



ANALISIS MANAJEMEN OPERASIONAL PELAYANAN JAMAAH UMRAH PADA PT. MULTAZAM WISATA AGUNG CABANG PADANGSIDIMPUAN

Armansyah Lubis ^{1)*}, Rabiyyatul Adawiyah Siregar ²⁾

¹⁾ Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Padangsidimpuan, Indonesia

²⁾ Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

Email correspondence: armansyahlubis@uinsyahada.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen operasional pelayanan jamaah umrah pada PT. Multazam Wisata Agung Cabang Padangsidimpuan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan subjek penelitian yang terdiri atas pimpinan, staf operasional, pembimbing manasik, dan jamaah yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan uji keabsahan melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen operasional pelayanan jamaah umrah telah dilaksanakan secara terstruktur melalui pengelolaan administrasi, bimbingan manasik, transportasi, akomodasi, pelayanan pasca-umrah, serta koordinasi keuangan antara cabang dan pusat. Kualitas pelayanan secara umum telah berjalan dengan baik, terutama pada aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, meskipun masih ditemukan kendala pada aspek fasilitas fisik. Kondisi tersebut berdampak pada tingginya tingkat kepuasan jamaah terhadap pelayanan yang diberikan. Implikasi penelitian menunjukkan pentingnya standarisasi fasilitas dan penguatan sistem operasional guna meningkatkan kualitas pelayanan jamaah secara berkelanjutan.

Kata kunci: Manajemen Operasional; Pelayanan Jamaah Umrah; Kualitas Pelayanan; Biro Perjalanan Umrah; Kepuasan Jamaah.

Abstract

This study aims to analyze the operational management of Umrah pilgrims services at PT. Multazam Wisata Agung Padangsidimpuan Branch. The study employed a descriptive qualitative approach involving branch managers, operational staff, manasik instructors, and Umrah pilgrims selected through purposive sampling. Data were collected through interviews, observations, and documentation, and analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing techniques. The validity of the data was ensured through source and technique triangulation. The findings reveal that the operational management of Umrah services has been implemented in a structured and integrated manner through administrative services, manasik guidance, transportation, accommodation, post-Umrah services, and financial coordination between the branch office and headquarters. Overall, service quality has been satisfactory, particularly in terms of reliability, responsiveness, assurance, and empathy, although limitations were still identified in the tangible aspect, especially regarding the consistency of physical facilities. These conditions contribute to the high level of pilgrims' satisfaction with the services provided. The study highlights the importance of standardizing facilities and strengthening operational systems to improve the quality of Umrah services in a sustainable manner.

Keywords: Operational Management; Umrah Pilgrim Services; Service Quality; Umrah Travel Agency; Pilgrim Satisfaction.

PENDAHULUAN

Manajemen operasional biro perjalanan Haji dan Umrah di Indonesia menghadapi dinamika persaingan yang semakin ketat, sehingga menuntut profesionalisme layanan serta strategi mitigasi risiko yang efektif (Mu'azizah, 2025; Nazaruddin et al., 2020). Dalam konteks global, penyelenggaraan ibadah di Tanah Suci telah berkembang menjadi sistem layanan yang kompleks dengan standar operasional yang terus disesuaikan dengan Saudi Vision 2030 untuk memenuhi ekspektasi jamaah yang semakin tinggi (Mohammed et al., 2024; Paché, 2023). Perkembangan teknologi, seperti kecerdasan buatan, sistem informasi terintegrasi, dan Internet of Things (IoT), turut mendorong transformasi pengelolaan layanan yang lebih efektif, efisien, dan aman (Abdoh, 2025; Karia & Saleh, 2023; Naad et al., 2024).

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan organisasi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Pada layanan Umrah, jamaah tidak hanya menekankan aspek spiritual, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan administrasi, efisiensi operasional, keamanan, serta kenyamanan selama perjalanan (Winanda et al., 2024; Ismail et al., 2024). Transformasi digital dan penerapan manajemen yang profesional terbukti mampu meningkatkan kepuasan jamaah serta memperkuat pengalaman religius dalam ekosistem pariwisata halal modern (Hendrik et al., 2024).

