmad, 2010, Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di SPA Club Area Yogyakarta, *Skripsi*, (Universitas Negeri Yogyakarta)
- Lukmanul Hakim, 2017, “Kualitas Pelayanan Haji Oleh Kelompok Bimbingan Manasik Haji (Kbih) Annihayah Karawang”, *Jurnal Politikom Indonesiana*, (Vol. 2 No. 1 Juli)
- Lupiyaodi Rambat dan Hamdani A, 2008, *Mnajaemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta, Salembah Empat)
- M Yolanda, 2005, *Aplikasi Supply Chain Management*, (Jakarta: Grasindo)
- Maria Monika Dan Yusak Mohammad, 2013, “Pengaruh Kualitas Produuk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepasan Konsumen King Café”, *Jurnal Manajemen Teori Dan Trepan*, (Vol. 6, No. 1)

- Mirwan Husada, Agustinus Suryandono dan Nfis Khuriyati, 2016, *Kansei Engineering Agroindustri*, (Yogyakarta: UGM Press)
- Moleong Lexi J, 2002, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya)
- Moleong Lexy. J. 2009, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- Mudrajad, 2006, *Strategi Bagaimana menarik keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Airlangga)
- Muh Yunus Bandu, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero), Rayon Makasar, Skripsi Administrasi Negara*, (Makasar: Universitas Hasanudin)
- Pangaloan Harahap dan Angelia Utari, 2018, *Nilai Ekonomi 1*
- Rambat dan Hamdani A, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salembah Empat)
- Ratna Suminar Dra, 2017, *Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Sempoa SIP TC Paramount Summarecon*, "*Jurnal Sekretari*", (Vol. 4, No. 2)
- Ratna Suminar Dra. dan Apriliawati Mia, 2017, "Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Disempoa SIP TC Paramount Summarecon", *Jurnal Sekretari*, (Vol 4, No 2)
- Saidani Basrah dan Arifin Samsul, 2012, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan

Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, (Vol. 3, No. 1)

Setyawati Vivi, 2017, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Sutrawa Bandar Lampung, *Skripsi Ekonomi*, (Bandar Lampung: Pendidikan Ilmu Pendidikan Social, Universitas Lampung)

Sinambela, 2006, “*Lijan Poltak 2006 Reformasi Pelyanan Public Teori, Kebijakan, Dan Implementasi*”, (Jakarta: PT Bumi Aksara)

Sulaiman, 2013, “Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Pelayanan KBIH Di Kabupaten Jepara”, *Jurnal “Analisa”*, (Vol 21, No. 1)

Sulaiman, 2014, Kepuasan Jamaah Haji Terhadap Pelayanan KBIH di kabupaten Jepara, *Jurnal analisa*, (Vol. 21, No. 01)

Sum Ratna dan April Mia, 2017, Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa Sip Tc Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari*, (Vol 4, No2)

Syaodi Sukmadinata Nana, 2007, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya)

Tjiptono Fandi, 2010, Strategi Pemasaran edisi 2, (Yogyakarta: Andi)

Wildan Sulaksana, 2015, Pengariug Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Dharma Yogyakarta)

Yunus Bandu Muh, 2013, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero), Rayon Makasar, *Skripsi*, (Universitas Hasanudin)

Yusuf Muri A, 2017, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan)*, (Jakarta, Kencana)