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki permintaan yang tinggi terhadap layanan Umrah. Kondisi tersebut mendorong pertumbuhan biro perjalanan Umrah secara signifikan dan meningkatkan tingkat persaingan antarpenyelenggara. Dalam situasi tersebut, profesionalisme, keamanan, dan kepercayaan jamaah menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha (Acwa, 2026). Namun, di tengah pertumbuhan industri yang pesat, masih ditemukan berbagai permasalahan, seperti kasus penipuan dan kegagalan pemberangkatan jamaah, yang mengindikasikan belum optimalnya pengelolaan operasional dan pengawasan pelayanan.

Secara konseptual, manajemen operasional merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya untuk menghasilkan layanan yang efektif dan efisien (Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2021). Dalam organisasi jasa, manajemen operasional tidak hanya berorientasi pada efisiensi internal, tetapi juga pada penciptaan nilai bagi pelanggan melalui desain sistem pelayanan, pengelolaan proses, dan pengendalian kualitas layanan. Wang et al. (2022) menegaskan bahwa fleksibilitas dan inovasi proses menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan layanan pada era pascapandemi. Pada biro perjalanan Umrah, pengelolaan operasional meliputi berbagai aktivitas, seperti pengurusan administrasi, penyediaan transportasi dan akomodasi, bimbingan manasik, serta koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan ibadah (Hakim & Pratama, 2025).

Karakteristik jasa yang bersifat tidak berwujud (*intangibility*), tidak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan mudah hilang (*perishability*) menyebabkan kualitas pelayanan sangat bergantung pada konsistensi proses dan kompetensi sumber daya

manusia. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu organisasi jasa. Pengukuran kualitas pelayanan umumnya mengacu pada model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988), yang terdiri atas lima dimensi, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Model ini telah banyak digunakan dalam mengevaluasi kualitas layanan karena mampu menggambarkan kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Penelitian Ngatijah et al. (2025) menunjukkan bahwa dimensi *reliability* dan *empathy* memiliki pengaruh yang dominan dalam membentuk kepuasan jamaah pada layanan ibadah haji khusus.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi atas kesesuaian antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima. Dalam organisasi jasa, tingkat kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh hasil akhir layanan, tetapi juga oleh kualitas proses pelayanan yang dialami pelanggan secara langsung. Tingkat kepuasan yang tinggi akan mendorong loyalitas pelanggan, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat citra positif organisasi di mata masyarakat (Zeithaml et al., 2023).

Beberapa penelitian terdahulu umumnya berfokus pada kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah, sedangkan kajian yang secara khusus menganalisis implementasi manajemen operasional pelayanan jamaah Umrah pada tingkat biro perjalanan masih relatif terbatas, terutama pada konteks hubungan operasional antara kantor cabang dan kantor pusat. Selain itu, dinamika pengelolaan layanan yang meliputi aspek administrasi, bimbingan manasik, transportasi, akomodasi, serta pelayanan pasca-Umrah masih memerlukan kajian yang lebih mendalam. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu diisi melalui analisis terhadap implementasi manajemen operasional pada biro perjalanan Umrah.

PT. Multazam Wisata Agung Cabang Padangsidempuan merupakan salah satu biro perjalanan Umrah yang aktif memberikan pelayanan kepada masyarakat dengan cakupan layanan mulai dari administrasi, bimbingan manasik, hingga pendampingan ibadah. Karakteristik operasional yang melibatkan koordinasi antara kantor cabang dan kantor pusat menjadikan objek penelitian ini menarik untuk dikaji dalam perspektif manajemen operasional.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen operasional pelayanan jamaah Umrah pada PT. Multazam Wisata Agung Cabang Padangsidempuan. Analisis difokuskan pada pelayanan administrasi, bimbingan manasik, transportasi, akomodasi, pelayanan pasca-Umrah, serta mekanisme pengelolaan operasional dan keuangan antara kantor cabang dan kantor pusat. Secara konseptual, penelitian ini didasarkan pada hubungan antara manajemen operasional, kualitas pelayanan, dan kepuasan jamaah, di mana pengelolaan operasional yang efektif diharapkan mampu menghasilkan kualitas pelayanan yang lebih baik dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan jamaah sebagai pengguna jasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk menganalisis manajemen operasional pelayanan jamaah Umrah pada PT. Multazam Wisata Agung Cabang Padangsidimpuan. Penelitian dilaksanakan pada bulan April 2025. Informan penelitian dipilih secara purposive dan terdiri atas pimpinan cabang, staf operasional, pembimbing manasik, serta jamaah Umrah. Sumber data meliputi data primer yang diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi, serta data sekunder yang berasal dari dokumen perusahaan dan berbagai literatur yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan menggunakan pedoman wawancara yang disusun berdasarkan aspek manajemen operasional, kualitas pelayanan, dan kepuasan jamaah. Analisis penelitian difokuskan pada pelaksanaan manajemen operasional pelayanan jamaah Umrah yang mencakup pelayanan administrasi, bimbingan manasik, transportasi, akomodasi, pelayanan pasca-Umrah, serta mekanisme pengelolaan operasional dan keuangan antara kantor cabang dan kantor pusat dalam rangka memahami kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan jamaah. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk memperoleh temuan penelitian yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Manajemen Operasional Pelayanan Jamaah Umrah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen operasional pelayanan jamaah Umrah pada PT. Multazam Wisata Agung Cabang Padangsidimpuan telah dilaksanakan secara terstruktur melalui pelayanan administrasi, bimbingan manasik, transportasi, akomodasi, pelayanan pasca-Umrah, serta pengelolaan keuangan yang terkoordinasi antara kantor cabang dan kantor pusat. Integrasi antarfungsi tersebut memungkinkan proses pelayanan berlangsung secara efektif sehingga mampu mendukung kelancaran pelaksanaan ibadah jamaah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Khanani dan Bramayudha (2022) serta Ridho et al. (2024) yang menunjukkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan Umrah sangat dipengaruhi oleh efektivitas fungsi manajemen operasional dan koordinasi antarunit layanan.

Pelayanan administrasi menjadi tahap awal yang menentukan kualitas interaksi antara jamaah dengan perusahaan. Pendekatan pelayanan yang proaktif melalui pendampingan pengurusan dokumen dan pembuatan paspor memberikan kemudahan bagi jamaah serta meningkatkan kepercayaan terhadap penyelenggara. Temuan ini memperlihatkan bahwa pelayanan administrasi tidak hanya bersifat prosedural, tetapi juga berorientasi pada kenyamanan jamaah, sebagaimana diungkapkan dalam beberapa penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya pelayanan yang responsif dan mudah diakses.

Selain itu, bimbingan manasik dilaksanakan secara berkelanjutan sebelum keberangkatan dan selama pelaksanaan ibadah di Tanah Suci. Pendampingan oleh pembimbing ibadah membantu jamaah memahami tata cara ibadah secara teoritis maupun praktis, sehingga meningkatkan kesiapan dan rasa percaya diri jamaah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa fungsi operasional tidak hanya berorientasi pada aspek teknis, tetapi juga mendukung aspek spiritual jamaah selama menjalankan ibadah.

Pelayanan pasca-Umrah melalui pembinaan hubungan dengan jamaah, seperti komunikasi berkelanjutan dan kegiatan keagamaan, menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak berhenti setelah pelaksanaan ibadah selesai. Di samping itu, koordinasi transportasi, akomodasi, dan pengelolaan keuangan yang terpusat turut mendukung efektivitas operasional perusahaan. Namun demikian, sistem yang terpusat tersebut juga menyebabkan fleksibilitas cabang dalam mengambil keputusan operasional menjadi relatif terbatas. Selain itu, perubahan regulasi pemerintah dan fluktuasi biaya transportasi maupun akomodasi menjadi faktor eksternal yang memengaruhi pelaksanaan operasional perusahaan.

b. Analisis Kualitas Pelayanan Berdasarkan SERVQUAL

Berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, kualitas pelayanan PT. Multazam Wisata Agung Cabang Padangsidempuan secara umum tergolong baik. Dimensi reliability, responsiveness, assurance, dan empathy menunjukkan kinerja yang memuaskan. Konsistensi pelayanan administrasi, ketepatan jadwal keberangkatan, serta responsivitas petugas dalam membantu kebutuhan jamaah memberikan kontribusi penting terhadap terbentuknya kepercayaan dan kepuasan jamaah.

Aspek assurance tercermin dari keberadaan pembimbing ibadah yang mendampingi jamaah selama pelaksanaan ibadah, sehingga mampu memberikan rasa aman dan meningkatkan keyakinan jamaah dalam menjalankan setiap rangkaian ibadah. Sementara itu, dimensi empathy terlihat dari perhatian personal yang diberikan petugas kepada jamaah, khususnya dalam membantu jamaah lanjut usia maupun jamaah yang memerlukan pendampingan khusus. Temuan ini memperlihatkan bahwa kualitas interaksi antara petugas dan jamaah menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan pengalaman ibadah yang positif.

Meskipun demikian, dimensi tangibles masih menjadi aspek yang memerlukan perhatian lebih lanjut. Variasi kualitas fasilitas akomodasi dan transportasi yang disesuaikan dengan jenis paket perjalanan menyebabkan munculnya perbedaan persepsi di kalangan jamaah. Kondisi ini menunjukkan bahwa standarisasi fasilitas fisik masih diperlukan agar seluruh jamaah memperoleh tingkat kenyamanan yang relatif seragam. Dengan demikian, peningkatan kualitas fasilitas fisik menjadi salah satu prioritas yang perlu dilakukan untuk mendukung kualitas pelayanan secara menyeluruh.

c. Kepuasan Jamaah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum jamaah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. Multazam Wisata Agung Cabang Padangsidempuan. Tingkat kepuasan tersebut dipengaruhi oleh kemudahan pelayanan administrasi, kualitas bimbingan manasik, pendampingan selama pelaksanaan ibadah, serta hubungan interpersonal yang terjalin antara petugas dan jamaah. Pelayanan yang diberikan secara konsisten dan responsif mampu menciptakan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan jamaah terhadap perusahaan.

Meskipun masih terdapat beberapa catatan terkait kualitas fasilitas akomodasi, aspek pelayanan dan pengalaman spiritual yang diperoleh jamaah mampu mengimbangi keterbatasan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan jamaah bersifat multidimensional dan tidak hanya dipengaruhi oleh fasilitas fisik, tetapi juga oleh kualitas interaksi, pelayanan keagamaan, serta pengalaman spiritual yang dirasakan selama menjalankan ibadah. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan pengalaman spiritual merupakan dua aspek yang saling melengkapi dalam membentuk kepuasan jamaah secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen operasional pelayanan jamaah Umrah pada PT. Multazam Wisata Agung Cabang Padangsidempuan telah dilaksanakan secara terstruktur dan terintegrasi melalui pelayanan administrasi, bimbingan manasik, transportasi, akomodasi, pelayanan pasca-Umrah, serta pengelolaan keuangan antara kantor cabang dan kantor pusat. Implementasi manajemen operasional tersebut mampu mendukung kualitas pelayanan yang baik, khususnya pada dimensi reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sehingga berkontribusi terhadap tingginya tingkat kepuasan jamaah. Meskipun demikian, dimensi tangibles masih memerlukan perhatian, terutama terkait konsistensi kualitas fasilitas akomodasi dan transportasi. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas manajemen operasional berperan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan jamaah, sehingga penguatan standarisasi fasilitas dan pengelolaan operasional yang adaptif perlu terus dilakukan untuk mendukung peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Abdoh, E. S. (2025). Utilizing information technology to address challenges in Hajj and Umrah: A narrative review. *QScience JIST*, 2025(2), 12.
- Acwa, A. K. (2026). Marketing and service strategy in an effort to improve the quality of competition at the Hajj and Umrah travel agency at PT Qiblatain Ama Tour. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 4(1), 13–21.
- Affandi, A., Billah, M. M., & Syaifudin, M. (2025). Maqāsidī exegesis: A path for promoting gender equality in contemporary Islamic discourse. *QOF*, 9(1), 61–80. <https://doi.org/10.30762/qof.v9i1.2748>
- Affandi, A., Billah, M. M. T., & Syaifudin, M. (2025). Maqāsidī exegesis: A path for promoting gender equality in contemporary Islamic discourse. *QOF*, 9(1), 61–80.
- Ande, D. F., Wahyuni, S., & Kusumastuti, R. D. (2024). Investigating the impact of service leaders' competencies, organisational service orientation, network capabilities, and perceived service quality on Umrah travel agencies' performance. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 653–681.
- Anesta, K. L., & Kenedi, J. (2023). Manajemen pelayanan dalam meningkatkan minat calon jamaah haji dan umroh pada PT Tour and Travel Auliya Perkasa Abadi di Pasaman Barat. *Multazam: Jurnal Manajemen Haji dan Umrah*, 3(2), 26–36.
- Bora, R., & Rout, H. B. (2023). Issues and challenges in pilgrimage tourism: An Indian context. In *Management and practices of pilgrimage tourism and hospitality* (pp. 78–91).
- Candra, A. W., & Oktafia, R. (2021). Penerapan manajemen pelayanan prima untuk peningkatan kepuasan calon jamaah haji dan umrah di PT Mabruro Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 9–15.
- De Keyser, A., et al. (2021). Real-time service quality measurement. *Journal of Operations Management*, 67(4), 389–405. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/joom.1123>
- Dirwanto. (2025). Indonesian Hajj and Umrah management: Policy problems and governance improvement. *Jurnal Ilmiah Gema Perencana*, 4(2), 749–776. <https://doi.org/10.61860/jigp.v4i2.254>
- Firdausiyah, S. R., & Putriani, E. N. (2024). Optimalisasi pelayanan administrasi dalam meningkatkan kepuasan calon jamaah haji. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 13556–13573. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.12109>
- Fikri, M., Lubis, A. H., & Syarif, M. R. (2025). From tradition to innovation: Evaluating the effectiveness of metaverse for Hajj manasik training. *Al-Manasik: Journal of Hajj and Umrah Research*, 1–14.
- Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (2021). Service design and operations: Integrating customer processes. *Service Science*.
- Hakim, A., & Pratama, Y. (2025). Operational constraints in Umrah travel agencies: A case study on visa and logistics. *Journal of Islamic Marketing*.
- Hakim, M. I. (2025). Analisis kendala operasional travel umrah terkait visa, transportasi, akomodasi (studi kasus PT Arasy Bungo Mandiri). *Krigan: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 1–12.

- Hassan, T., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2023). Sociodemographic relationships of motivations, satisfaction, and loyalty in religious tourism: A study of the pilgrimage to the city Mecca. *PLOS ONE*, *18*(3), e0283720.
- Hendrik, H., Kusumawardani, S. S., & Permanasari, A. E. (2024). The emerging landscape of halal tourism in the digital era: An IT perspective. *Journal of Islamic Marketing*, *15*(8), 1995–2015.
- HM Nasrun Nazaruddin, N. A. Z. (2020). *Analisis strategi pemasaran dan pelayanan dalam upaya peningkatan kualitas daya saing biro perjalanan haji dan umroh prospektif ekonomi syari'ah (studi pada PT Makkah Multazam Safir dan Al Madinah)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Ismail al-Qudsy, S. H. S., Zainuddin, M., & Pg Hj Idris, P. S. R. (2024). Public complaint in Islamic management: Its relationship with customer satisfaction achievement. *Kajian Malaysia*, *42*(1).
- Johnson, P., & Lee, S. (2024). Operational management strategies in service firms: Planning and control frameworks. *Journal of Operations Management*.
- Karia, N., & Saleh, F. I. M. (2023). Hajj management chain feasibility post COVID-19. In *Prospects and challenges of global pilgrimage tourism and hospitality* (pp. 83–95). IGI Global Scientific Publishing.
- Khanani, F., & Bramayudha, A. (2022). Penerapan manajemen operasional ibadah umrah saat pandemi COVID-19 pada PT Sutra Tour Hidayah Lamongan. *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, *2*(1), 22–30.
- Khanani, F., & Bramayudha, A. (2022). Penerapan manajemen operasional ibadah umrah saat pandemi COVID-19 pada PT Sutra Tour Hidayah Lamongan. *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, *2*(1), 22–30.
- Lukito, C. (2021). Kualitas pelayanan administrasi jamaah haji di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Bojonegoro tahun 2019. *JIAN: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, *5*(1), 25–29.
- Mohammed, R. Y. M., Zaid, W. M. A., & Bahurmoz, A. (2024). Enhancing Hajj pilgrim satisfaction: A strategic analysis of service quality dimensions using the analytic hierarchy process in alignment with Saudi Vision 2030.
- MoghadasNian, S., & Moslehi, Z. Optimizing pilgrimage tourism management: A KPI-driven strategy for Arba'een pilgrimage experience.
- Mursid, A., & Wu, C. H. J. (2022). Customer participation, value co-creation and customer loyalty: Evidence from Umrah travel agencies in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, *13*(3), 628–648.
- Mu'azizah, H. (2025). Mitigation strategy for organizing the Hajj and Umrah worship. *Jurnal Ilmiah Gema Perencana*, *4*(2), 1627–1646. <https://doi.org/10.61860/jigp.v4i2.291>
- Naad, D., Nawaf, A., Ginting, A. F., Sazali, H., Azwar, M., & Utami, T. N. (2024). Efektifitas pelayanan haji dan umroh dalam meningkatkan kepuasan jamaah. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, *6*(2), 229–242.
- Ngatijah, S., Setiawan, A., & Ligery, F. (2025). Eksplorasi model SERVQUAL sebagai basis penilaian kualitas layanan haji dan tingkat kepuasan jamaah. *Kartika: Jurnal Studi Keislaman*, *5*(3), 2201–2212.
- Noor, N. (2025). Halal service quality: Systematic review, conceptual model and future research. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.

- Nuruddin, N., et al. (2025). Pendampingan manasik haji sebagai upaya meningkatkan kesiapan spiritual dan praktis calon jamaah haji. *Swadimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 91–98.
- Oktoyadi, O., & Wahyuni, S. (2019). Kelayakan pengembangan bisnis e-marketplace perjalanan ibadah umrah pada PT Sarana Transwisata Teknologi. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(2), 132–143.
- Rahman, M. K., Zailani, S., & Musa, G. (2018). The perceived role of Islamic medical care practice in hospital: The medical doctor's perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), 2–18.
- Rahmawati, A., & Mulyana, A. (2023). The influence of Umrah service operation on customer value, trust, and commitment. *Innovative Marketing*, 19(3), 51.
- Rahmawati, E., & Hertati, D. (2024). The effectiveness of the JEBOL ANDUK (jemput bola administrasi kependudukan) programme. *Jurnal Ad'ministrare*, 108–115.
- Ramadhani, A. (2024). Boosting Indonesia's economy through Hajj and Umrah: Opportunities and diplomatic avenues. *Journal of Hajj and Islamic Economics*. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jhi/article/view/20688>
- Ridho, Z., Hidayat, M. I., & Rahman, T. (2024). Integrasi manajemen dan etika bisnis Islam dalam layanan ibadah umrah. *Iltizam: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 1(2), 70–82.
- Santoso, A., et al. (2025). Implementasi pelayanan travel haji dan umroh pada jamaah. *Journal of Applied Economics and Management Business*. <https://researchhub.id/index.php/jaem/article/download/5733/3228>
- Sari, R., et al. (2023). Service operations management in hospitality: Capacity planning and scheduling. *International Journal of Hospitality Management*.
- Satriawan, S. (2024). *Analisis kualitas pelayanan perjalanan jamaah umrah pada PT Anugrah Quba Mandiri Kota Bengkulu* (Doctoral dissertation, UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu).
- Setiawan, A., Saputra, W., Murtadha, N. A., & Pinaldin, A. F. (2024). Pengembangan dan evaluasi VR haji untuk pembelajaran manasik haji dan umrah dengan pendekatan immersion interface. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 10(2), 138–148.
- Subhan, A., Firdaus, A., & Najib, M. (2023). The influence of Islamic service quality and trust on customer satisfaction and intention in reusing the services in the implementation of Umrah and special Hajj pilgrimage. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(3).
- Tadbir. (2024). Efektivitas pelayanan haji dan umrah dalam meningkatkan kepuasan jamaah. *Tadbir: Jurnal Administrasi Publik*. <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Tadbir/article/download/13757/6226>
- Wang, L., et al. (2022). Adaptive operational strategies in service-oriented businesses post-pandemic. *International Journal of Production Economics*.
- Winanda, R., Herachwati, N., & Muhtadi, R. (2023). Dapatkah harga dan kualitas pelayanan berdampak terhadap minat konsumen pada biro perjalanan haji dan umroh? *Ulûmunâ: Jurnal Studi Keislaman*, 9, 104–121.
- Yuliasih, M. (2022). Strategi manajemen pelayanan prima tour dan travel haji dan umrah pasca pandemi COVID-19. *Aviasi: Jurnal Ilmiah Kedirgantaraan*, 19(1), 19–27.